UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

"Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016"

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

AUTOR

SANTIAGO FABRICIO LEÓN PUCHA

DIRECTOR

Mg. JAIME FLÓREZ MEZA

LOJA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

Mg. JAIME FLÓREZ MEZA

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido la elaboración de la Tesis titulada **""Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016",** del joven egresado **SANTIAGO FABRICIO LEÓN PUCHA,** previo a la obtención del grado de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICIÓN SOCIAL,** durante todo el proceso de investigación y edición considero que la investigación cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizo su presentación.

Loja, 22 de agosto de 2017

Mg. JAIME FLÓREZ MEZA

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Santiago Fabricio León Pucha,** declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de la tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Santiago Fabricio León Pucha

Firma:

Cedula: 1104980451

Fecha: Loja, 11 de Abril del 2018

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Santiago Fabricio León Pucha, declaro ser autor del presente trabajo de tesis titulada **"Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016",** como requisito para optar el grado de: **Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, firmo en la ciudad de Loja, a los once días de mes de Abril del dos mil dieciocho.

Firma:

Autor: Santiago Fabricio León Pucha

Cédula: 1104980451

Dirección: Loja, Barrio: San Cayetano Alto, Vía a Yanacocha

Celular: 0967546710

Correo electrónico: santiagoleon1b@gmail.com

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Mg. Jaime Flórez Meza

Presidente: Lic. Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

Primer Vocal: Lic. Fausto Boada Hurtado Mgs.

Segundo vocal: Lic. Cesar Sandoya Valdiviezo Mgs.

AGRADECIMIENTO

Me es muy gratificante reconocer mi agradecimiento eterno a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Comunicación Social, por haberme acogido estos cuatro años de estudio superior, a mis docentes los cuales impartieron una excelente enseñanza durante el transcurso de mi formación; agradezco a las distintas personas que aportaron en la construcción de este proyecto de tesis, por haber contribuido con sus conocimientos y experiencias en la realización del presente trabajo de investigación. Agradezco infinitamente a mi mamá y papá, por su apoyo incondicional y gestos de amor hacia mí, a mi docente, al Doctor Milton Andrade Tapia, PhD, profesor de titulación quien con su conocimiento y supervisión me ayudó a la elaboración de este proyecto académico. De igual manera agradezco al Mg. Jaime Flórez Meza, director de mi tesis que me ayudo a desarrollarla de manera eficiente y a todos ellos que estuvieron presentes en la etapa de universitario con los cuales viví alegrías, tristezas y me compartieron su amistad.

Gracias

DEDICATORIA

A mi mamá Marcia Roció del Carme Pucha Sivisapa por su paciencia y su amor incondicional, sacrificio que hizo para darme el estudio, a mi papá Julio Alfonzo León Vargas, por su cariño y apoyo incondicional en todo momento. A mis familiares y demás personas que con su amor, consejos y respaldo incondicional contribuyeron de una u otra manera hacia la obtención de este nuevo logro en mi vida. Gracias a todos.

Santiago León

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

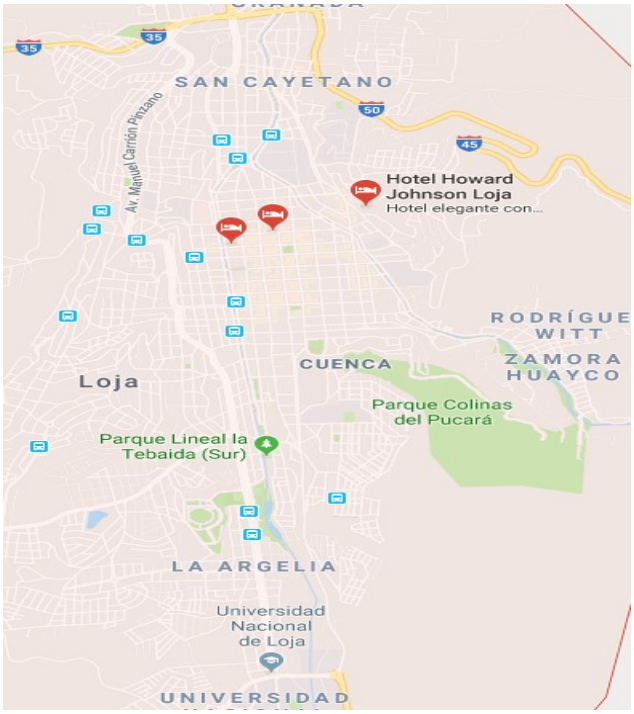
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/NOMBRE DE LA TESIS	FUENTE	FECHA/AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACÍON						OTRAS DESAGREGA-CIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS COMUNIDADES		
TESIS	Santiago Fabricio León Puch “Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016”	UNL	2018	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	SUCRE EL SAGRARIO VALLE SAN SEBASTIAN	CIUDAD DE LOJA	CD	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN DE LOJA

Fuente: Googlemaps.com

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN CIUDAD DE LOJA



ESQUEMA DE TESIS

i. PORTADA

ii. CERTIFICACIÓN

iii. AUTORÍA

iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN

v. AGRADECIMIENTO

vi. DEDICATORIA

vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

ix. ESQUEMA DE TESIS

a. TÍTULO

b. RESUMEN

ABSTRACT

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

- PROPUESTA ALTERNATIVA

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS

- PROYECTO DE TESIS
- OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

“Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016”

b. RESUMEN

Con el propósito de conocer la producción audiovisual que se realiza en la ciudad de Loja y su crecimiento tras el apoyo de normas como la Ley Orgánica de Comunicación que incentiva a la producción nacional en los medios audiovisuales, se considera la necesidad de analizar los registros para investigar sus contenidos y poder conocer la realidad, calidad, difusión, vinculación con las televisoras locales y el aporte de la academia desde el año 2013 hasta el 2016. Por lo expuesto, en el desarrollo del presente trabajo de investigación se ha planteado el siguiente problema: ¿Cómo ha influido la Ley Orgánica de Comunicación en la producción audiovisual en la ciudad de Loja y cuáles son las perspectivas que tiene dicha producción a nivel local? Por consiguiente, la información recopilada contribuyó al planteamiento de diversas alternativas, para responder y coadyuvar a posibles soluciones con respecto a la problemática anteriormente citada utilizando el método cualitativo y etnográfico. Con relación a las técnicas que se emplearon, se utilizaron matrices de información, fichas videográficas, entrevistas, encuestas que ayudaron a la recolección de la información de los contenidos técnicos de las producciones audiovisuales para registrar la información. Toda la investigación debidamente procesada y estudiada, permitió concluir que la vinculación de las productoras y los canales de televisión es escasa. Finalmente, las recomendaciones planteadas pretenden mejorar los aspectos técnicos en la creación del audiovisual y regulación para que los medios de comunicación apoyen la producción local, ya que es importante fomentar este arte.

Palabras claves: Producción local, audiovisual

ABSTRACT

With the purpose of knowing the audiovisual production that is realized in the city of Loja and its growth after the support of laws like the approval of the Law of Communication that encourages to the national production in the audiovisual means, we consider the necessity to analyze the Registers to investigate its contents and to be able to know the reality, quality, diffusion, connection with the local television stations and the contribution of the academy from the year 2013 to the 2016. For the above, in the development of this research work we have proposed the following Problem: How has the Organic Law of Communication influenced audiovisual production in the city of Loja and what are the prospects of such production at the local level? Therefore, the information collected contributed to the proposal of several alternatives, in order to answer and to contribute to possible solutions with respect to the above mentioned problem using the qualitative and ethnographic method. In relation to the techniques used, information matrices, videographic files, interviews, and gathers were used to help the collection of information on the technical contents of audiovisual productions to record the information. All the research properly processed and studied, allowed to conclude that the linkage of the producers and the television channels is little and that the lack of, among others. Finally, the silver recommendations aim to improve the technical aspects in the creation of audiovisual and regulation for the media to support local production, as it is important to promote this art.

Keywords: Local production, audiovisual

c. INTRODUCCIÓN

La presente investigación **"Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016"**, se inició mediante un proceso de recolección de información para la formación del marco teórico.

El audiovisual es parte fundamental para la comunicación entre las personas y la transmisión de información a través de imágenes y sonido en uno solo. Es utilizado para dar una representación más verídica de la realidad aunque su uso también es utilizado en la ficción.

Al investigar y conocer los diferentes conceptos que se manejan sobre la producción audiovisual se planteó como objetivo general: Analizar la producción audiovisual de Loja desde el año 2013 hasta el 2016, teniendo en cuenta sus ventajas, limitaciones y posibles oportunidades de fortalecimiento y la participación de la academia, pretendiendo conocer el crecimiento y problemas de la producción audiovisual.

Además se estableció tres objetivos específicos, el primero fue: estudiar el contenido de los productos audiovisuales de no ficción (documentales, reportajes y programas de televisión) en los canales UV Televisión, Canal Sur Televisión Municipal, la academia y productoras de la ciudad de Loja, en el período 2013-2016. Para cumplir con este objetivo se recurrió a la búsqueda de varias productoras y personas vinculadas al mundo audiovisual, ayudando a recoger información e introducirlas en matrices para su correcto uso y clasificar la información que fue adquirida.

El segundo objetivo consistió en analizar las características estéticas de los productos audiovisuales creados en la ciudad de Loja desde la aprobación de la Ley Orgánica de

Comunicación en el 2013 hasta diciembre 2016. Para validar este objetivo fue necesario la utilización de dos fichas de observación, una de imagen y la otra para el sonido, mismas que se estructuraron con datos importantes para la evaluación de los productos audiovisuales.

Para el tercer objetivo se planteó: indagar cuál es la situación actual de las productoras responsables de la creación de productos audiovisuales en la ciudad de Loja, objetivo que se trabajó mediante entrevistas y la realización de una ficha de inventario de todos los productos audiovisuales realizados desde el 2013 hasta el 2016 separándolos por los géneros a investigar, permitiendo hacer un balance de la producción realizada en esos años.

En el cuarto objetivo: describir la participación de la academia lojana en la producción audiovisual a analizar en el presente trabajo y su vinculación con las televisoras locales desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013. Se realizó una entrevista a la excoordinadora de la carrera de Comunicación Social, Mónica Hinojosa, quien explicó la función que cumple la academia.

Y para finalizar el último objetivo fue: proponer alternativas que mejoré la producción audiovisual de no ficción y su participación en los medios de comunicación local.

La metodología empleada incluye la utilización del método cualitativo a partir del método etnográfico, el cual permitió analizar y dar una interpretación de la información para luego ser clasificada de una manera correcta; el método cuanti-cualitativo contribuyó en el desarrollo de las representaciones gráficas, análisis e interpretación de los resultados; el método sintético permitió la elaboración de las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron después del proceso investigativo.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. EL AUDIOVISUAL

El audiovisual es un proceso en el que se articulan de manera ordenada y sistematizada componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos con el fin de obtener un producto de sonidos e imágenes en movimiento.

La fecha oficial de nacimiento del cine fue el 28 de diciembre de 1895. Los hermanos Lumière mostraron sus películas en el Salón Indien de París, una de las primeras fue *La llegada de un tren a la estación de Closat*, que mostraba una locomotora que parecía salirse de la pantalla. Su éxito que comenzó a declinar cuando el público empezó a cansarse de contemplar la vida cotidiana que ofrecían sus proyecciones: *Salida del trabajo* o *Tráfico*, ambas en un único plano fijo.

El arte audiovisual surge con el desarrollo del cine sonoro, a finales de la década de 1920**.** Segun Julier (2009, p.9) en 1927 el cine habló por primera vez. *El cantante de jazz (The Jazz Singer*, 1927) de Alan Crossland, se convirtió en la punta de lanza de una novedad cinematográfica: el sonido. En 1935 aparece la primera película satisfactoria de largo metraje en colores: *Becky Sharp*, que marca el comienzo del cine comercial en colores.

A partir de ese momento, el cine apostó todo a las palabras y a la música, inaugurando una nueva era en su historia.

> El término audiovisual empieza a usarse en Estados Unidos en los años treinta tras la aparición del cine sonoro. Sin embargo, es en Francia, durante la década de los cincuenta, cuando esta expresión comienza a ser usada para referirse a las técnicas de difusión simultáneas. A partir de entonces el concepto se amplía y el término se sustantiva. En el terreno de los medios de comunicación de masas se habla de lenguaje audiovisual y comunicación audiovisual (Vega, 2012. p 1).

Según la Escuela de Artes Gaspar Becerra (2008) la televisión se ha convertido en el medio que permite transmitir al mismo tiempo imágenes con sonido. Permitiéndole que con un gran atractivo realice emisiones y retransmisiones que los demás medios se dificultan al realizar, tal es el caso de la radio, en el cual solo se puede transmitir el sonido.

El audiovisual es una forma de comunicar que como los otros medios de comunicación debe cumplir funciones básicas que son: informar, entretener, educar o culturizar. Aunque nos presenta información del mundo real o historias ficcionales, denuncias sociales y económicas, siempre será guiado y mostrado dependiendo el punto de vista de los productores, de igual manera es una manera muy práctica de ayudar involucrándose en la cultura, educación, entre otros.

El avance de la tecnología y la creación de nuevas plataformas han facilitado el trabajo y han creado una mayor competitividad al momento de construir un producto audiovisual.

2. PRODUCTO AUDIOVISUAL

Como ya se ha mencionado la producción audiovisual es el arte de elaborar y transmitir mensajes de la vida cotidiana a través de unificar imágenes con sonido. El factor creativo, económico y de difusión juega un rol importante a la hora de realizar un producto audiovisual.

Los audiovisuales facilitan la transmisión de mensajes clave a las audiencias deseadas, a través de la presentación de historias, experiencias personales o relatos tanto de ficción como de no ficción, por lo que se puede decir que una obra audiovisual se puede realizar por medio de un reportaje, un documental, un spot, una película, un

programa de TV y en la actualidad, gracias a las nuevas plataformas digitales, se está trabajando las retransmisiones en directo o streaming.

Un producto audiovisual transmite información debidamente procesada y para su creación se realiza una investigación acerca del tema que se desea mostrar.

Según Tíscar (2011) lo primero que se debe tener en cuenta es la necesidad de contar, de compartir una idea, un sueño, una historia, una realidad, una crítica. Existen varias cosas que se pueden crear utilizando las producciones audiovisuales.

Se mantiene la idea de que cualquier persona puede realizar un producto audiovisual, teniendo en su poder los materiales básicos como lo es una cámara de video y equipo para captar sonido. Pero existe una gran diferencia entre la creación de un producto audiovisual de un aficionado y el de una persona profesional que lleva tiempo en el campo audiovisual, pues tendrá siempre presente los lineamientos necesarios para una producción de calidad.

> Sin embargo, la producción audiovisual requiere mucho más que arte e involucra muchos aspectos y procesos que deben ser tomados en cuenta, ya sea en producciones de cinco minutos o las megas producciones de cuatro horas. Todas las producciones deben seguir un desarrollo de: guión, una pre-producción, una producción, una post-producción y finalmente, una difusión (Terán, 2012 a, p.4).

El llevar a cabo todas estas etapas de la producción puede garantizar que el producto final sea de calidad, pero influye en cómo se trabaje y el conocimiento de cada uno de los miembros del equipo. “Todas las actividades que ocurren en estas etapas son importantes y ninguna ocurre sin la otra, desde conseguir fondos o hacer una buena toma, poner una buena iluminación o saber dónde se exhibirá el producto, todas son importantes y necesarias”. (Terán, 2012b, p.4)

Realizar todas estas etapas de forma organizada siempre influirá en el producto final, su calidad siempre se regirá a la forma de trabajar de todos los integrantes del grupo.

Para la producción audiovisual se debe pasar por tres fases básicas que son: pre-producción, producción y post- producción.

2.1 PRE-PRODUCCIÓN

La pre-producción es la primera etapa, inicia desde el instante en el que nace la idea hasta el momento que empieza la grabación. Entre sus máximos objetivos está el de asegurar las condiciones óptimas para la realización.

> La Pre-Producción es, habitualmente, la fase más larga de una producción, todo depende de la complejidad del proyecto y de los obstáculos previsibles. Es durante esta fase que la producción puede ser encaminada por el rumbo correcto o desviado en tal extremo que no habrá tiempo, talento o habilidad de edición más adelante que pueda salvarla. Así mismo, el equipo tendrá mayores posibilidades de evitar errores u olvidos, restando así el impacto de imprevistos, retrasos y dificultades que normalmente se encuentran durante el rodaje. (Masache, 2008, p. 48)

Hay un conjunto de actividades destinadas a la guionización y a la organización de la producción (esto último consiste en la formación del equipo de trabajo, distribución de roles, redacción del proyecto, presupuesto, financiación, plan de producción -locación, rodaje).

EL GUIÓN

Según Sierra (2016) una producción audiovisual nace a partir de una simple idea, de una obra literaria o un acontecimiento real. Lo que llamaremos en general guión deberá pasar por diferentes procesos de escritura para obtener una obra concisa y particular que será la guía de todo el proceso de producción audiovisual. En la elaboración del guión debemos distinguir dos fases:

- Guión Literario: Es la historia (con final o sin final) desarrollada de forma cronológica en el que se describe a través de las palabras, las imágenes y los sonidos. Un buen guión literario tiene que transmitir la información suficiente para que el lector visualice el video.

- Guión Técnico: Es la descripción detallada de cada imagen, sonido y acción que se grabará, en el que se puntualiza los pormenores de la posición de la cámara, encuadre, decoración, efectos especiales, iluminación, actores, diálogos, músicas y ambiente de escena; dependiendo de la obra audiovisual que se vaya a realizar.

Al momento de escribir un guión siempre se debe tener en cuenta, la historia, la forma de pensar de la época, no se puede escribir sin antes haber analizado el año o período en que va trascurrir la historia.

> El guión propone arquetipos y no estereotipos. Las historias arquetípicas desvelan experiencias humanas universales que se visten de una expresión única y de una cultura específica. Las historias estereotipadas hacen justamente lo contrario: carecen tanto de contenido como de forma. Se reducen a una experiencia limitada de una cultura específica disfrazada con generalidades rancias. (Robert, 2013, p. 9)

Si no se tiene en cuenta estos parámetros al momento de escribir, la obra audiovisual está amenazada de perder relevancia y calidad, puesto que el mensaje que pretende transmitir pierde importancia.

2.2 PRODUCCIÓN

Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital. En esta etapa de la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc.

> Para poder llevar a cabo un buen rodaje, es preferible que el equipo posea ciertos prerrequisitos mínimos en lo referente al lenguaje audiovisual, a los métodos de trabajo en el rodaje y a los aspectos técnicos de la producción. Además es necesario e importante llevar con nosotros el guión, el plan de rodaje y el calendario de rodaje; estos elementos nos indicarán dónde, cómo y cuándo realizar la filmación. (Beayvais, 1989, p. 137-143)

Como manifiesta Rabiger (2005), la etapa de rodaje es aquella donde se realiza el proceso global de grabar o filmar un proyecto audiovisual. En esta etapa se unen tanto el

personal humano como los recursos técnicos necesarios para la captura de las imágenes y el sonido, para darle forma a lo que se quiere comunicar. En esta etapa el rol del director es fundamental.

2.3 POSTPRODUCCIÓN

Según el portal web Media (2016) del Ministerio de Educación de España, la postproducción es la última parte del proceso de producción de un programa. Etapa, en suma, en la que se dota de unidad al programa y se añaden los últimos flecos antes de su emisión. Las tres áreas más importantes en la finalización de un producto audiovisual son: la edición, la sonorización y los efectos especiales.

Consiste en la selección del material grabado. De esta forma se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra, se trabaja la corrección de la imagen, como también el audio y se toma la decisión de repetir alguna toma o grabar cierto audio si es que se lo requiere.

2.4 DIFUSIÓN

La difusión es la parte final de una producción pero no la menos importante, pues aquí se busca las maneras de cómo vender el producto y que sea observado y adquirido por la gente para obtener ganancias del mismo.

Dar a conocer una obra audiovisual en la actualidad es más fácil que en años anteriores, gracias a las plataformas digitales, la televisión, salas de cine, entre otros.

El Consejo Nacional de Cinematografía (2013), ha venido emprendiendo varias acciones para que nuevos públicos accedan al cine ecuatoriano e independiente a través de diferentes espacios y plataformas, con el fin de garantizar el ejercicio de los derechos culturales. En el año 2015 mediante resolución se crea el Sistema Nacional de Difusión

Cinematográfico (SND), el cual tiene como finalidad contribuir a la formación de públicos a través del acceso a la cinematografía ecuatoriana y de la región en espacios alternativos de exhibición, a nivel nacional e internacional.

La promoción es complementaria a la difusión, y puede iniciar antes o en forma paralela a esta y se dedica a brindar información de manera directa y personalizada a los posibles usuarios procurando crear un mayor interés en las personas.

Rodríguez Gaudy en su libro *Introducción al Marketing (2001)* menciona que la promoción puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios y productos.

Es muy importante la difusión y promoción del producto audiovisual ya que este puede ser el inicio para la financiación de nuevos proyectos audiovisuales.

3. GÉNEROS AUDIOVISUALES

Luego de estudiar el origen y las etapas de la producción audiovisual, es importante recalcar algunas de sus características. El momento de crear un producto audiovisual como ya se mencionó, debe ser un proceso que debe realizarse lo más organizado posible.

Es bueno mencionar que dependiendo del tipo de producción las fases tomarán más tiempo o se realizarán más rápido de lo previsto. No se puede comparar la realización de una noticia, de una película o de un documental, que puede variar dependiendo de las exigencias.

José Martínez Abadía[1] (1993), plantea tres grandes grupos de producciones:

[1] Información tomada del repositorio de la UIDE de la tesis de María Gabriela Montero Ulloa, pagina 14-15. Recuperado de http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/479/1/T-UIDE-0445.pdf

El reportaje donde “el realizador no puede influir sobre el desarrollo del acontecimiento y solo decide sobre temas técnicos como el encuadre de la toma, el momento de realizarlas”. De igual manera los documentales “que parten de hechos reales, pero en los cuales existe una manipulación creativa en cuanto a la manera de presentar las acciones y hechos”. Y por último los de argumento “que serían todos los programas de televisión en los que se desarrolla una historia inventada o creada por un guionista, implica un alto grado de fantasía creativa”.

En este tipo de proyectos audiovisuales se emplea un mayor tiempo de producción por la complejidad del trabajo y todo lo que involucra, también se definen como la obra que utiliza las fuentes de la información para alterarla, tratando de no alejarse de la realidad.

Según Hernán Abad (2015) la mayoría de contenidos audiovisuales que sirven para el entretenimiento se dividen en: Foto-Relato, Película, Video Clip, Spot y Docu-ficción.

- Foto-relato:[2] Se refiere a la narración audiovisual de una historia real o irreal, a través de imágenes fijas y que posee sonidos de acompañamiento que puedan guiar el relato que se quiere contar.
- Película: Es una obra cinematográfica que en la mayoría de las producciones cuenta una historia ficcional, y cuyo contenido se elabora por medio de un guión donde los actores son los protagonistas de la narración.
- Video clip: Es la realización hecha en imagen de una música, que no cuenta con una historia cerrada. Lo rescatable de estas producciones, es que se utiliza el lenguaje audiovisual, como una base narrativa.

[2] Información tomada del repositorio de la Universidad Nacional de Loja de la tesis de Hernán Abad, pagina 146-147. Recuperado de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10913/1/correcion-tesis-HERNAN.pdf

- Spot: Se refiere a la publicidad, el comercial o las campañas. La persuasión audiovisual es el recurso principal en este subgénero. Puede durar entre diez segundos hasta un minuto.
- Docu-ficción o falso documental: Es un subgénero del documental que utiliza contenidos ficcionarios para construir un discurso basado en la realidad. Por lo general, lo utilizan para recrear algo que no se puede filmar.

Pero es importante conocer los conceptos de un documental, reportaje y programa de televisión que son parte importante en la investigación del tema.

4. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

Todos los componentes que intervienen en el lenguaje audiovisual posibilitan el entendimiento de una obra de vídeo, porque "contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos" (Graells, 1995, p. 1)

Estos elementos se caracterizan por ofrecer mecanismos icónicos, por brindar información al receptor, por ser un lenguaje sintético y porque expresa emociones al público.

> El lenguaje audiovisual es sintético: sonido-imagen-movimiento, el lenguaje audiovisual es un lenguaje de participación en el acontecimiento, pues permite representar la realidad de modo tal que nos sentimos identificados con lo que vemos y escuchamos, captando con más fuerza nuestra atención, despertando múltiples emociones. (Guerra. S,1984, p. 213)

Karina Crespo (2002) menciona que en el lenguaje audiovisual se puede considerar diversos aspectos o dimensiones. Se lo puede analizar por medio de tres aspectos: Morfológico, Sintáctico y Semántico.

4.1 ASPECTO MORFOLÓGICO

De la misma manera que cuando elaboramos mensajes con los componentes del lenguaje verbal, utilizamos nombres, adjetivos, artículos y otros elementos morfológicos.

Por la unión de estos componentes nace el lenguaje audiovisual y podemos decir que es fundamental para entender una parte del producto audiovisual.

4.2 ASPECTO SINTÁCTICO

Se caracteriza por la composición de los elementos técnicos de la imagen y el sonido. Los aspectos sintácticos a considerar son: Composición, Planos, Angulación y el Movimiento de la cámara. Dependiendo de la asociación que se obtenga de estos elementos, se construirá el discurso de la historia audiovisual.

4.2.1 PLANOS

El plano es parte del encuadre que le podemos dar a una imagen dependiendo del mensaje que queremos transmitir.

> La composición interna del encuadre se configura al seleccionar el tamaño de lo representado, la proporción del espacio real que queda inscrito dentro de los márgenes del marco. En la mayoría de los medios de registro, cada una de las posibilidades de encuadre según este criterio se denomina plano. (Aparici, et al,2009, p.53)

Los planos más usados recopilados principalmente del libro "La Imagen" de Roberto Aparici et al, con sus respectivas siglas son:

- GPG: Gran plano general o plano panorámico. Es un plano descriptivo del escenario donde se desarrolla la acción La figura humana apenas se distingue.
- PG: El plano general que también se denomina plano entero o de conjunto, Describe asimismo la acción que se desarrolla en la secuencia, pero la dimensión del espacio representado se acerca a la de la figura humana completa.

> Los planos abiertos proporcionan una impresión general, permitiendo que el público pueda ver todos los elementos contenidos en la escena y empiece a pensar sobre qué es lo que más llama su atención en lugar de concentrarse en el punto específico que el realizador está intentando mostrar en ese momento. (Millerson; 1990, p. 59)

- PA: Plano americano o plano tres cuartos corta la figura humana a la altura de las rodillas, sirve para mostrar acciones del personaje.
- PM: El plano medio corta al sujeto por la cintura Se aprecia con más claridad la expresión del personaje aunque conservando una distancia respetuosa.
- PP: Primer plano corta por los hombros y permite acceder con más eficacia al estado emotivo del personaje.
- PPP: El primerísimo primer plano o gran primer plano corta por la parte superior de la frente y por la barbilla. Este es el plano donde se contiene la expresión de forma más concreta
- PD Recoge una parte pequeña de la figura humana: una mano, los ojos, una oreja, etc.

> Los planos cortos son muy interesantes para revelar detalles (aunque algunas veces resultan excesivos). También limitan mucho la visión que el público tiene de la escena y puede resultar molestos al obligar a 48 concentrarse en zonas muy limitadas de la acción. (Millerson; 1990, p 58)

Crespo (2002) menciona que el plano es la unidad básica del lenguaje audiovisual, como para la lectoescritura podría ser la estructura de combinación de códigos que determinan significados, para el lenguaje audiovisual la composición con esos códigos se organiza fundamentalmente en planos.

- Plano Secuencia: Se aplica a una toma que puede moverse y variar su encuadre registrando una o varias acciones en continuidad, aunque lo registrado no sea propiamente una secuencia, permite presentar una gran cantidad de personajes y de información.

4.2.2 ANGULACIÓN

Normal: el ángulo de la cámara es paralelo al suelo. La cámara se puede colocar de muchas formas, invertida, a ras del suelo, etc.

Picado: Cuando la cámara está sobre el objeto, en un cierto ángulo. El objeto está visto desde arriba. Suele emplearse a veces para destacar aspectos psicológicos, de poder, etc. Se le da al personaje un nivel de inferioridad o de víctima. "El picado (toma de arriba hacia abajo) tiende a empequeñecer al individuo, a aplastarlo moralmente bajándolo al nivel del suelo, y a hacer de él un objeto enviscado en un determinismo invencible y juguete de la fatalidad". (Martin, 2002, p. 47)

Contrapicado: La cámara se coloca bajo el objeto, destacando este por su altura y le da al personaje un nivel de superioridad.

> El contrapicado (el individuo es fotografiado de abajo hacia arriba: el objeto está por debajo del nivel normal de la mirada) suele dar una impresión de superioridad, de exaltación y de triunfo, pues aumenta a las personas y tiende a magnificarlas destacándolas en el cielo hasta aureolarlas con una nube. (Martin, 2002, p. 47)

Cenital: la cámara se sitúa completamente por encima del personaje, en un ángulo perpendicular.

Nadir: la cámara se sitúa completamente por debajo del personaje o del objeto, en un ángulo perpendicular al suelo:

A estos ángulos podemos añadir lo que Marcel Martin (2002) define como idea no textual, encuadre desordenado, por el motivo que la cámara se mueve en diferentes direcciones.

4.2.3. MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Se entiende por movimiento de cámara a la acción que realiza el operador de cámara en el momento de la grabación, tomando en cuenta la angulación y planos de la imagen.

> La grabación de una serie de imágenes nos permite captar el movimiento de una escena para luego reproducirlo y repetirlo cuantas veces queramos. Pero no sólo podemos captar el movimiento de coches y personas que recogemos a través de nuestra cámara. La cámara también se puede mover y puede estar cambiando constantemente el punto de vista desde donde mira. (Tiscar, 2011, p. 11)

Los movimientos de la cámara pueden ser físicos u ópticos:

- Zoom: es un desplazamiento óptico hacia adelante (zoom in) o hacia atrás (zoom out) donde se amplía o disminuye el campo visual del objeto encuadrado o enmarcado, este movimiento se lo puede realizar digitalmente al momento de la edición o directo en cámara o manualmente moviendo la óptica del lente.
- Tilt: se conoce como tilt al movimiento vertical de la cámara hacia arriba (tilt up) o abajo (tilt down) sobre su propio eje.
- Paneo: el paneo es un movimiento horizontal sobre su propio eje que genera: una secuencia de movimiento, un desplazamiento temporal o un cambio de encuadre principalmente.
- Travelling: es un desplazamiento de la cámara acompañando una acción o un personaje, este movimiento se puede realizar con cámara en mano, sobre el hombro, con un artefacto que evita la vibración y movimientos bruscos llamado steadycam, sobre un sistema de rieles con un carro llamado Dolly, con un trípode de ruedas o simplemente sobre un objeto en movimiento.

Para Alberto Lacasa (2016) el travelling implica un cambio de posición de la cámara que suele venir acompañado de un movimiento en panorámica, aunque no necesariamente, refuerza elementos con carga dramática y muestra elementos del plano que quedan ocultos. “La fisiología de la mirada depende de los movimientos de los ojos, a la vez movimientos incesantes e inconscientes (motilidad) y movimientos constantes y conscientes (movilidad)”. (Virilio, 1998, p.80)

La utilización de estos planos ayuda a que el producto tenga mayor impacto en la persona que lo observa, aportando ritmo a la imagen para un mayor entendimiento de la idea que se quiere transmitir.

4.3. ASPECTO SEMÁNTICO

Es el mensaje que se transmite a través de la imagen. Por ende, es un análisis subjetivo de la realidad plasmada en la fotografía. Se debe tomar en cuenta el punto de vista del realizador para conocer lo que este quiere contar en la obra.

5. INNOVACIÓN AUDIOVISUAL

Aunque en su mayoría las productoras independientes cuentan con escaso personal de planta, siempre la creatividad y la innovación de productos que muestran una forma atractiva de observar el video está ligado al avance de la tecnología.

Si bien el avance de la tecnología ha permitido que los costos de producción disminuyan y como lo menciona Motta (2015, p.3a) está mayormente incorporado en equipos y programas de software que las empresas del sector compran en otros sectores, que son los generadores de dichas tecnología. Mostrando importantes cambios en la manera de producir y de difundir los productos audiovisuales. Pues según él mismo Motta (2015, p.4b), un claro ejemplo de ello ha sido el desarrollo de los nuevos formatos digitales, teniendo una serie de ventajas técnicas y económicas respecto de los formatos anteriores. Se menciona que las principales ventajas son el menor peso de las cámaras, la facilidad de revisión del material, las mayores facilidades para la introducción de efectos especiales.

Aunque la innovación es buena al momento de competir con las demás productoras, no es una de las mejores estrategias que se puede aplicar, el motivo radica en que el

personal que trabaja en una producción con el tiempo llega a otra productora para aplicar los conocimientos obtenidos anteriormente, limitando la exclusividad de las productoras.

6. AUDIOVISUAL EN LOJA

Según Hernán Abad[3] (2015, p.31) en Loja el audiovisual prácticamente está unido al trabajo realizado por la Universidad Nacional de Loja, que considera la precursora en traer la producción audiovisual a la región sur del país y por ende a la ciudad de Loja

A pesar de que la televisión llegó en 1968, jamás se realizó filmaciones dentro de la ciudad y provincia, porque lo que se transmitía en la TV, eran producciones hechas en Quito, Guayaquil y Cuenca, a más de divulgar películas extranjeras.

Cabe mencionar que se dice que en la década de los 50, el quiteño Enrique Rojas, filmó a través de su video-cámara la procesión de la Virgen del Cisne, en la vía Loja-Catamayo, lastimosamente no se encuentra registro alguno de ello, pero mucha gente da testimonio de que se proyectaron esas imágenes por primera vez en el centro de la ciudad, provocando el asombro entre el público.

Además, Omar Burneo[4](2015) cree que en 1973 la empresa Canta Claro, realizó un spot publicitario para promover su marca en la urbe, aunque tampoco se cuenta con registro alguno.

Pero, la primera realización audiovisual que se ha efectuado en la ciudad y en la Universidad Nacional de Loja, y que se cuenta con registro de ello, es el documental *Los efectos por la Lluvias,* que se lo grabó en 1983. Según Omar Burneo (2015b), fue una producción de ensayo, donde se filmaron los estragos de las lluvias que azotaron a

[3] Op.cit.
[4] Citado por Hernán Abad, op.cit.

la provincia de Loja en la década de los ochenta, y cuya duración fue de aproximadamente veinticinco minutos.

La primera película que se realizó con financiamiento de la Universidad fue *Yamaya Shuar,* "que además fue la primera producción en el sur del Ecuador, y su preproducción inició en 1980, haciéndose realidad entre 1983 y 1984" (Diario La Hora, 2013, pág. A4).

Desde ese momento hasta la actualidad en Loja se han creado varios productos audiovisuales de carácter académico, social y cultural, como: *Los Saraguros, La Virgen del Cisne, Atrapen al Santo, La Miel de las Morojas, El Duende y la Biendivia, Loja Esencia Musical*, entre otras, que dan fe de las producciones audiovisuales de la ciudad.

Desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), en su artículo 97, donde obliga a los canales a que el 60 % de su programación sea producción nacional y que el 10 % sea destinado a la producción independiente (LOC, 2013, p.119), abriendo oportunidades para las personas y productoras que les permita crear más productos audiovisuales.

Esto ha ayudado al crecimiento del audiovisual en el Ecuador, mas no en Loja pues la producción desde la aprobación de la ley en el 2013 hasta la fecha es baja, sobresaliendo contados productos audiovisuales financiados por las universidades con fines académicos o en su caso instituciones públicas como privadas.

7. ACTUALIDAD DEL AUDIOVISUAL EN LOJA

En la actualidad en la ciudad de Loja la institución que ha apoyado al crecimiento y fortalecimiento del audiovisual ha sido el Ministerio de Cultura, que por medio de

capacitaciones y talleres orienta a los productores para llevar una idea a la acción, los recursos narrativos, sus aspectos técnicos y creativos.

Si bien la academia ha sido parte fundamental en el crecimiento de artes audiovisuales, en sus últimos años ha quedado estancada como menciona Abad (2015), tal es el caso de la Universidad Nacional de Loja, quien solo se ha dedicado a la creación de programas de imagen institucional mas no a la producción de documentales o reportajes que vinculen a la sociedad lojana en ámbitos sociales.

7.1 PRODUCTOS AUDIOVISUALES TRASMITIDOS EN LOS CANALES DE LOJA

En la ciudad de Loja existen dos canales televisivos como: UV Televisión, que es una de los primeros canales de la ciudad y Canal Sur Televisión Municipal inaugurado en 2015.

UV Televisión: Según su portal web, su año de creación fue en el año de 1968 con el nombre de Canal 4, Ciudad de Loja, con transmisiones en blanco y negro. A partir del 1994 pasó a denominarse UV Televisión y desde entonces, incrementó sus emisiones diarias a color como sus programaciones informativas.

Su contenido se basa en la transmisión de programas de noticias, deportes, entretenimiento y religiosos según su parrilla de programación. Mantienen alianzas con el Canal Vasco, TeleSur, Cuba Visión, los cuales aportan programas creados en sus países de origen.

En cuanto a Canal Sur Televisión Municipal, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, mediante resolución RTB 120 emitió la concesión

del canal sur de televisión municipal a favor del Municipio de Loja, permitiendo de esa manera su creación el 3 de febrero del 2015.

Su programación varia en noticias, deportes, entretenimiento, farándula y programas con formatos de entrevistas realizados por el canal mismo, realiza transmisiones de programas como Educa, que se transmiten en el canal Ecuador TV.

8. EL CONSEJO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA

El Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine), creado por medio de la Ley de Fomento del Cine Nacional (2006), es la institución encargada de fortalecer la industria cinematográfica ecuatoriana. El CNCine es el organismo facilitador de las actividades y ejecutor de las políticas encaminadas a fortalecer la cultura cinematográfica del país; es el punto con los espacios internacionales de fomento, intercambio y capacitación en materia cinematográfica.

El CNCine trabaja en cinco ámbitos:

- Fomento a la producción cinematográfica a través del Fondo de Fomento Cinematográfico.
- Difusión nacional de la producción ecuatoriana.
- Difusión y promoción internacional de la cinematografía ecuatoriana
- Formación y capacitación, tanto en el ámbito profesional como amateur
- Investigación, rescate y puesta al servicio de la ciudadanía del patrimonio fílmico ecuatoriano.

9. LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

El artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC, 2013) señala que los medios de comunicación audiovisual de origen nacional, destinarán de manera

progresiva, al menos el 60% de su programación diaria a la difusión de contenidos de producción nacional y este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. En el artículo 98 se propende que la publicidad debe ser en un 80% producción nacional y en el artículo 102 que los canales de televisión inviertan al menos del 2 al 5% de su facturación en producción nacional y exhiban al menos dos filmes de producción nacional independiente; y según el artículo 60 de la misma ley los contenidos deberán clasificarse en informativos, de opinión, culturales, entretenimiento, deportivos; y, publicitarios.

Sin embargo los datos de horas exhibidas en la televisión privada ecuatoriana en 2012, publicados por CIESPAL, muestran que el 57% corresponde a entretenimiento y 19,5% a información, es decir 3/4 partes de la programación están copadas por dos géneros; la cultura, los programas de opinión, el deporte y la publicidad ocupan menos del 25% de la oferta televisiva en 2012.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En la presente investigación como cimiento del conocimiento científico, conectamos la observación, descripción y explicación de los distintos métodos para alcanzar los objetivos que fueron planteados, de tal manera que se trabajó en la investigación titulada: Análisis de la producción audiovisual local en la ciudad de Loja, Ecuador, a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013 – 2016, donde se utilizarón varios métodos y técnicas lo que permitió recopilar, analizar e interpretar la información para ayudar a resolver la problemática planteada.

Los métodos utilizados en la presente investigación fueron el método etnográfico, que permitió recopilar información basada en teorías, conceptos y procedimientos de los diversos autores citados, que contribuyeron a dilucidar la investigación como también realizar la interpretación de la información recolectada. De igual manera el uso del método cualitativo, que nos permitió hacer una observación y recopilar datos necesarios para nuestra investigación.

Las fichas de observación empleadas fueron elaboradas previamente incluyendo parámetros que resultaron relevantes dentro de la investigación. Este instrumento fue aplicado de forma individual, actividad que fue realizada por el investigador de la presente tesis, con conversaciones tras la obtención de una base de datos de las productoras y directores audiovisuales, acceso a los archivos de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal, visitas a instituciones y búsqueda en las plataformas de internet.

La encuesta fue otro instrumento empleado en el proceso de investigación, se realizó a 73 alumnos de la Universidad Nacional de Loja pertenecientes al sexto y octavo ciclo de la carrera de Comunicación Social y estuvo compuesta por siete preguntas, las cuales

se elaboraron con la finalidad de investigar uno de los objetivos que apunta a la participación de la academia en la producción audiovisual, teniendo en cuenta variables e indicadores como: conocimiento de productos creados en su universidad, su participación en producción audiovisual, plataformas de difusión y su criterio sobre la programación de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal.

Las entrevistas realizadas constituyeron de forma transcendental dentro de la investigación, debido a la información que se obtuvo de la coordinadora de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Cesar Sandoya, como ex-director del Departamento de Comunicación e Imagen Institucional, Karina Valarezo directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja, Altaira Rojas, integrante de la productora "Aurora Films" y Paul Moreira con su larga trayectoria de productor audiovisual y cineasta, creador de varias películas lojanas y dialogo con Norma Riofrio y Carlos Ojeda. A quienes se les explicó el motivo de la entrevista y en la cual se abordó temas sobre creatividad, oportunidades, debilidades, producción, difusión, financiamiento, y realidad de la producción audiovisual local, también sobre la participación de la academia, la vinculación con los canales de televisión local y los beneficios que trajo la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Las entrevistas tienen una duración de entre 20 a 30 minutos.

Los instrumentos y herramientas utilizados fueron concretos y permitieron indicar lo que se midió con facilidad y eficiencia, considerando tres aspectos importantes: validez, confiabilidad y factibilidad, por ello se creyó conveniente la utilización de todos los métodos antes mencionados.

La información recolectada fue vaciada en matrices.

Población y muestra

La población de la investigación es finita y está conformada por un universo de 73 estudiantes, una coordinadora de la carrera de Comunicación Social, un ex-director del Departamento de Comunicación e Imagen Institucional de la Universidad Nacional de Loja, de igual manera una directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja, dos productores audiovisuales, dando como resultado total de la población y universo 78 personas.

Cuadro N°1

Población de Investigación

	Población	Muestra
Estudiantes	73	73
Entrevistados	5	5
Creadores de productos audiovisuales	8	112
Total	86	196

Autor: Santiago León

f. RESULTADOS

Objetivo N°1

- Estudiar el contenido de los productos audiovisuales de no ficción (documentales, reportajes y programas de televisión) en los canales UV Televisión, Canal Sur Televisión Municipal, la academia y productoras de la ciudad de Loja, en el periodo 2013-2016.

Mediante el monitoreo a estos medios de comunicación se pretendió conocer si transmitieron productos audiovisuales en convenio con las productoras locales en la programación de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal, academia y productoras de la ciudad de Loja, en el periodo 2013- 2016

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL CANAL "UV Televisión"				
UV TELEVISIÓN					
Nombre del programa	**Análisis**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Escenarios	Un magazín que mostraba información variada, con duración de 30 minutos transmitido en horario familiar de 20h00 a 20h30 y retrasmitido a las12h00 a 12h30 de lunes a viernes , producción propia del canal de UV Televisión .	Todo publico	- Notas turísticas, culturales - Entrevistas en vivo.	Con un enfoque de entretenimiento, que presentaba una o dos entrevistas por programa y de 3 a 4 notas turísticas. La conducción de dos presentadores que daban dinamismo al programa. Se trataban temas como el arte, música y cultura al igual temas de farándula y salud	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Raya Cero	Programa musical juvenil que combinaba con sketch, con duración de una hora transmitido en horario	Todo publico	- Difusión de videos musicales de producción local y nacional	Un programa enfocado al entretenimiento que mostraba videos	Lunes Martes Miércoles Jueves

	familiar de 14h30 a 15h00 de lunes a viernes y un programa retrasmitido los domingos de a las13h00 a 14h00, producción propia del canal de UV Televisión		- Videos de contenido humorístico	musicales juveniles y sketch. Con la conducción de dos presentadores que daban dinamismo al programa	Viernes
UV Deportes	Programe deportivo que abarca las diferentes disciplinas, con duración de 30 minutos y transmitido en horario familiar de lunes a viernes en dos emisiones al día, de 08h00 a 08h30, 12h30 a 13h00.	Todo publico	- Notas periodísticas deportivas, - Reportajes sobre el deporte nacional e internacional	Programa con enfoque deportivo, vinculado en su mayoría a las diferentes disciplinas que se realizan en Loja. Y un presentador de las notas deportivas	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
UV Noticias	Programa de noticias y entrevistas que abarca diferentes temas sociales, duración de una hora y media, transmitido en horario familiar de lunes a viernes en tres emisiones al día y una emisión el domingo, de 06h30 a 08h30, 13h00 a 14h00. 18h50 a 20h30 y los domingos de 20h30 a 21h30	Todo publico	- Notas informativas - Reportajes - Entrevistas - Debates.	Con un enfoque informativo, con dos secciones en el que se presentaba notas informativas y se realizaba entrevistas a invitados Un presentador de noticas que también realizaba las entrevistas.	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Domingo
La familia	Un magazín que mostraba información variada, con duración de una hora, transmitido en horario familiar de lunes a viernes 17h50 a 18h50 y retrasmitido los sábados a las 15h00 a 16h00 y los domingos de 11h00 a 12h00,.	Todo publico	- Notas Informativas, - Espacios musicales, opinión y de entretenimiento	Con un enfoque de entretenimiento, que presentaba una o dos entrevistas por programa y de 3 a 4 notas turísticas. La conducción de dos presentadores que daban dinamismo al programa. Se trataban temas como el arte, música y cultura al igual temas de farándula y salud	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábados Domingo
Doble vía deportiva	Contenido enmarcado en el contexto del deporte local, nacional e internacional, con una duración de 30 minutos, transmitido en horario familiar de lunes a viernes de 14h00 a 14h30. Estuvo al aire en el canal hasta el 2015	Todo publico	- Capsulas de información deportiva - Reportajes	Programa con enfoque deportivo, con tres secciones que dividían al programa en noticias locales, nacionales e internacionales. Contaba con un presentador	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes

Que noche	Programa cultural y de entrevista en la se invitaba a actores sociales de la política, arte, música de la ciudad y de la región. Con una duración de 30 minutos, transmitido en horario responsabilidad compartida de lunes a viernes de 21h00 a 21h30. Estuvo al aire en el canal hasta el 2014	Todo publico	- Entrevista - Capsulas informativas	Programa con enfoque formativo, educativo, cultural, en el cual se realiza una entrevista diaria	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Hablando de	Programas de debates. Con una duración de una hora, transmitido en horario de responsabilidad compartida los lunes de 21h00 a 22h00. Y retrasmitido los domingos de 15h00 a 16h00 Al aire desde el 2015.hasta la actualidad	Todo publico	- Debates - Espacio de opinión	Programa de opinión que se trata temas de todos los campos de la cultura, ciencia, arte, música y de la comunidad	Lunes Domingo
Tributo	Programa musical, con donde se difundía videos musicales de todo género ya sea nacional o internacional. Transmitido en horario de responsabilidad compartida los viernes 21h00 a 22h00. Y retrasmitido los domingos de 22h00 a 23h00 Estuvo al aire en el canal hasta el 2016	Todo publico	- Videos clips de artistas locales, nacionales e internacionales.	Programa de entretenimiento, en que se hacía culto a un artista alternado entre un nacional y un internacional	Viernes Domingos

Autor: Santiago León

Análisis

Esta investigación nos permitió analizar los contenidos de la parrilla de programación del Canal UV Televisión con un total de 10 programas analizados que entran en los años de investigación de la presente tesis 2013-2016.

En lo que se pudo investigar de la parrilla de programación del canal en los años que se investigó se pudo identificar programas con contenidos deportivos, informativos, formativos/educativos/culturales, entrenamiento y de opinión en su objetivo de cumplir lo que establece la Ley Organiza de Comunicación.

Lo géneros que más se utilizan es el reportajes, el magazín, la entrevista, el debate y los musicales. Lo que concierne a informativos las notas periodísticas es el recurso más utilizado en sus tres emisiones.

En los que pudimos constar que todos son aptos para todo público y 8 programas están en la franja familiar que comprende de 06:00 hasta las 18:00 y 2 en la franja de responsabilidad compartida que corresponde desde las 18:00 hasta las 22.00.

Los años tomados en cuenta para esta investigación se identificó que la parrilla de programación del canal UV Televisión, no recibió una modificación significativa, manteniendo la mayoría de sus programas al aire por varios años como lo son: Escenarios, Raya Cero, La familia, UV Deportes, UV Noticias, Hablando de, Tributo. Doble vía deportiva.

Cabe recalcar que todos los programas son transmitidos en vivo y son de producción propia del canal.

Los informativos como UV Noticias dan reprise a su información en la primera emisión del informativo y presentada información nueva en su segunda y tercera emisión. De igual manera los programas Escenarios, Raya Cero, La familia y tributo tienen su reprise los fines de semana.

Su parrilla de programación se completa con programas extranjeros de canales con los que mantiene convenios, programas de producción nacional y enlaces.

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DEL CANAL "Canal Sur Televisión Municipal"

"Canal Sur Televisión Municipal					
Nombre del programa	**Análisis**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Sur Noticas	Programa de noticias y entrevistas que abarca diferentes temas sociales, duración de una hora y media, transmitido en horario familiar de lunes a domingo en tres emisiones al día, de 06h30 a 08h30, 13h00 a 14h00. 18h50 a 20h30 y su reprises de la tercera emisión a las 22h00 a 23ho0	todo publico	- Notas informativas - Reportajes - Entrevistas - Debates.	Con un enfoque informativo, con dos secciones en el que se presentaba notas informativas y se realizaba entrevistas a invitados Un presentador de noticas que también realizaba las entrevistas.	Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Sábado Domingo
Sur deportes	Programe deportivo que abarca las diferentes disciplinas, con duración de 30 minutos y transmitido en horario de responsabilidad compartida los lunes martes, miércoles y viernes una sola emisión al día, de 20h00 a 20h30, 12h30 a 13h00.	todo publico	- Notas periodísticas deportivas, - Reportajes sobre el deporte nacional e internacional	Programa con enfoque deportivo, vinculado en su mayoría a las diferentes disciplinas que se realizan en Loja. Y un presentador de las notas deportivas	Lunes Martes Miércoles Viernes
Siete días	Programa de noticias institucionales, con una duración de una hora y treinta minutos, transmitido en horario familiar los lunes a las 06h00 a 08h00 y su reprise de 10h30 a 11h30 Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la institución.	todo publico	- Reportajes - Entrevistas - Notas informativas	Con un enfoque informativo, que presentaba reportajes que trataban temas institucionales de la Alcaldía de Loja y casos vinculados a la institución, y entrevistas a funcionarios de la alcaldía alterado con reportajes de 3 minutos de duración Y una presentador del programa que introducía a los temas a tratarse	Lunes

Dr. Katu	Programa educativo con una duración de treinta minutos, transmitido en horario familiar los miércoles de 10h30 a 11h30 Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la institución. El programa estuvo al aire hasta el 2016	todo publico	.- Entrevistas	Programa con enfoque formativo, educativo, cultural, en el cual se da a conocer el trabajo que se realiza en Bio-parque "Orillas de Zamora",	Miércoles
Personajes	Un programa educativo con una duración de treinta minutos, transmitido en horario familiar de lunes a viernes de 09h30 a 10h00 Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la institución.	Apto para todo el público	- Entrevistas - Espacios musicales, oratoria y arte	Programa con enfoque formativo, educativo, cultural, en vivo en el cual se habla de personajes históricos d ela ciudad y se entrevistan a personas que pueden aportar al tema	Lunes Martes Miércoles jueves Viernes
Riqueza Cultural y Religiosa	Programa religioso, cultural con una duración de treinta minutos, transmitido en la franja de responsabilidad compartida los miércoles desde las 21h30 a 22h00 Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la institución.	Apto para todo publico	- Reportajes	Programa con enfoque formativo, educativo, cultural, grabado que narra la historia de la arquitecturas históricas de la ciudad	Miércoles

Autor: Santiago León

Análisis

En el análisis realizado a la parrilla de programación de Canal Sur Televisión Municipal, canal público operado por la Alcaldía de Loja en los años de investigación 2013 al 2016, recolectamos información de 8 programas producidos en el 2016.

En lo que se pudo investigar de la parrilla de programación del canal en los años se pudo identificar programas con contenidos, informativos, formativos/educativos/culturales y de opinión, todos ellos enfocados a tratar temas

institucionales de la Alcaldía de Loja, a excepción de los deportivos en que se tratan diferentes temas del deporte local, nacional e internacional.

Lo géneros que más se utilizan es el reportaje, la entrevista, el debate. Lo que concierne a informativos las notas periodísticas es el recurso más utilizado en sus tres emisiones.

Todos los programas son aptos para todo público, 6 de ellos entran en franja familiar que comprende de 06:00 hasta las 18:00 y 2 en la franja de responsabilidad compartida que corresponde desde las 18:00 hasta las 22.00.

En los años tomados en cuenta para esta investigación se identificó en la parrilla de programación del canal UV Televisión, a la actualidad recibió modificaciones, integrando más programas con nuevos formatos, siendo solo Sur Noticas, Sur Deportes y Siete días los que siguen formado parte de la parrilla de programación.

El informativo Sur Noticas, programa que cuenta con más emisiones en la semana, retransmite todos los días su tercera emisión al horario de la franja que es para adultos que comprende desde 22:00 hasta las 06:00. De la mima manera el programa Siete Dias es retransmitido el mismo día de su emisión

De los 8 programas producidos por canal Sur Televisión Municipal en el 2016, siete salían al aire en vivo mientras que solo uno (Dr Katu) era grabado.

Su parrilla de programación se completa con programas extranjeros de canales con los que mantiene convenios, programas de producción nacional y enlaces.

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISON DE LA Universidad Técnica Particular De Loja

UTPL					
Nombre del programa	**Análisis**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Miradas	Programa edu-sociocultural y turístico del Ecuador, con una duración de 27 minutos, transmitido en el canal Telerama de Cuenca, en horario familiar, producido semanalmente por docentes y estudiantes de la UTPL.	Todo publico	- Reportajes	Con un enfoque formativo, cultural, educativo, que contenía 4 reportajes de 5 minutos cada uno. Y una presentadora del programa que introducía a los temas a tratarse	Domingo
7 Días en la Técnica	Programa de noticias, con una duración de 20 a 25 minutos, transmitido por el Canal Uv Televisión en horario familiar Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la universidad, es producido semanalmente por docentes y estudiantes de la UTPL.	Todo publico	- Reportajes - Entrevistas - Notas informativas	Con un enfoque informativo, que presentaba reportajes que trataban temas institucionales de la Universidad Técnica Partículas de Loja y casos vinculados a la institución Y una presentadora del programa que introducía a los temas a tratarse	Jueves

Autor: Santiago León

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA Universidad Técnica Particular De Loja

Universidad Técnica Particular De Loja					
Nombre del programa	**Año**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Museo de las madres conceptas de Loja	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria viva con enfoque cultural sobre la historia de las madres Conceptas	14-01-2013
Ingenio	2013	Todo	Reportaje	Memoria viva con enfoque cultural	21-01-2013

Azucarero Monterrey Alberto Hidalgo		publico		e histórico sobre una de la empresas más importantes de Loja	
Nambija entre el pasado y el presente	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje socio-cultural sobre la historia minera de Nambija, una de las minas aurífera más grande y famoso yacimiento que la provincia de Zamora Chinchipe ha tenido	09-05-2013
Pueblo de las mujeres	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje socio cultural	01-07-2013
Congreso internacional bioético	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje educativo y académico que realiza la UTPL como políticas institucionales.	23-11-2013
Florecimiento del guayacán	2014	Todo publico	Reportaje	Reporte turístico y académico sobre uno de los acontecimientos naturales más importantes de la ciudad de Loja	23-01-2014
Estudio de diversidad de insectos de Ecuador	2014	Todo publico	Reportaje	Reportaje científico, académico de investigación que realizan los profesionales de la UTPL	18-03-2014
Laboratorio de investigación y desarrollo de software	2014	Todo publico	Reportaje	Reportaje académico e institucional sobre la infraestructura la universidad	28-03-2014
Corredor turístico Zamora	2014	Todo publico	Reportaje	Reportaje turístico y cultura que tiene como tema dar a conocer a culturas Shuar de Zamora Chinchipe	08-04-2014
Solanum	2014	Todo publico	Reportaje	Reportaje científico	06-05-2014
Aprovechamiento sustentable de tintes vegetales	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje académico e institucional que abarca el tema la vinculación de la comunidad de la universidad	05-02-2015
Ciclo ruta Bosque seco	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje turístico y deportivo	23-03-2015
Fundación " Liga de caridad de Loja"	2015	Todo publico	Reportaje	Memoria viva con enfoque cultural sobre la historia de Liga de caridad de Loja	21-05-2015
Alkawary	2015	Todo publico	Reportaje	Reportajes institucional sobre los grupos musicales que pertenecen a la universidad	10-06-2015
Anturu	2015	Todo publico	Reportaje	Reportajes institucional sobre los grupos musicales que pertenecen a la universidad	05-07-2013
Ruta turística "Los tepuyes" un mágico lugar	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje turístico y culturales, que trata sobre los proyectos para trabajar en el desarrollo turístico protección ambiental e impulsar la capacitación turística que impulsa la universidad	01-01-2016
Buenas prácticas	2016	Todo	Reportaje	Reportaje académico donde se	27-01-2016

docentes		publico		muestran las practica docente que utilizan los docentes de la UTPL	
Misión idente ayuda a niños de zonas afectadas	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional sobre los proyectos humanitarios que impulsa la universidad	02-08-2016
Misión medica	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional sobre los proyectos humanitarios que impulsa la universidad	09-08-2016
Salto a salto a la violencia le ponemos alto	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional sobre los proyectos humanitarios que impulsa la universidad	30-08-2016
El milagro del palo santo	2015	Todo publico	Documental	Documental académico sobre los proyectos de investigación y de vinculación con la comunidad que realiza la universidad.	02-09-2015
Expedición al Alto Nangaritza	2015	Todo publico	Documental	Documental académico y científico sobre los proyectos de investigación y de vinculación con la comunidad que realiza la universidad. En este caso investigar la biodiversidad de la zona.	03-10-2015
Natem "La bebida sagrada de los Shuar"	2015	Todo publico	Documental	Documental científico y académico sociocultural sobre las tradiciones de los Shuar y su bebida la Yahuascar.	06-02-2015
Manglar sacrificio de una tierra	2016	Todo publico	Documental	Documental histórico de investigación que cuenta la historia del manglar en el archipiélago de Jambelí a través de sus protagonistas.	26-12-2016

Autor: Santiago León

Análisis

La Universidad Técnica Particular de Loja, en el 2013 al 2016 se pudo constatar que han trabajado en dos programas de televisión como lo es "Miradas" con un enfoque formativo, cultural, educativo abarcando temas edu-sociocultural y turístico del Ecuador, transmitido por el canal Telerama, tras un convenio entre la universidad y el canal. Una temporada de 29 programas en cual el recurso que se utilizaba para su contenido era el reportaje. De igual manera "7 días en la Técnica" era un programa de televisión de contenido informativo de noticas que especialmente trataba temas de la institución, las notas de televisión y reportajes era el principal recurso utilizado en este programa de televisión. Era transmitido por el canal UV Televisión.

De igual manera la Universidad Técnica Particular de Loja ha tenido una producción de 18 reportajes con un enfoque académico, cultural y científico e institucional, todos ellos enmarcados en las políticas de la universidad, su vinculación con la comunidad y proyectos de investigación.

Otro de los géneros audiovisuales que ha producido la universidad es el documental, 4 en total en los años de investigación con un alto contenido científico, educativo como como son los documentales "Natem, la bebida sagrada de los Shuar" y "Expedición al Alto Nangaritza", también socioculturales como el documental a estrenarse "Manglar sacrificio de una tierra" y también el documental "El milagro del palo santo", todos ellos con una alta calidad de imagen y buena investigación del tema.

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA Universidad Nacional de Loja				
Universidad Nacional de Loja					
Nombre del programa	**Análisis**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Nuestra Imagen	Programa de noticias institucionales de la Universidad Nacional de Loja con una duración de 30 minutos, transmitido los domingos en el canal Ecotel Tv, en horario familiar era producido semanalmente por el Departamento de Comunicación e Imagen Institucional de la UNL.	Todo publico	- Reportajes - Notas de televisión	Con un enfoque de género informativo, que presentaba reportajes que trataban temas institucionales de la Universidad Nacional de Loja y casos vinculados a la institución Y una presentadora del programa que introducía a los temas a tratarse	Domingo
Perspectivas de la Nueva Universidad	Programa de entrevista, con una duración de 30 minutos, transmitido el viernes y retransmitido el domingo por el Canal Uv Televisión y en horario familiar	Todo publico	- Entrevistas	Con un enfoque de género informativo, que constaba en invitar a un estudiante, profesor, autoridad o persona	Viernes Domingo

	Como estrategia de difusión se lo encuentra en la plataforma de Youtube en el canal de la universidad, era producido semanalmente por el Departamento de Comunicación e Imagen Institucional de la UNL.			vinculada a la Universidad Nacional de Loja, que tenga proyectos de investigación o publicaciones en la institución.	s

Autor: Santiago León

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA Universidad Nacional de Loja

Universidad Nacional de Loja					
Nombre del programa	**Año**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Orquesta filarmónica	2013	Todo publico	Reportajes	Educativo, institucional de la universidad nacional de Loja y la labor que cumple la carrera de música en la creación de la orquesta filarmónica	14-01-2013
Biblioteca UNL	2014	Todo publico	Reportajes	Institucional y cultura histórico de la biblioteca más antigua de la universidad nacional de Loja	25-02-2014
Proyecto de energía renovable	2014	Todo publico	Reportajes	Video académico sobre los proyectos de investigación de la carrera de energía renovable de la UNL	21-03-2014
Practica de cultivos	2014	Todo publico	Reportajes	Video académico, educativo, sobre las actividades en clases de la carrera de agronomía	01-04-2014
Transferencia embrionaria	2014	Todo publico	Reportajes	Video académico sobre las actividades en clases de la carrera de veterinaria	07-04-2014
La universidad del pasado frente a la universidad de hoy	2014	Todo publico	Reportajes	Reportaje institucional sobre la historia política de la Universidad Nacional de Loja	28-07-2014
Nueva Universidad 2015	2015	Todo publico	Reportajes	Reportaje institucional sobre el proyecto político de que atraviesa la Universidad Nacional de Loja	29-04-2015
Carrera de medicina veterinaria	2013	Todo publico	Documental	Documenta histórico, institucional sobre la fundación de una de las carrera más importantes de la Universidad nacional de Loja	14-11-2013

Autor: Santiago León

Análisis

La Universidad Nacional de Loja, pionera en la producción audiovisual en la ciudad de Loja, por medio de su departamento de Comunicación e Imagen institucional en los años de investigación, tuvo una producción dos programas de televisión de enfoque informativo como lo son “Nuestra Imagen” y “Perspectivas de la Nueva Universidad”.

Nuestra imagen era un noticiero semanal que su principal recurso eran los reportajes en los cuales se daba a conocer actividades de la institución y actos vinculados a la universidad, el programa era transmitido por el canal Ecotel TV como parte de un convenio interinstitucional.

Perspectivas de la Nueva Universidad era un programa de televisión con un formato entrevista en los que se invitaban a diferentes autoridades, estudiantes y gente vinculada a la universidad, el programa era trasmitido por UV Televisión.

Estos programas eran difundidos de diferentes maneras para que la ciudadanía conozcan estás producciones sociales, académicas, culturales, deportivas, institucionales

También la creación de 7 reportajes y un documental con contenido académico, educativo y principalmente institucional, que buscaban posicionar la imagen de la universidad, abarcando varios temas como avances en infraestructura, bienestar universitario, servicio académicos.

Aunque el Departamento de Comunicación e Imagen Institucional contaba con un limitado equipo audiovisual y económico, tuvo un aceptable trabajo audiovisual. Estos programas eran difundidos de diferentes maneras para que la ciudadanía conozcan estás producciones sociales, académicas, culturales, deportivas, institucionales

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA PRODUCTORA "Mira Films"				
Mira Films					
Nombre del programa	**Año**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Difusión**
Zero límites "Parapente"	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico y deportivo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	28-08-2015
Zero límites " Coellar Racing Team"	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque deportivo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	11-09-2015
Zero límites "Jhon Solorzano"	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque deportivo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	26-09-2015
Zero límites "Hosteria Playa Verde"	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico y gastronómico. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	08-10-2015
Zero límites "Chulucanas en Perú "	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico, cultural y educativo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	25-10-2015
Zero límites "Zero Limites"	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque deportivo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	09-12-2015
Zero límites "Saraguto Init Wasi"	20165	Público en general	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico, cultural y educativo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	10-08-2016
Zero límites " Saraguro Runa	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque deportivo. Con un	19-08-2016

Xtrem”				presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	
Zero límites “Saraguro Shamuico Espai Gastronómic”	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico y gastronómico. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	09-09-2016
Zero límites “Catacaos” primera parte	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico, cultural y educativo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	08-11-2016
Zero límites “Catacaos gastronomía” segunda parte	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico, cultural y gastronómico. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes	05-12-2016
Zero límites “Museo de sitio Narihuala” Tercera parte	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque cultural y educativo. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	05-12-2016
Zero límites “Howard Jhonson-UTPL”	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje de entretenimiento, con enfoque turístico. Con un presentador que le da dinamismo al programa y participación de diferentes personajes.	06-01-2017

Autor: Santiago León

Análisis

La productora “Mira Films” pudimos constatar que ha producido 13 reportajes de contenido de entretenimiento, presentando reportajes con diferentes enfoques como deportivo, cultural, turístico y gastronómico. Todos ellos son producidos por la productora entre el año 2015 y 2016 y como estrategia de difusión los productos audiovisuales han sido subidos a su canal de Youtube de nombre “Mirafilms”.

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA PRODUCTORA "Aurora films"

Aurora films					
Nombre del programa	**Año**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Carla Román	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	05-02-2013
Bayardo Cuenca	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	08-02-2013
Santiago Herraez	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	08-02-2013
Malos Genes	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	08-02-2013
Andrea Vela	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	09-02-2013
Carlos Carrion	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	24-02-2013
Hermanos Salinas	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	11-03-2013
Katy Ortega	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	24-03-2013
Diego Villavicencio	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	07-04-2013
Carolina Cevallos	2013	Todo publico	Reportaje	Memoria Viva cultural y de historia del personaje	13-04-2013
Violencia de genero	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje social y educativo sobre la violencia de genero	03-09-2013
Equidad de Género y Educación	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje social y educativo	03-09-2013
Vilcabamba Valle Sagrado	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional y turístico, cultural sobre una de las parroquias de Loja	14-09-2013
Foro Regional Géneros y Participación	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje educativos y sociales	03-10-2013
Convenio ESF-ECUADOR	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje educativos y sociales	23-10-2013
Una sinfonía para el éxito	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje música y cultural sobre orquesta sinfónica de Loja	06-11-2013
Loja turística y productiva	2014	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional	20-08-2014
Aurora Ocampo	2015	Todo publico	Reportaje	Reportaje vivenciales y musical sobre la carrera musical de la protagonista	15-03-2015
Producción de miel en la	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional y social sobre el trabajo de	15-09-2016

provincia				apicultura en la provincia	
Saraguro Belleza Ancestral	2016	Todo publico	Reportaje	Reportaje institucional, cultural e histórico realizado en colaboración con el Municipio de Saraguro	11-10-2016
Loja: Esencia Musical	2016	Todo publico	Document al	Documental musical sobre la historia de música de ciudad de Loja y su riqueza cultural	28-09-2016

Análisis

La productora "Aurora Films" ha realizado 19 reportajes en su mayoría enfocados en lo social, cultural y turístico en convenio con instituciones como la Universidad Técnica Particular de Loja y municipios de la provincia de Loja.

El video "Saraguro tierra Ancestral" que fue pautado con fines institucionales para promover el turismo por parte del municipio de Saraguro, se creó con la propuesta de reportaje y no de spot publicitario que es en lo que más se desempeña la productora.

Uno de los productos más significativos de la productora es la creación del documental "Loja Esencia Musical" coproducido con la Casa de la Cultura Benjamín Carrión núcleo de Loja, con enfoque musical .y con un importante aporte cultural y extensa investigación de los creadores del documental. Y una buen calidad de imagen que ha logrado que se premiado por la Supercom y expuesto en diferentes salas de teatros de Loja.

Como estrategia de difusión los productos audiovisuales han sido subidos a su canal de Youtube y en el caso del documental se puede observar el tráiler.

	ESTUDIO DEL CONTENIDO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA "Grillo Negro"

Grillo Negro					
Nombre del programa	**Año**	**Publico**	**Contenido**	**Enfoque**	**Emisión**
Migración: La libertad que no buscaras	2013	Todo publico	Reportaje	Reportaje social sobre la consecuencias de la migración en los hijos de los migrantes	27-04-2013

Análisis

La productora Grillo Negro, se constató que solo ha producido un producto audiovisual de los que investigamos en la presente tesis, con un enfoque social y que fue ganador de un concurso de reportajes que realizó el canal Plus Tv.

El principal ingreso de esta productora es la creación de spot publicitarios.

Objetivo N°2

- Analizar las características estéticas de los productos audiovisuales creados en la ciudad de Loja desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013 hasta diciembre de 2016.

Para la obtención de información de este objetivo se utilizó fichas videografías donde se almacenó y se analizó la información obtenida de los diferentes reportajes, documentales y programas de televisión al igual que 17 productos en formato de entrevistas.

Tras una observación estética y técnica a los productos audiovisuales de las diferentes productoras de Loja que se investigaron en los años 2013- 2016. Que se encuentran en las bibliotecas, repositorios de las productoras y algunos casos pueden ser visualizadas en los canales de la plataforma de YouTube que cada productora ha creado para la difusión de sus productos.

MATRIZ DE CONTEO DE REPORTAJES

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. MCRE2**

REPORTAJES

N°	Genero	Nombre	
1	Reportaje	Zero límites "Parapente"	Mira Films
2	Reportaje	Zero límites " Coellar Racing Team"	Mira Films
3	Reportaje	Zero límites "Jhon Solorzano"	Mira Films
4	Reportaje	Zero límites "Hosteria Playa Verde"	Mira Films
5	Reportaje	Zero límites "Chulucanas en Perú "	Mira Films
6	Reportaje	Zero límites "Zero Limites"	Mira Films
7	Reportaje	Zero límites "Saraguto Init Wasi"	Mira Films
8	Reportaje	Zero límites " Saraguro Runa Xtrem"	Mira Films
9	Reportaje	Zero límites "Saraguro Shamuico Espai Gastronómic"	Mira Films
10	Reportaje	Zero límites "Catacaos" primera parte	Mira Films
11	Reportaje	Zero límites "Catacaos gastronomía" segunda parte	Mira Films
12	Reportaje	Zero límites "Museo de sitio Narihuala" Tercera parte	Mira Films
13	Reportaje	Zero límites "Howard Jhonson-UTPL"	Mira Films
14	Reportaje	Carla Román	Aurora Films
15	Reportaje	Bayardo Cuenca	Aurora Films
16	Reportaje	Santiago Herraez	Aurora Films
17	Reportaje	Malos Genes	Aurora Films
18	Reportaje	Andrea Vela	Aurora Films
19	Reportaje	Carlos Carrion	Aurora Films
20	Reportaje	Hermanos Salinas	Aurora Films
21	Reportaje	Katy Ortega	Aurora Films
22	Reportaje	Diego Villavicencio	Aurora Films
23	Reportaje	Carolina Cevallos	Aurora Films
24	Reportaje	Violencia de genero	Aurora Films

25	Reportaje	Equidad de Género y Educación	Aurora Films
26	Reportaje	Vilcabamba Valle Sagrado	Aurora Films
27	Reportaje	Foro Regional Géneros y Participación	Aurora Films
28	Reportaje	Convenio ESF-ECUADOR	Aurora Films
29	Reportaje	Una sinfonía para el éxito	Aurora Films
30	Reportaje	Loja turística y productiva	Aurora Films
31	Reportaje	Aurora Ocampo	Aurora Films
32	Reportaje	Producción de miel en la provincia	Aurora Films
33	Reportaje	Saraguro Belleza Ancestral	Aurora Films
34	Reportaje	Migración: La libertad que no buscaras	Grillo negro
35	Reportaje	El último rincón: La edad de oro de la literatura lojana	CCE-LOJA
36	Reportaje	Nambija entre el pasado y el presente	UTPL
37	Reportaje	Museo de las madres conceptas de Loja	UTPL
38	Reportaje	Ingenio Azucarero Monterrey Alberto Hidalgo	UTPL
39	Reportaje	Pueblo de las mujeres	UTPL
40	Reportaje	Congreso internacional bioético	UTPL
41	Reportaje	Florecimiento del guayacán	UTPL
42	Reportaje	Estudio de diversidad de insectos de Ecuador	UTPL
43	Reportaje	Laboratorio de investigación y desarrollo de software	UTPL
44	Reportaje	Solanum	UTPL
45	Reportaje	Corredor turístico Zamora	UTPL
46	Reportaje	Aprovechamiento sustentable de tintes vegetales	UTPL
47	Reportaje	Ciclo ruta Bosque seco	UTPL
48	Reportaje	Fundación “ Liga de caridad de Loja”	UTPL
49	Reportaje	Alkawary	UTPL
50	Reportaje	Anturu	UTPL
51	Reportaje	Buenas practicas docentes	UTPL
52	Reportaje	Ruta turística “Los tepuyes” un mágico lugar	UTPL
53	Reportaje	Misión idente ayuda a niños de zonas afectadas	UTPL
54	Reportaje	Misión medica	UTPL
55	Reportaje	Salto a salto a la violencia le ponemos alto	UTPL

56	Reportaje	Orquesta filarmónica	UNL
57	Reportaje	Biblioteca UNL	UNL
58	Reportaje	Proyecto de energía renovable	UNL
59	Reportaje	Practica de cultivos	UNL
60	Reportaje	Transferencia embrionaria	UNL
61	Reportaje	La universidad del pasado frente a la universidad de hoy	UNL
62	Reportaje	Nueva Universidad 2015	UNL

Autor: Santiago León

En esta lista constan todos los reportajes que se han obtenido en las diferentes productoras audiovisuales de la ciudad, de la Universidad Técnica Particular de Loja y de la Universidad Nacional de Loja.

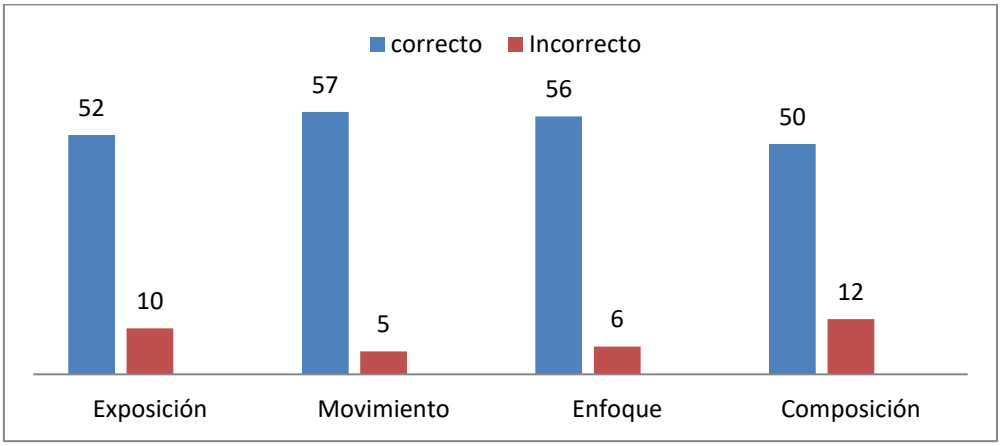
No constan productos de los canales de televisión que se investigaron, ya que lo reportajes que producen son específicamente para sus programas de televisión.

En algunos de los reportajes de esta lista como los de la productora "Aurora films" han sido trabajados conjuntamente con la Universidad Técnica Particular de Loja.

ELEMENTOS ESTÉTICOS DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS REPORTAJES

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
52	10	57	5	56	6	50	12
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
84%	16%	92%	8%	90%	10%	81%	19%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

Gráfico 1



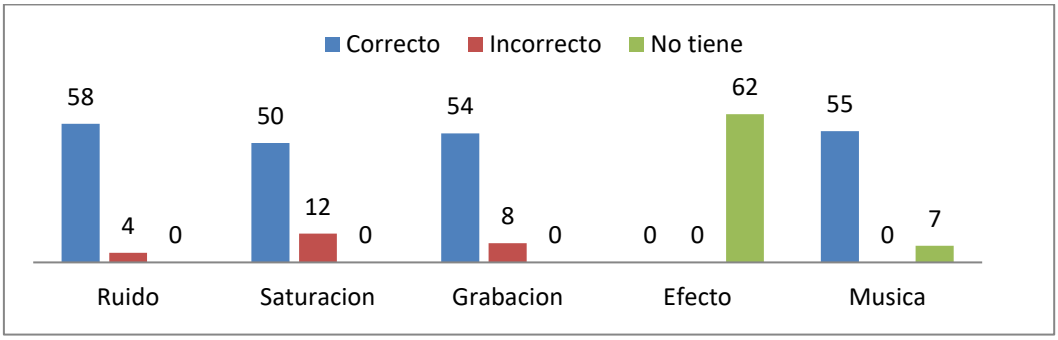
Análisis:

En cuanto a los componentes fotográficos se evidenció que en la mayoría de los reportajes se ha manejado adecuadamente los recursos estilísticos para el lenguaje audiovisual. En lo que corresponde a la exposición diez son los reportajes que muestran problemas en la imagen por el mal manejo de la iluminación mostrando subexposicion y sobreexposición en los reportajes. En el movimiento cinco productos presenta trepidación o movimiento brusco en la toma. Seis productos muestran problemas de enfoque, técnico al no mostrar nítido al objeto de interés. En que corresponde a la composición doce productos muestran problemas compositivos de imagen, al no respetar los espacios negativos y los diferentes tipos de planos de una imagen.

ELEMENTOS TÉCNICOS DEL SONIDO

COMPONENTES TÉCNICOS DEL AUDIO										
Ruido		**Saturación**		**Grabación**		**Efectos**			**Música**	
Correcto	**Incorrecto**	**Correcto**	**Incorrecto**	**Correcta**	**Incorrecta**	**Correcto**	**Incorrecto**	**No tiene**	**Correcto**	**No tiene**
58	4	50	12	54	8	0	0	62	55	7
94%	6%	81%	19%	87%	13%	33%	0%	100%	89%	11%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**			**Total: 100%**	

Gráfico 2



Análisis

Los elementos sonoros que componen estas producciones audiovisuales se han manejado adecuadamente. El ruido y la saturación presentan i incorrecciones, pero en la mayor parte de estos no son provocados por fallas técnicas sino por la grabación del sonido ambiental. En cambio, en la grabación de las voces podemos darnos cuenta que también existen fallas pero en menor cantidad solo 8 son los productos que presentan problemas. La mayor parte de estas obras han sido grabadas en lugares alejadas de los molestosos sonidos del entorno. En cuanto a la música en los reportajes, 55 productos contienen melodías y ritmos sonoros que complementan la fotografía.

MATRIZ DE CONTEO DE DOCUMENTALES

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. MCDE2**

DOCUMENTALES

N°	Genero	Nombre	
1	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel	CCE. Loja
2	Documental	Sitios turísticos urbano católicos de la ciudad y la provincia de Loja	CCE. Loja
3	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel	CCE. Loja
4	Documental	Fausto Aguirre, el documental	CCE. Loja
5	Documental	Cien años de Eduardo Kingman, una ofrenda a sus manos	CCE. Loja
6	Documental	Natem "La bebida sagrada de los Shuar"	UTPL
7	Documental	Expedición al Alto Nangaritza	UTPL
8	Documental	Manglar sacrificio de una tierra	UTPL
9	Documental	El milagro del palo santo	UTPL
10	Documental	Carrera de medicina veterinaria	UNL
11	Documental	Loja: Esencia Musical	Aurora films

Nombre: Santiago León

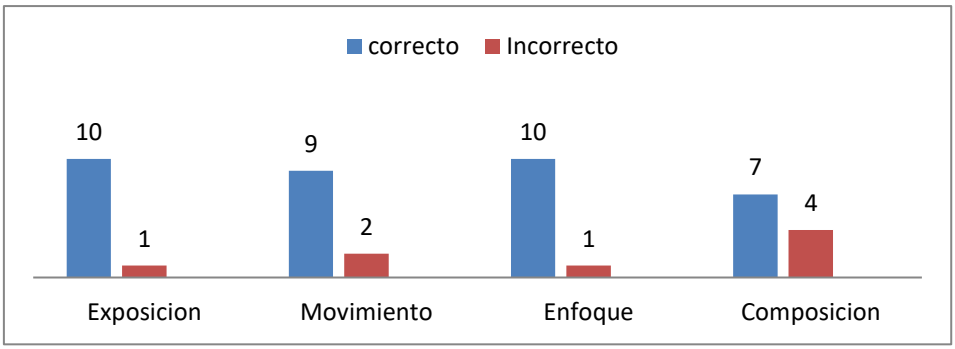
En esta lista constan todos los documentales que se han obtenido en las diferentes productoras audiovisuales de la ciudad, de la Universidad Técnica Particular de Loja y de la Universidad Nacional de Loja.

No constan productos de los canales de televisión que se investigaron, ya que el tiempo que se tomó en cuenta para esta investigación de tesis 2013 - 2016, los canales de televisión no han producido ningún documental en esos años.

ELEMENTOS TÉCNICOS DE LA FOTOGRAFÍA DE LOS DOCUMENTALES

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
10	1	9	2	10	1	7	4
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
91%	9%	82%	18%	91%	1%	87%	13%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

Gráfico 1



Análisis

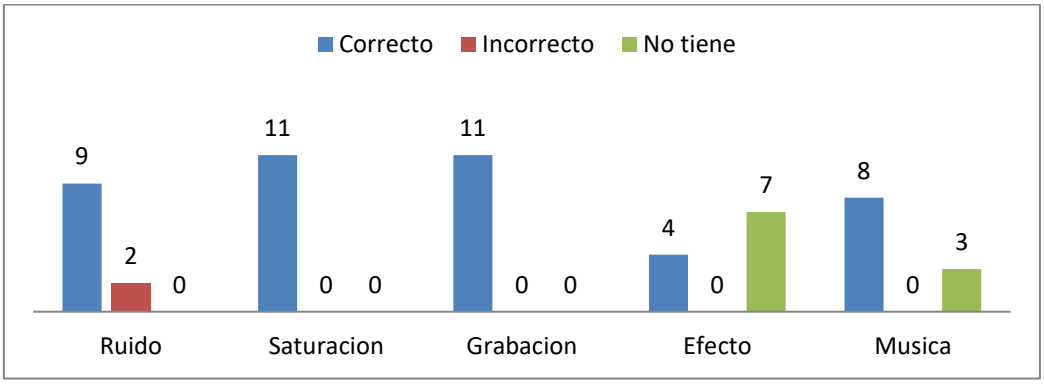
En cuanto a los componentes fotográficos de los documentales se constató que en su mayoría ha manejado adecuadamente los recursos estilísticos para el lenguaje audiovisual, contando con una buena exposición de la imagen, no presentan trepidación en los movimientos de cámara, mientras que en el enfoque algunas de las tomas de un documental no tienen un buen enfoque de la imagen.

En la composición 4 de los documentales analizados presentan problemas al momento de utilizar los planos de la imagen de manera adecuada, estos problemas se repiten en varias ocasiones en las diferentes tomas.

ELEMENTOS TÉCNICOS DEL SONIDO

COMPONENTES TÉCNICOS DEL AUDIO										
Ruido		**Saturación**		**Grabación**		**Efectos**			**Música**	
Correcto	**Incorrecto**	**Correcto**	**Incorrecto**	**Correcta**	**Incorrecta**	**Correcto**	**Incorrecto**	**No tiene**	**Correcto**	**No tiene**
9	2	11	0	11	0	4	0	7	8	3
82%	18 %	100 %	0%	100%	0%	33%	0%	67%	73%	27%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**			**Total: 100%**	

Grafico 2



Análisis

Sobre los elementos sonoros que componen estas producciones audiovisuales, constatamos que dos documentales tienen problemas en la captación del audio, detectando niveles de ruido que pudo ser producida por los micrófonos, sin ser los aptos para la realización de estos tipos de trabajos, perjudicando de una manera mínima la calidad del producto. En lo que es saturación y grabación los productos no presentan problemas. En los efectos utilizados cuatro documentales los trabajan y de manera correcta, los siete restantes no cuentan con efectos sonoros. En lo que corresponde a la música, ocho documentales utilizan este recurso, dándole un buen manejo sin haber notado error alguno, teniendo como resultado una alta calidad del sonido y mayor fidelidad, los demás documentales no usan este recurso.

Cabe recalcar que algunos de estos documentales han participado en festivales obteniendo premios en sus respectivas categorías,

MATRIZ DE CONTEO DE ENTREVISTAS

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. MCE2**

ENTREVISTAS

N°	**Genero**	**Nombre**	Arte del sur
1	Entrevista	Ángel Aguilar	Arte del sur
2	Entrevista	Bayardo Cuenca	Arte del sur
3	Entrevista	Diego Gonzales	Arte del sur
4	Entrevista	Diego Villavicencio	Arte del sur
5	Entrevista	Boris Salinas	Arte del sur
6	Entrevista	Tania Sáez	Arte del sur
7	Entrevista	Gerardo Sáez	Arte del sur
8	Entrevista	Patricio Tapia	Arte del sur
9	Entrevista	Aquiles Salinas	Arte del sur
10	Entrevista	Alicia Gonzales	Arte del sur
11	Entrevista	Eduardo Jiménez	Arte del sur
12	Entrevista	Pablo Alvear	Arte del sur
13	Entrevista	Alicia Arcinegas	Arte del sur
14	Entrevista	María Dolores Coronel	Arte del sur
15	Entrevista	Juan Lasso	Arte del sur
16	Entrevista	Yorqui Llacxaguangua	Arte del sur
17	Entrevista	Emilio Saraquive	Arte del sur

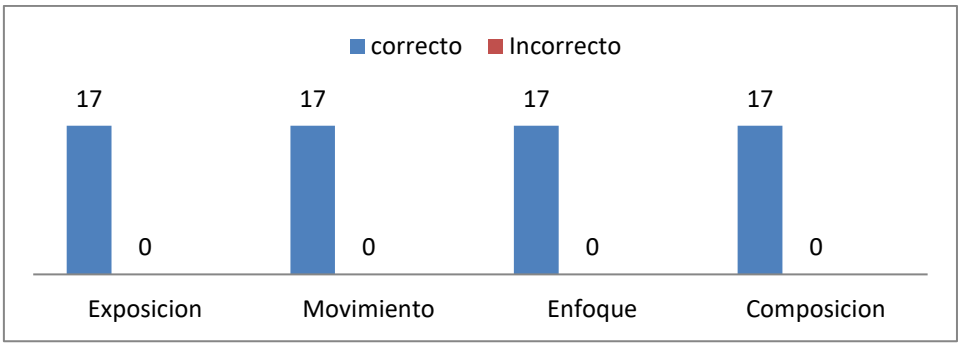
Nombre: Santiago León

El proyecto "Artes del Sur" ha creado productos audiovisuales con un formato de entrevistas por lo cual hemos considerado también analizarlos en este objetivo.

ELEMENTOS TÉCNICOS DE LA FOTOGRAFÍA EN LAS ENTREVISTAS

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
17	0	17	0	17	0	17	0
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
100%	0%	100%	0%	100%	0%	10%	0%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

Grafico 1



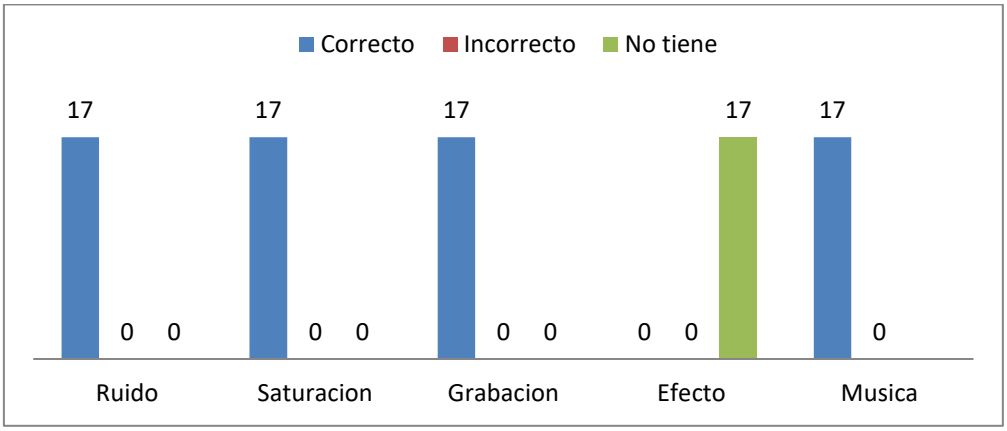
Análisis:

En cuanto a los componentes fotográficos de las entrevistas se pudo observar que se ha manejado adecuadamente los recursos estilísticos para el lenguaje audiovisual, ninguno de los productos audiovisuales presenta problemas. El cuidado del movimiento de cámara es sutil y bien trabajado aportando a la narración de las entrevistas.

ELEMENTOS TÉCNICOS DEL SONIDO

COMPONENTES TÉCNICOS DEL AUDIO										
Ruido		**Saturación**		**Grabación**		**Efectos**			**Música**	
Correcto	**Incorrecto**	**Correcto**	**Incorrecto**	**Correcta**	**Incorrecta**	**Correcto**	**Incorrecto**	**No tiene**	**Correcto**	**No tiene**
17	0	17	0	17	0	0	0	17	17	0
100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	100%	0%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**			**Total: 100%**	

Grafico 2



Análisis

Los elementos sonoros que componen estos productos audiovisuales, se pudo constatar que no contienen error alguno ya que fueron planificados y grabados en lugares cerrados con equipos que aportaron a la exquisitez del producto

No se nota presencia de ruido en el producto ya que las entrevistas fueron grabadas en sitios cerrados.

MATRIZ DE CONTEO DE PROGRAMAS DE TELEVISION

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. MCTE2**

Programas de televisión

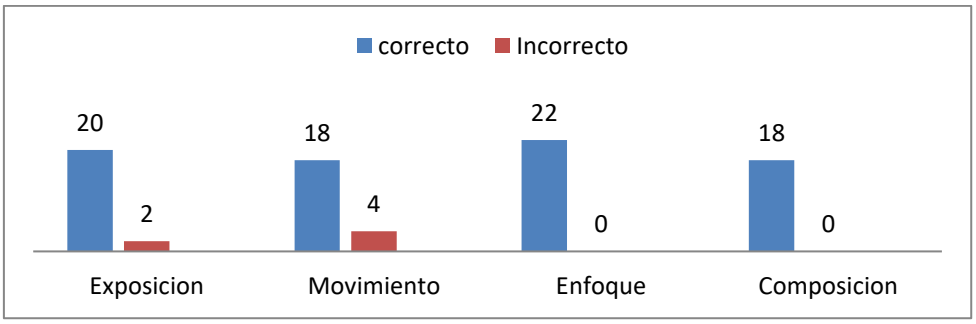
N°	Genero	Nombre	
1	Programa de televisión	Miradas	UTPL
2	Programa de televisión	7 Días en la Técnica	UTPL
3	Programa de televisión	Nuestra Imagen	UNL
4	Programa de televisión	Perspectivas de la Nueva Universidad	UNL
5	Programa de televisión	Escenarios	UV Televisión
6	Programa de televisión	Raya Cero	UV Televisión
7	Programa de televisión	UV Deportes	UV Televisión
8	Programa de televisión	UV Noticias	UV Televisión
9	Programa de televisión	La familia	UV Televisión
10	Programa de televisión	Doble vía deportiva	UV Televisión
11	Programa de televisión	Que noche	UV Televisión
12	Programa de televisión	Hablando de	UV Televisión
13	Programa de televisión	Tributo	UV Televisión
14	Programa de televisión	Zona virtual	UV Televisión
15	Programa de televisión	Sur Noticas	Canal Sur Televisión Municipal
16	Programa de televisión	Sur deportes	Canal Sur Televisión Municipal
17	Programa de televisión	Siete días	Canal Sur Televisión Municipal
18	Programa de televisión	Dr. Katu	Canal Sur Televisión Municipal
19	Programa de televisión	Personajes	Canal Sur Televisión Municipal
20	Programa de televisión	Riqueza Cultural y Religiosa	Canal Sur Televisión Municipal
21	Programa de televisión	Nuestra ciudad en la semana	Canal Sur Televisión Municipal
22	Programa de televisión	Puerta abierta	Canal Sur Televisión Municipal

Autor: Santiago León

ELEMENTOS TÉCNICOS DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
20	2	18	4	22	0	18	0
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
91%	9%	82%	18%	100%	0%	82	18%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

Grafico 1



Análisis:

En el caso de los programas de televisión de la Universidad Técnica Particular de Loja que son. *Miradas* y *7 días en la Técnica*, presentan una buena calidad de producción, dando un buen cuidado a los componentes estilísticos de la imagen. Por su parte la universidad nacional de Loja que también contó con dos programas de televisión como son "*Nuestra Imagen"* con formato informativo algunas de sus notas periodísticas presentan tomas con problemas de exposición al presentar algunas tomas subexpuestas y en otros casos sobreexpuestas. *"Perspectivas de la Nueva Universidad",* por su parte al ser un programa que requería tener cámaras fijas no presentan fallas que pueden ser considerables.

En lo que respecta a los programas de televisión del canal UV Televisión, en algunos casos las tomas que se presentan problemas de exposición al igual de movimientos

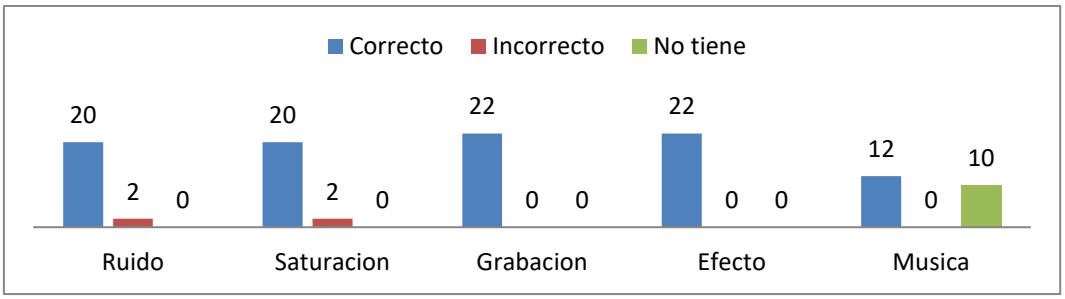
indebidos en las tomas y repetidas ocasiones las composición falla en estos programas, ya sea en los encuadres o angulaciones.

Canal Sur Televisión Municipal, tiene un alto estándar de calidad en el manejo de la imagen, siendo mínimos los problemas que presentan en los productos analizados. Considerando que los programas informativos, son en los que se pudo constatar fallas de movimiento y composición.

ELEMENTOS TÉCNICOS DEL SONIDO

COMPONENTES TÉCNICOS DEL AUDIO										
Ruido		**Saturación**		**Grabación**		**Efectos**			**Música**	
Correcto	**Incorrecto**	**Correcto**	**Incorrecto**	**Correcta**	**Incorrecta**	**Correcto**	**Incorrecto**	**No tiene**	**Correcto**	**No tiene**
20	2	20	2	22	0	22	0		12	10
91%	9%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	55%	45%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**			**Total: 100%**	

Grafico 2



Análisis

Existe un buen manejo de los elementos técnicos del sonido, pues por su exigencia deben ser bien tratados en post-producción y no presentar algún error que evite problemas al momento de ser transmitidos.

En el programa que se pudo percatar problemas de ruido y saturación fueron los creados por la Universidad Nacional de Loja.

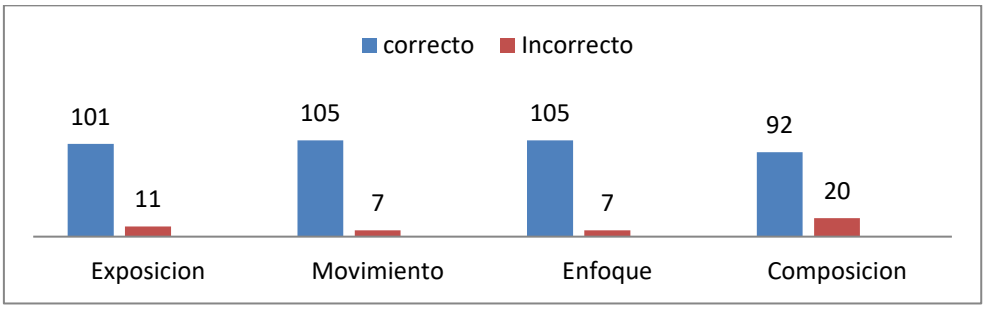
DATOS GENERALES

Género	N°
Reportajes	62
Documentales	11
Programas de televisión	22
Entrevistas	17
Total	112

ELEMENTOS TÉCNICOS DE LA FOTOGRAFÍA DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES CREADOS EN EL AÑO 2013 HASTA EL AÑO 2016

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
101	11	105	7	105	7	92	20
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
90%	10%	94%	6%	94%	6%	82%	18%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

Grafico 1



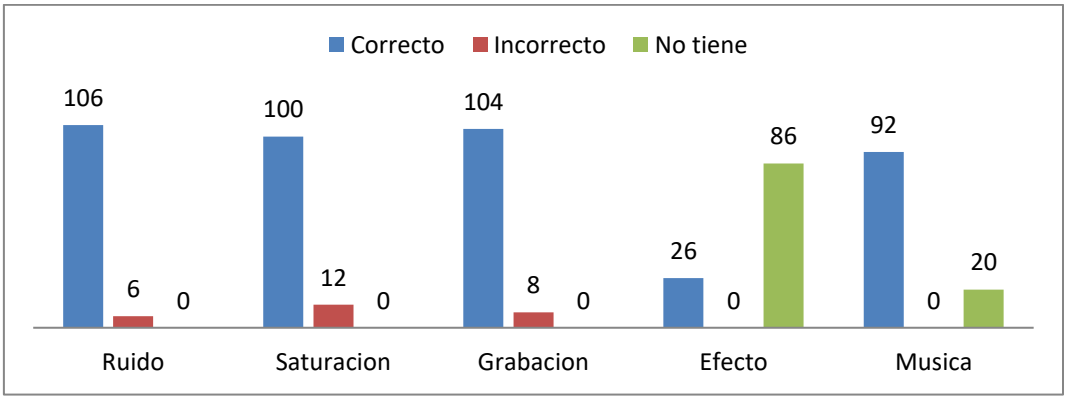
Análisis:

De los 112 productos analizados entre reportajes, documentales, programas de televisión y entrevistas que se tomó en cuenta. La mayoría de los productos han sido trabados adecuadamente cuidando los componentes estilísticos de la imagen con un alto estándar de calidad.

ELEMENTOS TÉCNICOS DEL SONIDO

COMPONENTES TÉCNICOS DEL AUDIO										
Ruido		**Saturación**		**Grabación**		**Efectos**			**Música**	
Correcto	**Incorrecto**	**Correcto**	**Incorrecto**	**Correcta**	**Incorrecta**	**Correcto**	**Incorrecto**	**No tiene**	**Correcto**	**No tiene**
104	8	98	14	104	8	26	0	86	92	20
93%	7%	87%	13%	93%	7%	11%	23%	77%	82%	18%
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**			**Total: 100%**	

Gráfico 2



Análisis

Por su parte los programas de televisión en los componentes técnicos de sonido en su mayoría han sido bien utilizados, siendo los programas de televisión de contenido informativo los que más han presentado problemas en saturación y ruido.

Los reportajes, entrevistas y documentales, son los que más destacan en el manejo del sonido.

Objetivo N°3

- Indagar cuál es la situación actual de las productoras responsables de la creación de productos audiovisuales en la ciudad de Loja.

Este objetivo se lo pudo trabajar mediante entrevistas y fichas videográficas para elaborar un análisis de la información.

Matriz comparativa de entrevistas

		UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL CODIGO. MCE1							
Numero	Nombre de entrevistados	Preguntas Compatibles				No compatibles			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	**Paul Moreira**			**x**	**x**	**x**			
2	**Altaira Rojas**		**x**	**x**	**x**	**x**			
3	**Mónica Hinojosa**		**x**						

Nombre: Santiago León

Análisis

Tras la entrevistas realizadas en esta investigación como a la productora Altaira Rojas y al cineasta y productor Paul Moreira y a la excoordinadora de la carrea de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja y productora audiovisual Monica Hinojosa, se pudo constar en algunas de sus respuestas eran compatibles, al responder que la ciudad exigencia de productos audiovisuales que se investigaron en esta tesis es mínima en la ciudad de Loja y que hace falta más preparación teórica y practica de las personas que se vinculan al mundo audiovisual.

Der igual manera se realizaron fichas videográficas para inventariar los diferentes tipos de productos que crean las productoras audiovisuales de la ciudad de Loja, tal y como se muestra a continuación.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA PRODUCTORA MIRA FILMS

La productora "MiraFilms" ha producido 12 productos audiovisuales de los siguientes géneros.

Cuadro 2

Género	N°
Reportajes	13
Documentales	0
Programas de televisión	0
Total	13

Los 12 productos son de autoría de "Mira Films" de una serie de reportajes que se denomina "ZonaCero" y todos ellos se los puede observar en la plataforma de Youtube**.**

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

AÑO 2016

Cuadro 3

Año	N°
2013	0
2014	0
2015	6
2016	7

Análisis

De los 12 productos audiovisuales producidos por la productora "Mira Films" se los divide en 6 productos realizados en el año 2015 y 6 más en el año 2016, y en la actualidad sigue produciendo mar reportajes semanalmente.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR EL PROYECTO "ARTES DEL SUR"

El proyecto "Artes del Sur" encabezado por Javier Vázquez y que tiene su fan page en Facebook con el mismo nombre, tiene 17 productos audiovisuales de los siguientes géneros.

Cuadro 4

Género	N°
Reportajes	0
Documentales	0
Programas de televisión	0
Entrevistas	17
Total	17

Las 17 entrevistas son de autoría del Proyecto "Artes del Sur" creados con el afán de mostrar los perfiles de artistas destacados de la ciudad de Loja que en su inicio estaba pensado en ser un proyecto fotográfico, se puede encontrar productos audiovisuales en el canal del proyecto en la plataforma de Youtube**.**

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 5

Año	N°
2013	0
2014	0
2015	17
2016	0

Análisis

De los 17 productos audiovisuales producidos por el Proyecto "Artes del Sur "se puede constatar que todos fueron realizados en el años 2015.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA PRODUCTORA AURORA FILMS

La productora "Aurora Films" cuenta con 21 productos audiovisuales de los siguientes géneros.

Cuadro 6

Género	N°
Reportajes	20
Documentales	1
Programas de televisión	0
Total	21

Los 20 reportajes producidos por "Aurora Films" son trabajos realizados para instituciones, municipios y universidades como es el caso de la Universidad Técnica particular de Loja y de autoría propia de la productora. De la misma manera un documental producido por la propia productora y financiado por la empresa privada y la Casa de la Cultura, Núcleo de Loja. Los reportajes y el documental se los puede visualizar en el canal que la productora tiene en la plataforma de Youtube**.**

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 7

Año	N°
2013	16
2014	1
2015	1
2016	3

Análisis

De los 21 productos audiovisuales producidos por la productora "Mira Films" 16 fueron realizados en el año 2013, siendo el año con mayor producción de la productora,

1 en el año 2014 y 2015, y 3 para el año 2016. En la actualidad la productora sigue produciendo spots publicitarios.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA PRODUCTORA GRILLO NEGRO

La productora "Grillo Negro" tiene el siguiente producto audiovisual.

Cuadro 8

Género	N°
Reportajes	1
Documentales	0
Programas de televisión	0
Total	1

La productora "Grillo Negro" en lo que concierne a la creación de productos audiovisuales de no ficción, cuenta con un solo reportaje producido y premiado por 13Plus y puede ser observado en la plataforma de Youtube.

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 9

Año	N°
2013	1
2014	0
2015	0
2016	0

Análisis

El producto realizado por "Grillo Negro" fue creado en el año 2013 y en la actualidad se dedica a la creación de spots publicitarios y videos musicales.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA UNIVERDIAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Técnica Partícula de Loja produjo durante el periodo de investigación 2013-2016 produjo 5 productos audiovisuales y algunos reportajes conjuntamente con la productora "Aurora films".

Cuadro 10

Género	N°
Reportajes	20
Documentales	4
Programas de televisión	2

La Universidad Técnica Particular de Loja ha producido un reportaje, dos documentales científicos y tiene dos programas televisivos que son *Miradas*, que se los transmitían por Telerama y Ecuavisa Internacional y un noticiero llamado *7 días en la Técnica*, cuales también pueden ser observados en el canal de YouTube, como parte de la difusión de los mismos.

Como lo habíamos mencionado antes también cuenta con 10 reportajes que se trabajaron con la productora "Auroraflims". Según Karina Valarezo directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja, estos productos son conocidos como "Memorias Vivas" y fueron producidos en el año 2013. En la actualidad en noticiero *7 días en la Técnica*, es producido en el Laboratorio de Comunicación, Innovación y Cultura Digital de la UTPL (MiediaLab) en colaboración de los estudiantes de titulación de la carrera de comunicación social.

Si bien la universidad cuenta con un canal de youtube para su difusión en la actualidad están trabajando para categorizar y catalogar los productos audiovisuales de la universidad y de esa manera no perder su patrimonio audiovisual.

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 11

Año	N°
2013	6
2014	5
2015	9
2016	7

Análisis

La Universidad Técnica Particular de Loja el año 2013 tubo la producción de dos programas de televisión como son: “7 días en la Tecnica” con 46 emisiones y “Miradas” con 28 emisiones transmitido por en el canal Telerama. De igual manera se pudo contabilizar la producción de cuatro reportajes.

Para el año 2014 se llevó a cabo la producción de cuatro reportajes y un solo programa de televisión como lo es “7 días en la Técnica” con 51 emisiones por años.

En el 2015, la universidad tuvo una producción de tres documentales y cinco reportajes y el programa de televisión “7 días en Técnica” con 45 emisiones por año.

Para el año 2016 se dio la producción de un documental que se estrenaría en el 2017 y la creación de seis reportajes y un programa de televisión que es”7 días en la Técnica” con 51 emisiones por año.

Cabe recalcar que los años 2015 y 2016 son los años en lo que la universidad técnica mas producción tuvo compara para el 2013 y 2014.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA UNIVERDIAD NACIONAL DE LOJA

La Universidad Nacional de Loja, durante el periodo establecido de investigación 2013-2016, tuvo un periodo de transición hasta la creación del Departamento de Comunicación e Imagen Institucional que empezó a realizar trabajos audiovisuales luego del cierre del Centro de Radio, Cine y Televisión, en el año 2011. Enfocándose en la realización de reportajes sobre aspectos académico-instituciones y administrativos de la Universidad.

Cuadro 10

Género	N°
Reportajes	8
Documentales	1
Programas de televisión	2
Total	11

La Universidad Nacional de Loja a través del Departamento de Comunicación e Imagen Institucional se dedicado a dar un seguimiento a las actividades que realizan las autoridades universitarias, a través del programa de televisión "Nuestra Imagen" que ha funcionado desde 1990 y era transmitido en el canal UVTelevisón, para la cual se creaban reportajes que se referían a temas institucionales, académicos y administrativos de la Universidad, poniendo énfasis a la labor de las autoridades universitarias. También se dio apertura a la creación de un programa de televisión llamado "Perspectivas de la Nueva Universidad" que era en un formato de entrevista a los diferentes actores de la academia en cual se habla de temas relevantes que sucedían dentro de la universidad.

En cuanto a los documentales realizados por la institución encontramos una obra que corresponde a la oferta académica de la carrera de Veterinaria y Zootecnia

Aunque los spots publicitarios no fueron tomados en cuenta como géneros a investigar en la presente tesis, creímos conveniente hacer referencia los 7 spots publicitarios enfocados a promocionar la institución y la academia de la Universidad, pero solo uno de estos corresponde a temas políticos.

Cabe recalcar que la Universidad en el año 2015 entro en un proceso de intervención que sigue hasta la actualidad, el Departamento de Comunicación e Imagen Institucional dejo de producir los programas de televisión y crear reportajes y documentales, centrándose en capsulas de información institucionales.

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 11

Año	N°
2013	2
2014	9
2015	2
2016	0

Análisis

En el 2013 la institución realizó un documental la producción de un solo programa de televisión como lo es “Nuestra Imagen” con 41 emisiones por año

Para el año 2014 la universidad tubo una producción de dos programas de televisión lo son “Nuestra Imagen” con 60 emisiones por año y “Perspectivas de la nueva Universidad” con 25 emisiones por año y la creación de siete reportajes.

La información del año 2015 en los géneros estudiados en esta investigación recogida en la web, da un total de dos producciones audiovisuales que es el programa “Nuestra Imagen” con 22 emisiones y un reportaje. Luego de eso la Universidad nacional de Loja entro en un periodo de intervención que sigue hasta la actualidad.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES REALIZADOS POR LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA, NUCLEO DE LOJA

La Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Loja ha realizado 6 productos audiovisuales de los siguientes géneros.

Cuadro 12

Género	N°
Reportajes	1
Documentales	5
Programas de televisión	0
Total	6

La Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Loja ha participado en la producción de 5 documentales y un reportaje, de los cuales se los puede observar en la plataforma de Youtube **y** página de la institución.

PRODUCTOS AUDIVISUALES PRODUCIDOS ANUALMENTE DESDE EL 2013 HASTA EL AÑO 2016

Cuadro 13

Año	N°
2013	4
2014	1
2015	1
2016	

Análisis

La Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Loja en el año 2013 participó en la creación de tres documentales y un reportaje; para los años 2014 y 2015, en la producción de un documental cada año. Algunos de ellos se los mantiene guardados en la videoteca de la institución.

MATRIZ COMPARATIVA DE PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL CODIGO. MCPA1			
Genero / Productoras	**Reportajes**	**Documentales**	**Programas de televisión**	**Entrevistas**
Mirafilms	x			
Aurora Films	x	x		
Grillo Negro	x			
Foda Producciones				
Estudiovitela				
Arte del sur				x
UTPL		x	x	
Casa de la Cultura, Núcleo de Loja	x	x		
UNL	x	x	x	

Objetivo N°4

- Describir la participación de la academia lojana en la producción audiovisual a analizar en el presente trabajo y su vinculación con las televisoras locales desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013.

Tras la entrevista realizada a Cesar Sandoya ex director del Departamento de Comunicación e Imagen Institucional y Karina Valarezo directora de la Dircom se logró recolectar información valiosa para analizar el cuarto objetivo de la presente tesis

Primero empezamos unja matriz comparativa entre ambas universidades y su vinculación con los canales de televisión locales.

MATRIZ DE COMPARATIVA DE VINCULACION ENTRE LA ACADEMIA Y LOS CANALES DE TELEVISIÓN

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
VINCULACIÓN CON LAS TELEVISORAS LOCALES			
UNIVERSIDAD	**Notas de televisión**	**Transmisión de programas**	**Canales**
UTPL	x	x	UVTelevisión Canal Sur Televisión Municipal
UNL		x	UV Televison Ecotel Tv

Vinculación:

La Universidad Técnica Particular de Loja, realizó varios convenios de cooperación con los canales de televisión de Loja. En los años de investigación del 2013 al 2016 principalmente con UVTelevisión en el cual se trasmitía en el programa de televisión "7 días en la Técnica", noticiero que en la actualidad sigue produciéndose y difundidas por la plataforma de YouTube. De igual manera es importante recalcar que tuvo una fuerte vinculación con el canal Telerama de Cuenca con señal abierta para todo el Ecuador, en el cual se transmitía uno de programas de televisión "Miradas" un de los más importantes de la universidad.

En la actualidad la Universidad Técnica Particular de Loja, tiene un convenio de colaboración con Canal Sur Televisión Municipal, con la transmisión de un programa informativo llamado "Noticas de la UTPL".

La Universidad Nacional de Loja, también en los años de investigación tuve una fuerte vinculación con los canales de televisión local tales como UVTelevisión en el cual se transmitía los días jueves el programa “Perspectivas de la Nueva Universidad” y retransmitía los domingos. De igual manera el informativo “Nuestra Imagen” que era transmitido por el canal Ecotel Tv y también convenios de colaboración con el desaparecido canal Plus Tv.

A partir del 2015 la Universidad Nacional de Loja dejo de producir todo tipo de productos audiovisuales, tras una intervención que recibió la universidad y que sigue hasta la actualidad.

Descripción de la participación de la academia en la producción audiovisual

La participación de la Universidad Nacional de Loja en la producción audiovisual es transcendental en la ciudad, desde la creación del Cecit y posteriormente Ceracyt y a su evolución al Departamento de Comunicación e Imagen institucional con la creación de productos audiovisuales con contenidos culturales, educativos, académicos y de interés sociales.

Por su parte la Universidad Técnica Particular de Loja, desde su políticas institucionales y académicas y sus proyectos de investigación científica y vinculación con la comunidad a aportando proyectos audiovisuales académicos, culturales, turísticos y científicos en los últimos años, mostrando una alta capacidad profesional en realización de los mismos, resaltando los documentales que tiene un tratamiento excelente de la imagen y sonido así como del contenido y de investigación ´para su realización.

Toda la información recolectada por los materiales de investigación utilizados fue analizada detenidamente y vaciada en matrices que facilitaron su análisis, logrando conocer aspectos importantes para la investigación.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La presente encuesta estuvo dirigida a 73 estudiantes de sexto y octavo ciclo de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, en la cual se realizaron 7 interrogantes con la finalidad de conocer aspectos relacionados con conocimiento de productos creados en su universidad, su participación en producción audiovisual, plataformas de difusión y su criterio sobre la programación de los canales.

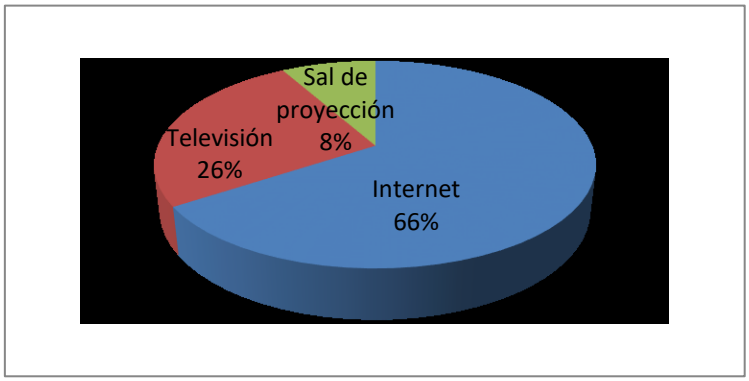
ENCUESTA

1. **¿Cuál de estos medios cree usted que es más eficiente para difundir un producto audiovisual ya sea documental, reportaje, cortometraje o series?**

Tabla 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Internet	48	66%
Televisión	19	26%
Sala de proyección	6	8%
Ninguna	0	0%
Total	73	100%

Gráfico 1



Análisis:

De acuerdo a la primera pregunta con respecto a cuál medio es mejor para la difusión de un producto audiovisual de 73 encuestados que dieron respuesta a la misma, el 66%

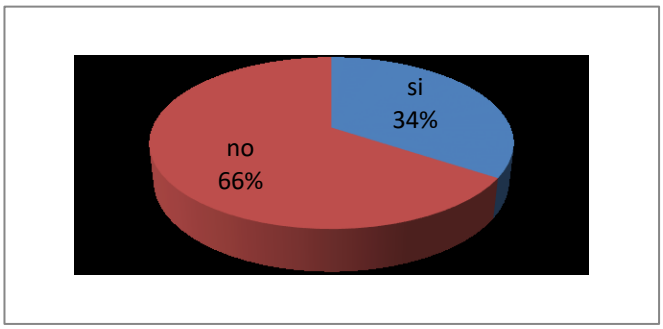
contestó que internet, el 26% que la televisión y el 8% contestó salas de proyecciones. Determinamos así que en la actualidad una de las mejores formas para difundir un producto audiovisual es por medio de internet.

2. ¿Conoce algún producto audiovisual creado por su universidad?

Tabla 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	48	66%
Sí	25	34%
Total	73	100%

Gráfico 2



Análisis:

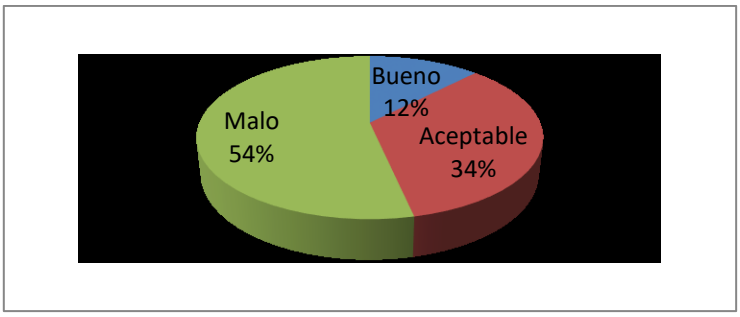
Con respecto a la segunda pregunta sobre si los estudiantes conocen algún producto audiovisual de su universidad de 73 personas encuestadas el 66% contesto que no, mientras que el 34% restante dijo que sí. Mencionando que 10 personas citaron a la película "La Miela de las Morojas", 4 personas a la película "El Duende y la Valdivia", 3 personas un reportaje sobre drogas, una persona sobre el reportaje el "Patrimonio Audiovisual de la Universidad nacional de Loja", 2 personas que ha visto por YouTube y 5 personas que no recordaban el nombre del producto. De acuerdo a esto, deducimos que la mayor parte de estudiantes desconocen el patrimonio audiovisual de la Universidad Nacional de Loja, por la falta de difusión y participación de la carrera en productos audiovisuales

3. **¿Qué opina del aporte de su universidad en la creación audiovisual lojana?**

Tabla 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	9	12%
Aceptable	24	34%
Malo	39	54%
Total	72	40%

Gráfico 3



Análisis:

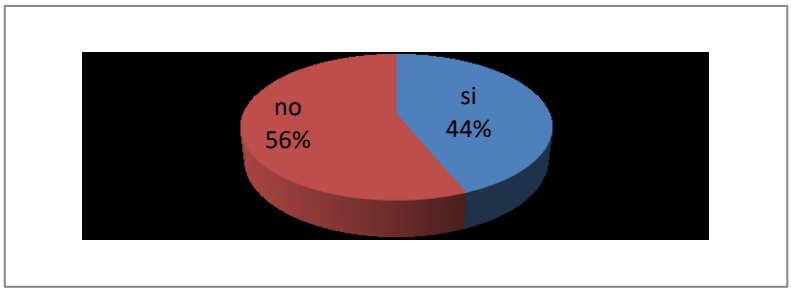
De acuerdo a la tercera pregunta con respecto al aporte de su universidad al audiovisual, de las 73 personas encuestadas el 54% responde que es malo porque no existe creación de productos audiovisuales y de los que existen no son bien tratados estéticamente. El 34% menciona que es aceptable ya que es bueno emprender proyectos y que se le permita a los estudiantes participar de la creación de los productos audiovisuales, y el 9% responde que bueno ya que existen productos de buena calidad creados por los estudiantes. Por esta parte podemos deducir que la mayoría conoce los principales servicios que presta la entidad.

4. **¿Cómo estudiante de comunicación social está involucrado en la creación de productos audiovisuales de su universidad?**

Tabla 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	32	44%
No	41	56%
Total	73	100%

Gráfico 4



Análisis:

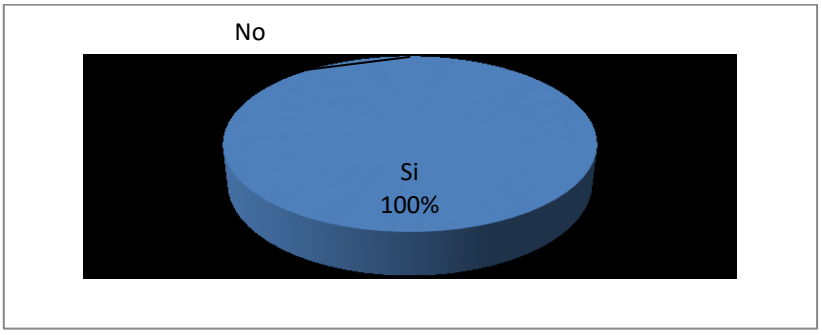
Con respecto a la cuarta pregunta en la que se pretende conocer si los estudiantes se involucran en la creación de productos audiovisuales, de los 73 encuestados, el 56% ha dicho que no y el 44% respondió que sí. De esta forma se concluye que la carrera de Comunicación Social y la Universidad Nacional de Loja no aprovecha sus recursos para crear productos audiovisuales y que los únicos son los que realizan los estudiantes como parte de sus trabajos en clase.

5. **¿Cree usted que es importante la creación de contenidos audiovisuales en la academia?**

Tabla 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	73	100%
No	0	0%
Total	73	100%

Gráfico 5



Análisis:

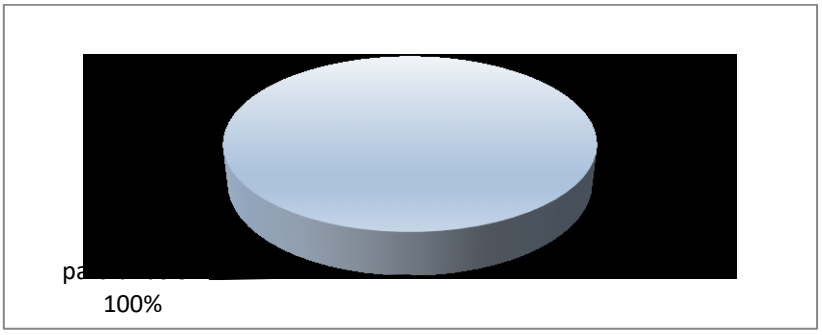
El 100% cree que es muy importante la creación de productos audiovisuales en la academia. Pues ayuda al crecimiento cultural de la ciudad y la participación de los estudiantes.

6. **¿Qué cree que se debe implementar en Loja para que la producción audiovisual tenga más notoriedad?**

Tabla 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Construcción de espacios para la difusión	73	100%
Total	73	100%

Gráfico 5



Análisis:

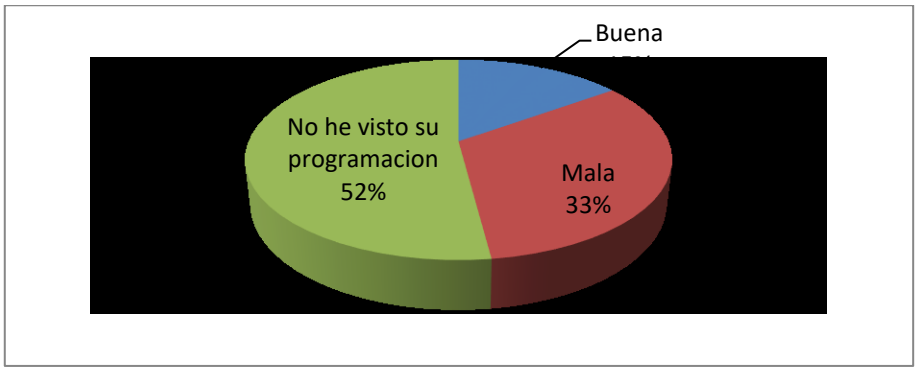
Las 73 personas encuestadas han respondido que una de las principales cosas que se debe implementar en Loja para que el audiovisual tenga más notoriedad, es la construcción de espacios para la difusión, que los contenidos sean de interés de la ciudadanía y creatividad e innovación al momento de crear un producto audiovisual.

7. **¿Cómo califica los diferentes programas y productos que transmiten los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal de Loja?**

Tabla 6

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Buena	11	15%
Mala	24	33%
No he visto su programación	38	52%
Total	73	100%

Gráfico 6



Análisis:

Sobre la pregunta que como califica la programación y los productos transmitidos en los canales UV Televisión y Canal Sur, de los 73 encuestados el 52% mencionó que no ha observado la programación de estos canales de televisión, el 33% la calificó como mala, y un 15% la califico de buena. Por lo que podemos entender que la programación que se transmite en estos canales de televisión en su mayoría no es observada por los estudiantes de la carrea y que sus contenidos carecen de entretenimiento y tratamiento del contenido, siendo solo preferidos por pocas personas.

MATRIZ DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA COORDINADORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. ME1**
Preguntas	**Entrevista realizada el 16 de febrero del 2017** **Mónica Hinojosa**
¿Cuál es la aportación que da la academia al audiovisual?	La academia aporta en intentar a formar profesionales afines a perfiles concretos que demande el sector audiovisual, es decir si aquí hay cadenas de televisión, hay radios, periódicos o prensa o si hay necesidad de comunicadores institucionales, nosotros lo que hacemos es aportar a las necesidades que la ciudadanía necesita. Para hacer un plan de estudios la carrera lo primero que hace es un estudio de pertinencia para ver la demanda de comunicadores que hay en la zona 7, según el último estudio del diseño del nuevo currículo académico de la carrera se pudo constatar que no se necesita muchos comunicadores audiovisuales si no comunicadores organizacionales o community manager expertos en manejo de redes
¿Los estudiantes de la carrera de comunicación cuentan con proyectos donde se vinculen al mundo audiovisual y tengan participación con la televisión local?	En el periodo 2016- 2017 se está incorporando en la asignatura de producción de televisión a los alumnos de Sexto "A", se están creando biblias de series y capítulos pilotos de series para televisión, enseñando a su creación y realización
¿Los estudiantes de la carrera de comunicación, tienen la preparación necesaria en las aulas para emprender productos	Los estudiantes están envía de procesos, existen carencias técnicas para que salgan como profesionales en audiovisual. La falta de infraestructura, manejo de cámaras, control de la iluminación, trabajo de postproducción, edición.

audiovisuales?	
¿La carrera de comunicación social se involucra con proyectos audiovisuales?	No se involucra en proyectos audiovisuales porque la carrera no tiene infraestructura adecuada, tener docentes con los perfiles adecuados de cada materia para que puedan impartir la clase, aunque se está en vía de contar con docentes con perfiles muy concretos. Tener las cartas de compromiso de vinculación con los medios y dialogar donde pueda colaborar la academia con la televisión y que los productos creados por los alumnos de la carrera puedan servir para que sean transmitidos.
¿Qué piensa usted que es lo que necesita Loja para que crezca la industria audiovisual?	Loja necesita buenos profesionales creativos, con ganas de trabajar, porque hoy en día hay una democratización de costes de técnicos, con cualquier cámara mediana decente se puede hacer buenas fotos y videos. Hay que saber qué productos audiovisuales pueden llegar al target ecuatoriano y que se puedan difundir como tal. Los conocimientos adecuados y la creatividad necesaria para que cree productos que lleguen a todo el mundo ya que toda difusión es online. Es necesario dar un salto importante al argumento, al guión, que contenga una narrativa adecuada, las líneas adecuadas, los giros adecuados y si se los realiza como tal el producto es bueno. Carece de buenos guionistas especializados, ya sea de series, realities, reportajes, documentales.

Análisis

En la academia, concretamente en la Universidad Nacional de Loja con su carrera de Comunicación Social, según su nuevo currículo de estudios, los intereses apuntan a formar a los estudiantes en otras áreas de demanda de la comunicación, haciendo que la carrera no pueda enfocarse en la creación de productos audiovisuales, ya que ellos deben encarrilarse a la demanda de ofertas de trabajo que necesita la zona 7, limitándose con ello a que la creación de productos audiovisuales que se realiza en la universidad sea sólo de ámbito educativo de los estudiantes y que su tratamiento no sea el necesario para ser transmitido por televisión o difundido por plataformas digitales

A esto se suma las carencias de herramientas necesarias para la producción de productos audiovisuales, convirtiéndose en un impedimento para el aprendizaje en las

aulas, permitiendo que los estudiantes salgan con vacíos teóricos y prácticos, convirtiéndose en un problema grave para su vida profesional

Esto también influye para que la carrera de Comunicación Social en los últimos años no presente proyectos para la creación de productos audiovisuales, ya sea por la falta de herramientas necesarias, apoyo de las autoridades y la falta de profesores especializados en el ámbito audiovisual, que dirijan los proyectos de una manera adecuada

En Loja faltan escuelas de formación donde las personas que tienen pensado dedicarse al audiovisual se formen de manera correcta para poder llevar a cabo proyectos audiovisuales y se dé el surgimiento de una empresa audiovisual en Loja.

Objetivo N°5

- Proponer alternativas que mejoren la producción audiovisual de no ficción y su participación en los medios de comunicación local.

Este objetivo pudo ser realizado y elaborado como propuesta alternativa de la presente tesis, tomando en cuenta toda la información recolectada que nos permitió proponer un colectivo audiovisual" Crear" en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, a manera de proyecto a ejecutarse.

En el colectivo se busca fortalecer los conocimientos obtenidos en las aulas y que estudiantes aprendan con la práctica siendo partes de producciones audiovisuales que realizará el colectivo. Realizar talleres sobre audiovisual y ser tomados en cuenta en los diferentes proyectos de vinculación que existan en la carrera y universidad donde se incluya el video.

Paralelo al colectivo se producirá un reportaje de 5 minutos aproximadamente abordando el tema de investigación. Con el objetivo de dar a conocer la realidad de la producción audiovisual de nuestra ciudad basándose en los resultados de nuestra investigación. Este reportaje será producido por el autor de la tesis y quedara considerado como un producto del colectivo que se propone en la presente tesis. Sera difundido por medio de las plataformas digitales con las que cuenta la carrera de Comunicación Social.

g. DISCUSIÓN

COMPROBACIÓN DE OBJETIVOS

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en el proyecto de investigación, se consideró de manera precisa los resultados obtenidos en la aplicación de las herramientas y fichas videográficas, mismas que fueron la base fundamental para la investigación, gracias a la información valiosa que se recopiló mediante su aplicación, de esta manera se procede a comprobar los objetivos planteados.

Objetivo general

- ***Analizar la producción audiovisual de Loja desde el año 2013 hasta el 2016, teniendo en cuenta sus ventajas, limitaciones y posibles oportunidades de fortalecimiento y la participación de la academia***.

Con la aplicación de entrevistas a principales personas vinculadas al medio audiovisual y la recopilación de datos en fichas videográficas, se pudo comprobar que la producción audiovisual que se da en Loja es de buena calidad, mostrando estilos definidos y variedad de productos.

Uno de sus principales problemas es el financiamiento ya que en la ciudad de Loja no hay empresas que requieran o que estén interesadas y que tengan los recursos como para financiar una producción de alto costo.

El aporte de la academia al audiovisual es significativo, pues ahí es donde se forman las personas que con el tiempo en su etapa de estudiantes se involucren en la creación de productos audiovisuales, y aunque en ocasiones una de las limitaciones es no contar con el equipo técnico se introduce al estudiante a que tenga conocimientos teóricos de mundo audiovisual.

Objetivos específicos:

Objetivo 1

- ***Estudiar el contenido de los productos audiovisuales de no ficción (documentales, reportajes y programas de televisión) en los canales UV Televisión, Canal Sur Televisión Municipal, la academia y productoras de la ciudad de Loja, en el periodo 2013-2016.***

Mediante las fichas de monitoreo realizados a los archivos de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal, donde se pudo constatar que en los años 2013-2016 no ha existido la transmisión de los productos audiovisuales de productoras locales.

Los programas realizados por los canales de televisión son de diferentes formatos según sus parrillas de programación, donde resaltan los programas informativos, y la utilización de los recursos como entrevistas, reportajes y notas periodísticas carecen de buen manejo estético de la imagen.

Y que al pensar de los productores de la ciudad no existe rentabilidad económica trabajar con los canales de televisión. De igual manera la regulación de la entidad encargada en hacer cumplir los artículos estipulados en la Ley de Comunicación no se ha hecho presente.

Objetivo 2

- ***Analizar las características estéticas de los productos audiovisuales creados en la ciudad de Loja desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013 hasta diciembre 2016.***

Mediante las fichas videográficas y matrices de conteo, donde recopilamos una base de datos de los productos de no ficción (entrevistas, reportajes, documentales y

programas de televisión) realizados desde el año 2013 hasta diciembre de 2016, se pudo verificar que en gran parte los productos audiovisuales, contienen un buen trabajo de la estética y cuidado de la imagen, correcta utilización en la parte técnica como es el sonido y los movimientos de cámara. Siendo muy pocos los productos que presentan problemas algunos, Aunque podría mejorar si los estilos que se utilizan para crear los productos audiovisuales variaran.

Objetivo 3

- ***Indagar cuál es la situación actual de las productoras responsables de la creación de productos audiovisuales en la ciudad de Loja.***

Mediante fichas videográficas y entrevistas este objetivo pudo ser comprobado ya que la información que se logró recopilar fue fundamental, para conocer que en Loja la mayoría de las personas que se dedican a la producción audiovisual no tiene la preparación teórica y práctica como en manejo de equipo, pero con retroalimentación los productos creados manejan un alto estándar de calidad.

La democratización de la tecnología ha permitido que sea más fácil la obtención de equipos para la creación de productos y que esto influya en la calidad e imagen del producto.

Las productoras no están en la capacidad de crear productos audiovisuales como programas de televisión que puedan ser transmitidos en los medios audiovisuales de la ciudad de Loja, por dos motivos: el no compartir el mismo interés económico con el canal y el alto costo que conlleva la producción de un producto para televisión.

La tendencia entre las productoras es la creación de productos más accesibles como reportajes de corta duración, con temas muy locales o los servicios de realización de spot publicitarios para el sector público y privado.

Las universidades de la ciudad de Loja, por su parte se encuentran en continuo aprendizaje, introduciendo a los estudiantes de titulación de comunicación social en las ´practicas donde puedan adquirir experiencia. De igual manera por políticas de cada institución la producción que se crea en las universidades en su gran parte se en foca en fortaleces la parte administrativa y educativa.

Objetivo 4

- ***Describir la participación de la academia lojana en la producción audiovisual a analizar en el presente trabajo y su vinculación con las televisoras locales desde la aprobación de La Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013***

Las universidades investigadas han tenido un aporte significativo en la creación de productos audiovisuales académicos y científicos, aunque en el caso de la Universidad Nacional de Loja se habido afectado por problemas institucionales y políticos. La Universidad Técnica Particular de Loja ha tenido una creciente producción audiovisual siendo su único impedimento la difusión de los productos, si en realidad una estrategia es la publicación en la plataforma de youtube, se necesita de más espacios para su difusión.

Por medio de entrevistas se pudo comprobar, pues si bien la academia debe ser una impulsadora de creación de productos audiovisuales a través de las carreras de comunicación social con sus estudiantes, no puede ser lo único a lo que se dedique pues las carreras planifican y forman profesionales que salgan aptos para la demanda laboral que existe en la ciudadanía y al no existir muchos canales audiovisuales en Loja lo primordial es formar estudiantes con otros perfiles profesionales de comunicación.

Objetivo 5

- **Proponer alternativas que mejoren la producción audiovisual de no ficción y su participación en los medios de comunicación local.**

Por medio de la creación de un colectivo audiovisual y producción de un reportaje que aborda la temática de investigación, busque fortalecer e incentivar a los estudiantes de comunicación social que se interesen por las artes visuales, a que se involucren a la creación de productos y que conozcan el estado actual de la producción audiovisual en Loja.

Contrastación de hipótesis

Para la presente investigación se presentó varias hipótesis que pueden ser aprobadas o desaprobadas dependiendo a la información que se recolectó con las herramientas de trabajo.

Hipótesis

- ***Falta de apoyo de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal a las producciones independientes locales, sin dar cumplimiento al artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, sobre el apoyo a la producción nacional.***
- ***Las productoras carecen de directores creativos, para la creación de productos dirigidos a la televisión y profesionales que manejen los equipos necesarios de grabación para una producción.***
- ***Los escasos recursos técnicos y el presupuesto son limitantes en la creación e influye en la calidad de productos audiovisuales en las productoras de la ciudad de Loja.***

- ***Faltan espacios y espacios comunicativos necesarios para la difusión de productos audiovisuales creados en Loja.***

Los espacios utilizados para la difusión de los productos audiovisuales de las productoras lojanas son los que brinda internet ya que gracias a la democratización de la tecnología ahora es más fácil tener equipos necesarios para la producción y llegar a más personas con un producto audiovisual, siendo lo más preocupante la formación de los creadores de los productos audiovisuales y personas que tengan formación en el manejo de los equipos.

La vinculación con las televisoras es escasa pues los intereses económicos de los productores no son los mismos y prefieren crear sus productos macro y ofertar servicios de creación de spots y videos institucionales a las instituciones del sector público y privado.

h. CONCLUSIONES

- Por el pedido de información que se hizo a la Superintendencia de la Información y Comunicación, que controla los contenidos emitidos por los canales de televisión, obteniendo una respuesta contraria lo realizado por nuestra investigación en los años de investigación acotando que ningún canal de Loja ha sido objeto de sanción por el incumplimiento del artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, que se refiere a los espacios para la producción audiovisual nacional. Afirmamos que no existe una regulación correcta por parte de la institución encargada de controlar a los medios televisivos para que se dé cumplimiento a lo redactado en la Ley Orgánica de Comunicación, para que se dé un espacio a la producción audiovisual independiente local.
- El trato en la utilización de los recursos técnicos y estilísticos de los productos realizados en la ciudad de Loja son de calidad aceptable y existe una raizada inclinación de las productoras en crear productos con unas ideas muy localistas no pueden ser entendidas y captadas en otras partes del país.
- La demanda de productos audiovisuales como reportajes, documentales y programas de televisión es poca en la ciudad de Loja, el principal ingreso económico de las productoras audiovisuales es la producción de spots publicitarios.
- La academia se proyecta en la búsqueda de formar a los estudiantes en otros perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación ya que la demanda del sector audiovisual en Loja es mínima
- La academia especialmente la Universidad Técnica Particular de Loja ha tenido una gran aportación en la producción audiovisual en los años de

investigación y en la actualidad con la producción de documentales científicos y académicos.

- La formación de las personas que están vinculadas en el mundo audiovisual por lo general es empírica y su conocemos son limitados.

i. RECOMENDACIONES

- Que las instituciones de estado como la Superintendencia de la Información y Comunicación, realice exposiciones donde canales de televisión y productores puedan relacionarse y exponer las ideas que puedan ser utilizadas y trabajadas en un medio de televisión local, mediante la creación de conversatorios o festivales de audiovisual, haciendo uso de las diferentes salas y teatros con las que cuenta la ciudad de Loja.
- Fomentar por parte de las instituciones culturales el consumo de producción audiovisual y la creación de espacios netamente de difusión de productos audiovisuales, mediante convenios con los diferentes teatros de la ciudad, como también estrategias y campañas de difusión en los barrios, parques y planteles educativos.
- Que los dueños de los medios audiovisuales se involucren más con la producción local y faciliten espacios para la difusión y creación de productos audiovisuales.
- Se fomente la creación de colectivos o grupos audiovisuales en las carreras de comunicación social, con enfoques sociales y en los cuales se puedan capacitar y también obtener conocimientos y manejar las nuevas tendencias del mundo audiovisual
- Realizar talleres de capacitación o especialización por medio de la academia para la formación de personas que quieran dedicarse netamente al audiovisual.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

Colectivo audiovisual "Crear"

AUTOR

SANTIAGO FABRICIO LEÓN PUCHA

DIRECTOR

JAIME FLÓREZ MEZA

LOJA-ECUADOR

2017

ANTECEDENTES

La Universidad Nacional de Loja, en su historia contó con el Centro de Radio, Cine y Televisión (Ceracyt), fue uno de los pioneros en la realización audiovisual en Loja y región sur del país, pero por las diferentes circunstancias que han sucedido en la universidad, como en el ámbito político, dejo de existir dicho centro.

En el tiempo que funcionó el Ceracyt, la universidad contó con algunos materiales fílmicos que con el pasar del tiempo llegaron a deteriorarse o algunos ya no son los óptimos para uso en proyectos audiovisuales.

En la actualidad en la Universidad Nacional de Loja, la carrera de Comunicación Social se encuentra llevando a cabo proyectos de medios digitales, donde estudiantes que cursan los diferentes ciclos de la carrera participan en los diferentes productos que se realizan.

Pensando que es necesario que, en la carrera de Comunicación Social, funcione un Colectivo Audiovisual, que sea de aporte para el crecimiento y reconocimiento de la carrera y el aprendizaje de los estudiantes mediante la práctica y realización de diferentes productos audiovisuales a servicio de la carrera y de iniciativa propia de los integrantes del colectivo.

DESARROLLO

Luego de realizar el análisis e interpretación de resultados obtenidos en esta investigación y de considerar las opiniones conseguidas de las entrevistas a personas vinculadas con el medio audiovisual, profesores y estudiantes, se cree conveniente contribuir con este aporte académico - social, que se convertirá en una herramienta de referencia eficiente para la creación y difusión de productos audiovisuales elaborados en

la carrera de Comunicación Social, contribuyendo en la formación del estudiante, mediante la participación y creación de ideas propias trabajadas en su aula y que puedan ser producidas por el colectivo. Por ello se considera conveniente la creación de un colectivo audiovisual propio de la carrera de Comunicación Social, que integre a los estudiantes interesados en la producción audiovisual donde se involucre proyectos de los estudiantes y profesores, siendo un medio donde se pueda integrar toda la carrera.

Se tiene pensado que como primer producto del colectivo "Crear", es la realización de un reportaje sobre el estado actual de la producción audiovisual en Loja, tema que fue investigado en la presente tesis de la cual forma parte esta propuesta y con la participación de los estudiantes que estén interesados en ser parte del colectivo.

La creación de este colectivo tiene como fin, poner en práctica los aprendido en las aulas y el autoaprendizaje de los estudiantes mediante la experiencia y de igual manera que la carrera de Comunicación Social tenga una participación activa en la creación de productos audiovisuales que sean mostrados a la ciudanía y se involucre con los medios de televisión de la ciudad de Loja.

Esperando contar con el apoyo de las autoridades de la institución en lo que es infraestructura, equipo técnico y de la participación de estudiantes y docentes, el colectivo quedara estructurado en beneficio para todos los que conforman la carrera de Comunicación Social.

Para la creación de este colectivo, de esta propuesta alternativa se ha tomado en cuenta las opiniones obtenidas de las entrevistas y encuestas que se realizaron. Información que sirvió para direccionar la propuesta y hacerla factible.

JUSTIFICACIÓN

La producción de productos audiovisuales es parte del patrimonio cultural y social, que contiene información clave, permitiendo tener grabado acontecimientos importantes para una sociedad y que enriquezca la cultura.

La UNESCO incentiva la importancia de la concientización en la preservación y realización de archivos audiovisuales, por ende, la participación de la academia, en este caso la Universidad Nacional de Loja y la carrera de Comunicación Social, debería ser partícipe y el principal actor en el producir y almacenar productos audiovisuales como aporte social.

Pero el no solo producir productos audiovisuales debe ser lo primordial sino el involucrar a estudiantes, profesores y autoridades con el fin de que todos unidos conseguir productos significativos y que realcen el nombre de la carrera de Comunicación Social y de la Universidad Nacional de Loja.

Darle un buen cuidado y ordenar los productos realizados y archivar con el fin de que sean utilizados como fuentes de investigación y de consulta por los mismos estudiantes de la carrera, consiguiendo un importante patrimonio audiovisual.

Es importante para la academia que la carrera de Comunicación Social, cuente con un colectivo de creación audiovisual donde la participación directa de los estudiantes sea significativa, con lo cual podrán fortalecer los conocimientos adquiridos en las aulas ya sea en la parte técnica o teórica.

Con esta propuesta buscamos fortalecer la imagen institucional de la academia, con la creación, difusión y la conservación del patrimonio audiovisual creado por la carrera de Comunicación Social.

OBJETIVOS

Objetivo General

Crear un colectivo audiovisual en la carrera de Comunicación Social para la realización, difusión y conservación de productos audiovisuales de no ficción como reportajes, documentales y programas de televisión.

Objetivos Específicos

- Incentivar a los estudiantes de comunicación social de primero a octavo ciclo, para que sean parte del colectivo audiovisual de la carrera.

- Realizar un conversatorio donde se hará conocer la creación del colectivo audiovisual "Crear".

- Crear un producto audiovisual donde se narre el tema tratado en esta investigación.

FASE DE IMPLEMENTACIÓN

FASES:

Para efectuar esta propuesta, se ha creído conveniente llevar a cabo el siguiente estudio investigativo denominado: ANÁLISIS DE LA PRODUCIÓN AUDIOVISUAL EN LOJA DESDE LA APROBACION DE LA LEY DE COMUNICACIÓN. Período 2013- 2016.

a. Realizar una socialización de la propuesta con estudiantes de la carrera de comunicación social, para que tengan conocimiento y se adhieran al colectivo.
b. Redacción de los estatutos del colectivo audiovisual universitario "Crear".
c. Sugerir el espacio y equipos técnicos que el colectivo utilizaría para el trabajo en la realización de los productos audiovisuales.
d. Creación del primer producto audiovisual de no ficción como colectivo "Crear", que abordará el tema sobre "Análisis de la producción audiovisual en Loja", reportaje que durará entre 5 a 6 minutos.

La presentación de los productos comunicacionales desarrollados durante la investigación como: el reportaje sobre el "Análisis de la producción audiovisual en Loja" serán expuestos en la carrera de Comunicación Social, posterior a eso a la ciudadanía en general en las diferentes plataformas digitales debido a que es una herramienta que permite visualizar y conocer los materiales realizados.

Se hace factible la propuesta gracias a la iniciativa del autor y a la información obtenida mediante las encuestas, entrevistas, herramientas, métodos y técnicas que permitieron conocer la falta de espacios y oportunidades de creación audiovisual en la academia. Pues la creación de un colectivo es retomar una parte de la historia de la Universidad Nacional de Loja, que en años anteriores contaba con el "CERACYT", que aportó grandes productos a la región sur del país.

FACTIBILIDAD O VIABILIDAD

Esta propuesta es viable y posible de ser efectuada con éxito luego del análisis que se hizo del resultado obtenido en la investigación de campo, el mismo que nos lleva a considerar la creación de un colectivo y la producción de un producto audiovisual que hace referencia al análisis de la producción audiovisual en la ciudad de Loja, considerando que en la carrera de Comunicación Social, se puede conformar el colectivo.

De tal manera que se puede considerar que la creación del colectivo, será un medio por el cual la carrera de Comunicación Social tendrá un acercamiento a la ciudadanía por medio de los diferentes productos audiovisuales que serán producidos en el mismo.

En el producto audiovisual que será producido como primer producto audiovisual, el autor de la presente propuesta y trabajará con los integrantes que conformarían en primera instancia el colectivo audiovisual "Crear".

Además se conformaría un equipo de rodaje con los integrantes, dividiendo a cada persona en áreas diferentes para una mejor realización del producto audiovisual. Posteriormente se detalla la elaboración y estructuración del producto y colectivo, considerando la calidad, cantidad, lugar, tiempo, entre otros aspectos.

Factibilidad Humana

Esta propuesta es factible debido a la predisposición de los estudiantes que formarán parte del colectivo audiovisual y a la disponibilidad de los materiales técnicos como cámara y sus accesorios, los cuales facilitarán la realización del rodaje

A esto se suma el valioso aporte que hagan los integrantes que ocupen las diferentes áreas de trabajo en el equipo de rodaje, logrando conseguir un producto audiovisual estético y técnico de calidad.

Factibilidad Económica

La realización de esta propuesta es factible debido a que los recursos económicos serán otorgados por la autor de la presente investigación, lo que facilitará la movilidad del equipo y los implementos necesarios para las locaciones donde se realizaran las grabaciones.

EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

a. **Realizar una socialización de la propuesta con estudiantes de la carrera de comunicación social, para que tengan conocimiento y se adhieran al colectivo.**

Esta actividad será posible mediante un conversatorio que será transmitido por Facebook live, en la cuenta de la Carrera de Comunicación social en la que estará presente el director de esta tesis y el autor de la investigación.

b. Redacción de los estatutos del colectivo audiovisual universitario “Crear”

Luego de realizar la socialización de la propuesta en la carrera de Comunicación Social, y de tener un listado de las personas que formaran parte del colectivo audiovisual “Crear”, se llevara acabo de la redacción de los estatutos que ayudaran a la estructuración y orientación del colectivo para un mejor trabajo y organización.

A continuación se presenta el documento con los lineamientos del colectivo “Crear”.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Colectivo Audiovisual Universitario

“Crear”

Misión:

El Colectivo Audiovisual Universitario “Crear”, busca integrar a los estudiantes interesados en la creación de productos audiovisuales de no ficción y aportar al crecimiento del patrimonio audiovisual de la Carrera de Comunicación Social.

Visión:

El Colectivo Audiovisual Universitario “Crear”, se plantea como visión el crecimiento del colectivo y tener activa participación en los proyectos audiovisuales de la carrera de Comunicación Social, de la misma forma producir mínimo un producto audiovisual por año.

ESTATUTOS DE EL COLECTIVO AUDIOVISUAL UNIVERSITARIO "CREAR"

CAPITULO I. DEL COLECTIVO EN GENERAL

Artículo 1.

Las finalidades del Colectivo son:

a) Ofrecer propuestas para la creación de productos audiovisuales que serán producidos por el colectivo audiovisual adherido a la carrera de Comunicación Social.
b) Colaborar y participar activamente en los proyectos audiovisuales de la carrera de Comunicación Social.
c) Realizar la pre-producción, producción y post-producción, si el caso lo requiera de los productos audiovisuales para los cuales sea tomado en cuenta el colectivo audiovisual.
d) Formación teórica y técnica de los integrantes del colectivo.
e) Difundir los productos audiovisuales a la ciudadanía en general por medio de plataformas digitales o salas de proyección.
f) Promover y fomentar el encuentro con profesionales del sector audiovisual ya sea en foros, conversatorios o talleres.

Artículo 2.

El colectivo como tal funcionará en las instalaciones de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja.

CAPITULO II. Integrantes.

Artículo 3.

Podrán ingresar como integrantes del colectivo todos aquellos estudiantes que estén matriculados legalmente en la carrera de Comunicación Social, sin ninguna clase de distinción.

Artículo 4.

Los integrantes del colectivo causarán baja por alguna de las siguientes razones:

a) Por voluntad propia.
b) Por incumplimiento a los trabajos designados.
c) Por acciones que perjudiquen gravemente los intereses del colectivo.
d) Culminación de sus actividades académicas en la Universidad Nacional de Loja

Artículo 5.

Los integrantes tienen los siguientes derechos:

a) Tomar parte en las decisiones del colectivo con voz y con voto.
b) Elegir y ser elegidos para cargos del colectivo.
c) Proponer ideas para la creación de productos audiovisuales.
d) Si uno de los integrantes del colectivo presenta un proyecto audiovisual, por derechos de autor sería el Director del proyecto, si lo desea.
e) Participar en las diferentes áreas de trabajo del colectivo.

Artículo 6.

Son obligaciones de los integrantes:

a) Participar en las actividades del colectivo y trabajar para el logro de sus fines.
b) Respetar los presentes estatutos del colectivo.
c) Desempeñar los cargos para los que fuese elegido.
d) Asistir a las reuniones del colectivo.

CAPITULO III. Cargos Jerárquicos del Colectivo.

Artículo 7.

Existirá el siguiente cargo en el colectivo:

a) Vocero oficial del colectivo
b) Secretaria (o) del colectivo

Artículo 8.

El colectivo estará conformado por un vocero oficial y secretaria o secretario que serán elegidos entre los integrantes del mismo. Se reunirá con carácter ordinario una vez al mes y con carácter extraordinario cuantas veces lo acuerde el vocero o lo soliciten los integrantes del colectivo.

Artículo 9.

Se llamará a reunión tanto ordinaria como extraordinaria, con una semana de antelación mediante anuncios, citación personal y otros medios que garanticen el conocimiento de la convocatoria.

Artículo 10.

Son facultades del Vocero:

a) Hacer conocer a los integrantes sobre proyectos en los que se desee involucrar al colectivo.
b) Aprobar el plan de actividades.
c) Acordar las distinciones y sanciones a que se hagan acreedores los integrantes.
d) Dar espacio a las propuestas que sean presentadas por los integrantes del colectivo.

Artículo 11.

Para que el vocero tome una decisión tanto ordinaria como extraordinaria, será necesario que asistan en primera convocatoria la mitad más uno de los integrantes del colectivo. Si no asisten ese número, transcurridos treinta minutos celebrarán, en segunda convocatoria, siendo válidos los acuerdos sin importar el número de asistentes.

Artículo 12.

Los acuerdos se toman por mayoría simple. En caso de empate decidirá el voto de calidad del vocero oficial.

Artículo 13.

Los acuerdos adoptados conforme a los preceptos anteriores obligarán a todos los integrantes, incluso a los no asistentes.

Artículo 14.

Los cargos del Vocero oficial y del Secretario (a), tendrán una duración de un año, pudiendo ser reelegidos.

El cese de los cargos antes de extinguirse el plazo reglamentario podrá darse por alguno de los siguientes motivos:

a) Dimisión voluntaria presentada mediante un escrito.
b) Enfermedad que incapacite para ejercer el cargo.
c) Baja como integrante del colectivo.
d) Sanción por una falta cometida en el ejercicio del cargo.

Artículo 15.

La Junta Directiva tendrá las siguientes atribuciones:

a) Convocar y fijar la fecha de las reuniones.
b) Organizar y desarrollar las actividades aprobadas por los integrantes.
c) Elaboración de los cronogramas.
d) Designar las comisiones de trabajo o secciones que se estimen oportunas para el buen funcionamiento del colectivo.
e) Interpretar los estatutos y el reglamento de régimen interno y velar por su cumplimiento.

Artículo 16.

Son facultades del vocero:

a) Ostentar la representación del colectivo ante cualquier organismo público o privado

b) Velar por el cumplimiento de los fines del colectivo.
c) Fijar, convocar y presidir las reuniones.
d) Acordar el orden del día de las reuniones.
e) Autorizar con su visto bueno las certificaciones que expida el Secretario.

Artículo 17.

Corresponde al Secretario:

a) Actuar como tal en las reuniones, levantando acta de las mismas.
b) Asistir al vocero para fijar el orden del día y cursar las convocatorias.
c) Custodiar y llevar el registro de los productos audiovisuales.
d) Ocupar el puesto del vocero oficial en reuniones donde no pueda asistir.
e) Redactar la memoria anual y los planes de actividades y los documentos que sean necesarios.

CAPITULO IV. **Equipo de producción**

El equipo de rodaje del colectivo "Crear" en un inicio estará constituido de la siguiente manera:

- Productor
- Guionista
- Talento (entrevistadores, conductores, locutores)
- Director
- Director técnico (DT)
- Asistente de producción
- Director de iluminación
- Diseñador de set (escenógrafo)
- Director de sonido
- Camarógrafo
- Editor

Las personas que ocupen cualquiera de los cargos deberán cumplir a cabalidad con su roll en todo el tiempo que dure el proyecto.

Los integrantes del colectivo podrán desempeñar cualquier cargo con anticipado consenso en reuniones de trabajo.

a) En el producto final se dará créditos a todas las personas que participaron del rodaje
b) Los derechos de autor se repartirían entre el mentalizador del proyecto, colectivo y también se dará reconocimiento a la carrera de Comunicación Social y a la Universidad Nacional de Loja.
c) Los productos realizados quedaran archivados en la carrera de Comunicación Social bajo la supervisión del colectivo CREAR.

c. Sugerir el espacio y equipos técnicos que el colectivo utilizaría para el trabajo en la realización de los productos audiovisuales.

- Se podría analizar ocupar el espacio donde funciona el laboratorio de televisión para guardar todos los equipos de filmación y ocupar el la videoteca de la carrera para archivar los productos audiovisuales.
- De igual manera con ayuda del director de la carrera la asignación de un aula, en horario vespertino para reunión de trabajo y reuniones del colectivo**.**

En lo que respecta a equipos de filmación del colectivo, se recomienda la adquisición de los siguientes equipos:

- Cámara Cannon EOS C200
- Cámara Go Pro 5
- Mac Intel Core i5
- Monitor de video Canon DP-V2410
- Memoria SD HC clase 10 de 32 Gigas
- Discos Duros Externos de capacidad de 2TB.
- Luces
- Trípode jieyang jy0508 8 kg Micrófono Lavalier
- Audífonos Sennheiser HD 650
- Micrófono Lavalier Sony WCS999
- Consola Profesional Mackie 1402-vlz3 14 Canales

N°	Equipamiento	Valor Unitario	Total
1	Cámara Canon EOS C200	2,800.00	2,800.00
1	Cámara Go Pro 5	472.82	472.82
1	Mac Intel Core i5	1,800.00	1,800.00
1	Monitor de video Canon DP-V2410	17,999.00	17,999.00
3	Memoria SD HC clase 10 de 32 Gigas	60.00	180.00
1	Disco Duro Externo de capacidad de 2TB.	150.00	150.00
1	Luces	400.00	400.00
1	Trípode jieyang jy0508 8 kg	182.21	182.21
1	Audífonos Sennheiser HD 650	315.99	315.99
1	Micrófono Lavalier Sony WCS999	189.99	189.99
1	Consola Profesional Mackie 1402-vlz3 14 Canales	399.00	399.00
	PRESUPUESTO TOTAL		**24,839.01**

d. **Creación del primer producto audiovisual de no ficción como colectivo "Crear", que abordara el tema sobre "Análisis de la producción audiovisual en Loja", reportaje que durara entre 5 a 6 minutos**

"El Audiovisual de no ficción en Loja"

Proyecto reportaje

Dirección

Santiago León

Co Producción

Carrera de Comunicación Social

&

Colectivo Audiovisual Crear

Loja

Ecuador 2017

“El Audiovisual de no ficción en Loja”

Género: Reportaje

Enfoque Narrativo: Social.

Duración: 5 Minutos Aprox.

Formato de captura: HD 1920 – 1080 Ext. .MOV

Producto final: DVD

Financiación: Director

STORY LINE

Análisis de la industria audiovisual en Loja de no ficción y su crecimiento desde la aprobación de la Ley de Comunicación en los años 2013-2016.

SINOPSIS

Mostrar el estado actual de la producción audiovisual de la ciudad de Loja desde la aprobación de la aprobación de la ley de comunicación, año 2013-2016. La inclinación al momento de crear productos audiovisuales y su impacto en la ciudadanía, La participación de la academia y de las televisoras existentes en la ciudad. Desde los diferentes puntos de vista y actores que están involucrados en el mundo audiovisual en Loja.

“El Audiovisual de no ficción en Loja”

EJES NARRATIVOS

1. Historia de la producción audiovisual de no ficción en Loja
2. Formación y producción audiovisuales en Loja
3. Ley de Comunicación
4. Participación de la academia e historia
5. Alternativas

SECUENCIAS

1. Historia (entrevistas)
2. Actualidad del audiovisual en Loja (entrevistas)
3. Participación de la academia (entrevistas)
4. Propuestas (entrevistas)

LOCACIONES

1. Loja

PERSONAJES TÉCNICOS

1. Dr. Milton Andrade (Docente de la carrera de comunicación Social y ex director del Ceracyt de la Universidad Nacional de Loja)
2. Altaira Rojas (Productora audiovisual, “Aurora films”)
3. Omar Burneo (Productor audiovisual y catedrático)
4. Mónica Maldonado (Directora de la carrera de Comunicación Social de la Universidad nacional de Loja)
5. Lic. Rubén Torres (Activista Cultural, Unidad Técnica de Proyectos Culturales)
6. Reinaldo Soto (Ex camarógrafo del Ceracyt)

FECHAS

1. Preproducción 1 / Investigación (Julio: Lunes 10, Jueves 13)
2. Preproducción 2/ Personal técnico y equipos de filmación (Julio: viernes 14 – Miércoles 19)
3. Preproducción 2 / especifica
4. Rodaje (Julio. Viernes 21 – Miércoles 26)
5. Posproducción (Julio: Jueves 27 – Domingo 30)
6. Margen de error / Correcciones (Agosto: Lunes 31 – Miércoles 2)
7. Entrega final (Agosto: Jueves 3)

TRATAMIENTO Y SEMIOTICA

El producto tendra una estetica documental y narrativa contemporanea de interes social, de tal manera la historia sera guiada por los personajes entrevistados que nos contaran desde su punto de vista y experiencia en el medio. Las distintas situaciones nos brindara informacuion relavante sobre la produccion audivisual, desde el crecimento de la industria en Loja y la participacion de la Universidad Nacional de Loja y su aporte al audiovisual.

Concientes que es un reportaje informativo, se propone la utilizacion de planos de entrevista fijos, así mismo se propone un trabajo consiente de iluminación y cámara, una propuesta de fotografia ligada a una artistica, con tonos calidos que demuestren seriedad e impórtancia a la imagen y video; poca profundad de campo para detallar rasgos, gestos, elementos, para señalar los detalles que nos ayuden a trasmitir la sensación de cada entrevista.

Por su parte la posproducción juega un papel fundamental para alcanzar el interes que buscamos en el espectador, por lo cual se realizará un montaje rítmico que alterne tiempos y espacios, donde se contará el pasado, presente, y futuro anelado.

En el reportaje “Audivisual de Loja” se contará la problemática y estado actual de la producion audivisual. Finalmente podemos decir que el tratamiento que daremos al reportaje será encaminado en todo momento a lograr un impacto visual y un argumento solido, que sin caer en la propaganda politica, muestre la realidad de la produccion audivisual en Loja.

El Audiovisual de no ficción en Loja

TENTATIVA DE GUION

Repórtaje 25” Aprox.

Secuencia 1. (Historia - *Entrevistas*)

En esta sección presentaremos al entrevistado Omar Burneo, quien nos relatara parte de la historia del audiovisual en Loja y la participación de la Academia.

Seguido Milton Andrade como ex director del Ceracyt ira complementando la parte del aporte que dio la Universidad Nacional de Loja a la producción audiovisual.

Interviene Reinaldo Soto, y cuenta su experiencia sobre la preparación de los integrantes del Ceracyt.

Secuencia 2. (Actualidad - *Entrevistas*)

Rubén Torres, desde su lpunto de vista y trabajo que se realiza en el Ministerio de Cultura, nos cuanta las estadísticas y crecimiento del audiovisual.

En esta secuencia serán entrevistada Altaira Rojas, que como productora audiovisual nos narrara sobre la producción que se realiza en Loja y forma de trabajo de la mayoría de las productoras.

Secuencia 3.(Academia-Entrevista)

Milton Andrade nos introducirá en la historia del Ceracyt y su administración en su etapa como director del mismo y las cosas que se realizaban.

Reinaldo Soto, a breves rasgos nos cuenta sobre la producion d ela revista universitaria y sus contenidos.

Mónica Maldonado directora de la carrera de Comunicación hablara sobre la participación y roll que tiene la universidad y su aporte a la producción de productos audiovisuales.

Secuencia 4 (*recomendaciones*)

Por último los entrevistados nos bridaran una propuesta que ayude al beneficio y crecimiento de la producción audiovisual.

TENTATIVA DE GUION TÉCNICO

N°	SEC	PLANOS	IMAGEN			ENTREVISTADO	AUDIO			FX	GRAFISMO	DESCRIPCIÓN
			Angulo	Movimiento	Acción		Sonido	Voz en on	Voz en off			
	Inicio									Fondo negro	Título y logos de la universidad y colectivo	Colectivo Audiovisual Crear y Universidad Nacional de Loja
	Inicio									Fondo negro	Titulo	Presenta
							no			Fondo negro	Titulo	El Audiovisual en Loja
1	Historia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Omar Burneo		Audio entrevista			Faldón	Lic. Omar Burneo
1	Historia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Milton Andrade		Audio entrevista			Faldón	Dr. Milton Andrade Ex director del Ceracyt
1	Historia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Omar Burneo		Audio entrevista			Faldón	Lic. Omar Burneo
1	Historia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Reinaldo Soto		Audio entrevista			Faldón	Lic. Reinaldo Soto
2	Actualidad									Fondo Negro	Titulo	Actualidad del audiovisual de Loja
2	Actualidad/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Rubén Torres		Audio entrevista			Faldón	Rubén Torres Activista Cultural, Unidad Técnica de Proyectos Culturales

2	Actualidad/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Rubén Torres		Audio entrevista			Faldón	Rubén Torres Activista Cultural, Unidad Técnica de Proyectos Culturales
2	Actualidad/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Altaira Rojas		Audio entrevista			Faldón	Altaira Rojas Productora
2	Actualidad/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Rubén Torres		Audio entrevista			Faldón	Rubén Torres Activista Cultural, Unidad Técnica de Proyectos Culturales
2	Actualidad/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Altaira Rojas		Audio entrevista			Faldón	Altaira Rojas Productora
3	Academia									Fondo negro	Titulo	Aporte de la academia
3	Academia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Milton Andrade		Audio entrevista			Faldón	Dr. Milton Andrade Ex director del Ceracyt
3	Academia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Reinaldo Soto		Audio entrevista			Faldón	Lic. Reinaldo Soto
3	Academia/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Mónica Maldonado		Audio entrevista			Faldón	Mgs. Mónica Maldonado Andrade Directora de la carrera de comunicación Social
4	Propuestas									Fondo negro	Titulo	Propuestas

4	Propuestas/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Altaira Rojas		Audio entrevista			Faldón	Altaira Rojas Productora
4	Propuestas/ Interior día/ Oficina	Primer plano	Normal	Fijo	Entrevistado sentado	Omar Burneo		Audio entrevista			Faldón	Lic. Omar Burneo
8	Final									Transición/ Fondo negro	Titulo	El número de producciones audiovisuales de no ficción (documentales, reportajes, entrevistas y programas de televisión) creados desde el 2013 – 2016 es de 63
8	Final									Transición/ Fondo negro	Titulo	Ninguno ha sido transmitido en con canales de televisión local
8	Final									Transición/ Fondo negro	Titulo	Saraguro “Tierra Ancestral “ de la productora “Aurora” Films, obtuvo un reconocimiento por la Supercom en el año 2017

CRONOGRAMA

Para reportaje "ANALISIS DE LA PRODUCION AUDIVISUAL EN LOJA"

Fecha	Hora	Actividad	Lugar	Traslado
		PRE-PRODUCCION		
Vie. 14 Jul	14:00	- **Reunión del equipo de rodaje y socialización del proyecto**	Universidad Nacional De Loja	
Lun. 17 Jul	14:00	**Pactar entrevistados**	Universidad Nacional De Loja	
Mar. 18 Jul	14:00	**Revisión de equipos de filmación y revisión de guion**	Universidad Nacional De Loja	
Mie. 19 Jul	14:00	**Locaciones**	Universidad Nacional De Loja	
		RODAJE		
Jue 20 jul	14h00	Dr. Milton Andrade	Carrera de Comunicación Social	
Jue 20 jul	14h00	Dra. Mónica Maldonado	Carrera de Comunicación Social	
Vie 21 jull	14h00	Lic. Reinaldo Soto	Carrera de Comunicación Social	
Mar. 25 Jul	10h00	Dr. Rubén Torres	Teatro Benjamín Carrión	
Mie. 26 Jul	11h00	Alatira Rojas	Teatro Benjamín Carrión	
Jue. 27 Juli	14h00	Dr. Omar Burneo	Carrera de Artes Plásticas	
		POS-PRODUCION		
Jue. 27 Jul		Edición		
Vie. 28 Jul		Edición		
Sab. 29 Jul		Edición		
Dom.30 Jul		Edición		
Lun. 31 Jul		Margen de error		
Mar.01Ago		Margen de error		
Mie.02 Ago		Margen de error		
Jue. 03 Ago		Presentación de producto		

j. BIBLIOGRAFÍA

- Abadía, J. M. (1993). Introducción a la Tecnología Audiovisual, Televisión, Video y Radio. Barcelona: Pidós Ibérica.
- Aparici, R., García Mantilla, A., Fernández Baena, G., & Osuna Acedo, S. (2009). La Imagen, análisis y representación de la realidad. Barcelona: Gedisa S.A.
- Asheim, Bjørn T. y Cruz, Sara S., (2007), "Cultural Industries, Talent Attraction and Knowledge.
- Beauvais, Daniel. (1989). Producir en video "material pedagógico guía y videocasette". Québec. Video Tiers-Monde
- Crespo K. (2012), "Lenguaje audiovisual", Especialización docente de nivel superior en educación y TIC, Buenos Aires, Ministerio de Educación de la Nación.
- Graells, P. M. (1995). Introducción al Lenguaje Audiovisual. Barcelona, España: UAB.
- Jullier, L. (2009). El Sonido en el Cine. Cali, Colombia: Paidós.
- Marcel M (2002). El lenguaje del cine. Barcelona, Gedisa., quinta reimpresión.
- McCarthy J. y Perreault W., 2000, Marketing un enfoque global, Mexico, McGraw-Hill Interamericana, 13 Edicion.
- Mckee R. (2013), *El Guión,* Barcelona, España: ALBA libro
- Millerson, Gerald (1990), Manual de producción de video, Madrid: Paraninfo
- Motta, J. J. (2015). Innovación y competencia en la industria audiovisual.
- Rabiger, Michel. Dirección de Documentales. Instituto oficial de Radio y Televisión. Televisión Española. RTVE 2005.
- Santos G. y Miguel Ángel (1983), Imagen y educación, Madrid, Anaya
- Taylorn S y Bogdan R. (1987), Introducción a los Métodos Cualitativos, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidos.
- Terán, S. (2012). Investigación sobre Financiamiento de Proyectos Audiovisuales Cinematográficos en Ecuador. Quito, Ecuador, Universidad de las Américas
- Tíscar, A. (2011). Apuntes para la formación: Producción Audiovisual. Barcelona, España: Aire Comunicación.
- Virilio, P. (1998). La máquina de la visión. Madrid: Cátedra.

WEBGRAFIÁ

- Abad, H. (2015). Análisis de la producción audiovisual generada por la Universidad Nacional de Loja (realización – archivo – difusión) Periodo: 1983-2014. Recuperado del Repositorio de la Universidad Nacional de Loja. http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10913/1/correcion-tesis-HERNAN.pdf
- Becerra, G. E.A. (2008) LA TELEVISIÓN. Consultado el 10/11/2016 Recuperado de https://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/televisionycine.pdf
- Crespo K ”Clasificación de los planos”. (2002)
- Diario La Hora. (31 de Julio de 2013). “La cinematografía intenta crecer en Loja”. pág. A4.
- Lacasa, A. Movimientos de Cámara, [en línea]. Consultado el 31/10/2016. Disponible en: http://albertolacasa.es/travelling-movimiento-de-camara/
- Ley de Fomento de Cine Nacional. (2006). CNCINE. Consultado el 12/10/2016 Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec059es.pdf
- Martin, P. (Noviembre de 2007). Martin Parcelis, Del producto audiovisual al objeto audiovisual. Consultado el 12/11/2016. Recuperado de: http://ceiarteuntref.edu.ar/files/Objeto_audiovisual_Parselis.pdf
- Masache, M. (2008). Video documental cuencano: "La justicia indígena en el Ecuador". [en línea]. Consultado el 10/10/2016. Recuperado de: http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/409
- Montero Ulloa, M. (2012), Análisis sobre la Producción Audiovisual de Programas Infantiles en la Ciudad de Quito entre los años 2010 - 2011 pagina 14-15. Consultado el 01/11/2016. Recuperado de UIDE http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/479/1/T-UIDE-0445.pdf.
- Media. (2016),El lenguaje en la televisión, España, Consultado el 28/10/2016. Recuperado de http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/index.html
- Rodríguez G., (2001), Introducción al Marketing. Ilustrados. Consultado el 05/10/2016 Recuperado de http://www.ilustrados.com/tema/226/Introduccion-Marketing.html

- Rodríguez J. (2011) Métodos de investigación cualitativo. Silogismo de investigación. file:///E:/Downloads/64-207-1-PB.pdf
- Sierra, G. (Febrero, 2016), Producción Audi visual, Recuperado de https://imagenes.educ.ar/repositorio/Download/file?file_id=8d62f101-6324-4344-9627-81ad9cf8c713
- Vega, E. (16 de octubre de 2016). Eugenio Vega Pindado. Recuperado de http://www.eugeniovega.es/asignaturas/imagendigital/lectureDT lenguaje.pdf

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

"Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016"

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

AUTOR

SANTIAGO FABRICIO LEÓN PUCHA

LOJA-ECUADOR

2016

a. TEMA

"Análisis de la producción audiovisual local de la ciudad de Loja, Ecuador a partir de la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación. Período 2013-2016"

b. PROBLEMÁTICA

Al audiovisual se lo relaciona con la transmisión de imagen y sonido de forma simultánea, utiliza la psicología, semiótica y la lingüística, para la difusión de información, a través de normas previamente estructuradas.

Los reportajes, documentales, spots, videoclips son formas de comunicación, que hoy en día están siendo cada vez más utilizados por los medios televisivos, notándose que la producción audiovisual en el caso del cantón Loja se encuentra estancada en los últimos años en lo que se refiere a productos que puedan ser dirigidos para su difusión en la televisión local, con fines educativos o culturales.

La calidad de la producción audiovisual se ve perjudicada por la falta de personas especializadas en las diferentes etapas de la creación del producto audiovisual.

La limitada presencia de productos audiovisuales creados en Loja en las televisoras locales, como UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal, hacen que estos medios de comunicación se inclinen a contratar paquetes de producción nacional e internacionales que abordan temas generales y en pocas ocasiones están relacionados con la realidad de nuestra ciudad.

Al no existir los espacios para la proyección de los productos audiovisuales, se produce un desconocimiento y desinterés de las televisoras en buscar productoras que les venda productos para su programación.

No se logra la diversificación de contenidos y la creación de nuevos proyectos con temáticas diferentes.

Por lo tanto ¿cuáles son las inclinaciones o preferencias de temas a producir por parte de las productoras y las televisoras locales, ya sean contenidos de cultura, salud,

educación, entre otras?; ¿el material audiovisual es difundido en una correcta franja horaria o no?; ¿cómo ha sido la participación de los estudiantes de las carreras de comunicación social de las universidades de la ciudad en la producción audiovisual?

Para ello se hace necesario investigar la participación de las universidades en temas audiovisuales, conocer su contribución audiovisual y su relación con las televisoras de la ciudad. ¿Cómo ha influido la Ley Orgánica de Comunicación en la producción audiovisual en la ciudad de Loja y cuáles son las perspectivas que tiene dicha producción a nivel local?

c. JUSTIFICACIÓN

El motivo de esta investigación es conocer el estado actual de las productoras independientes y producciones realizadas desde el año 2013 con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación y su participación en los medios de comunicación UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal.

Es importante conocer los diferentes proyectos y el avance cultural audiovisual de las productoras y productores locales, el aporte de las instituciones y academias al mundo audiovisual.

Es necesario que haya más espacios destinados para la difusión de producción audiovisual en la ciudad de Loja y que no se enfoquen en producciones realizadas generalmente en otras provincias del país, y con ello se facilite el espacio para que productores lojanos presenten sus propuestas o proyectos audiovisuales.

De igual manera se hace prioritario crear espacios para que los estudiantes de las diferentes universidades de las carreras de comunicación social se vinculen en la creación de productos audiovisuales y ganen experiencia en el campo productivo y laboral.

d. OBJETIVOS

Objetivo general:

- Analizar la producción audiovisual de Loja desde el año 2013 hasta el 2016, teniendo en cuenta sus ventajas, limitaciones y posibles oportunidades de fortalecimiento y la participación de la academia.

Objetivos específicos:

- Estudiar el contenido de los productos audiovisuales de no ficción (documentales, reportajes y programas de televisión) en los canales UV Televisión, Canal Sur Televisión Municipal, la academia y productoras de la ciudad de Loja, en el periodo 2013-2016.
- Analizar las características estéticas de los productos audiovisuales creados en la ciudad de Loja desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013 hasta diciembre 2016.
- Indagar cuál es la situación actual de las productoras responsables de la creación de productos audiovisuales en la ciudad de Loja.
- Describir la participación de la academia lojana en la producción audiovisual a analizar en el presente trabajo y su vinculación con las televisoras locales desde la aprobación de la ley orgánica de comunicación en el año 2013.
- Proponer alternativas que mejoren la producción audiovisual de no ficción y su participación en los medios de comunicación local.

Hipótesis

General

Falta de apoyo de los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal a las producciones independientes locales, sin dar cumplimiento al artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, sobre el apoyo a la producción nacional.

Específicas

- Las productoras carecen de directores creativos, para la creación de productos dirigidos a la televisión y profesionales que manejen los equipos necesarios de grabación para una producción.
- Los escasos recursos técnicos y el presupuesto son limitantes en la creación e influye en la calidad de productos audiovisuales en las productoras de la ciudad de Loja.
- Faltan espacios y espacios comunicativos necesarios para la difusión de productos audiovisuales creados en Loja.

e. MARCO TEÓRICO

1. EL AUDIOVISUAL

El audiovisual es un proceso en el que se articulan de manera ordenada y sistematizada componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos con el fin de obtener un producto audiovisual.

La fecha oficial del nacimiento del cine fue el 28 de diciembre de 1895. Los hermanos Lumière mostraron sus películas en el Salón Indien de París, uno de las primeras fue *"La llegada de un tren a la estación de Closat"*, que mostraba una locomotora que parecía salirse de la pantalla. Su éxito que comenzó a declinar cuando el público empezó a cansarse de contemplar la vida cotidiana que ofrecían sus proyecciones: *"Salida del trabajo"* o *"Tráfico"*, ambas en un único plano fijo.

El arte audiovisual surge con el desarrollo del cine sonoro, a finales de la década de 1920**.** Segun Julier (2009, p.9) En 1927 el cine habló por primera vez. *El cantante de jazz (The Jazz Singer*, 1927) de Alan Crossland, se convirtió en la punta de lanza de una novedad cinematográfica: el sonido. En 1935 aparece la primera película satisfactoria de largo metraje en colores: *Becky Sharp*, marca el comienzo del cine en colores comercial.

A partir de ese momento, el cine apostó todo a las palabras y a la música, inaugurando una nueva era en su historia.

> El término audiovisual empieza a usarse en Estados Unidos en los años treinta tras la aparición del cine sonoro. Sin embargo, es en Francia, durante la década de los cincuenta, cuando esta expresión comienza a ser usada para referirse a las técnicas de difusión simultáneas. A partir de entonces el concepto se amplía y el término se sustantiva. En el terreno de los medios de comunicación de masas se habla de lenguaje audiovisual y comunicación audiovisual (Vega, 2012. p 1).

Según la Escuela de Artes Gaspar Becerra (2008) la televisión se ha convertido en el medio que permite transmitir al mismo tiempo imágenes con sonido. Permitiéndole que

con un gran atractivo realice emisiones y retransmisiones que los demás medios se dificultan al realizar, tal es el caso de la radio en el cual solo se puede transmitir el sonido.

El audiovisual es una forma de comunicar que como los otros medios de comunicación debe cumplir funciones básicas que son: informar, entretener, educar o culturizar. Aunque nos presenta información del mundo real o historias ficcionales, denuncias sociales y económicas siempre siempre será guiado y mostrado dependiendo el punto de vista de los productores, de igual manera es una manera muy práctica de ayudar involucrándose en la cultura, educación, entre otros.

El avance de la tecnología y la creación de nuevas plataformas han facilitado el trabajo y han creado una mayor competitividad al momento de construir un producto audiovisual.

2. PRODUCTO AUDIOVISUAL

Como ya se ha mencionado la producción audiovisual es el arte de elaborar y transmitir mensajes de la vida cotidiana a través de unificar imágenes con sonido. El factor creativo, económico y de difusión juega un rol importante a la hora de realizar un producto audiovisual.

Los audiovisuales facilitan la transmisión de mensajes claves a las audiencias deseadas, a través de la presentación de historias, experiencias personales o relatos tanto de ficción como de no ficción, por lo que se puede decir que una obra audiovisual se puede realizar por medio de un reportaje, un documental, un spot, una película, un programa de TV y en la actualidad, gracias a las nuevas plataformas digitales, se está trabajando las retransmisiones en directo o streaming.

Un producto audiovisual transmite información debidamente procesada y para su creación se realiza una investigación acerca del tema que se desea mostrar.

Según Tíscar (2011) lo primero que se debe tener en cuenta es la necesidad de contar, de compartir una idea, un sueño, una historia, una realidad, una crítica. Existen varias cosas que se pueden crear utilizando las producciones audiovisuales.

Se mantiene la idea de que cualquier persona puede realizar un producto audiovisual, teniendo en su poder los materiales básicos como lo es una cámara de video y equipo para captar sonido. Pero existe una gran diferencia entre la creación de un producto audiovisual de un aficionada de una persona profesional que lleva tiempo en el campo audiovisual, pues tendrá siempre presente los lineamientos necesarios para una producción de calidad.

> Sin embargo, la producción audiovisual requiere mucho más que arte e involucra muchos aspectos y procesos que deben ser tomados en cuenta, ya sea en producciones de cinco minutos o las megas producciones de cuatro horas. Todas las producciones deben seguir un desarrollo de: guion, una pre-producción, una producción, una post-producción y finalmente, una difusión (Terán, 2012 a, p.4).

El llevar a cabo todas estas etapas de la producción puede garantizar que el producto final sea de calidad, pero influye en cómo se trabaje y el conocimiento de cada uno de los miembros del equipo. “Todas las actividades que ocurren en estas etapas son importantes y ninguna ocurre sin la otra, desde conseguir fondos o hacer una buena toma, poner una buena iluminación o saber dónde se exhibirá el producto, todas son importantes y necesarias”. (Terán, 2012b, p.4)

Realizar todas estas etapas de forma organizada siempre influirá en el producto final, su calidad siempre se regirá a la forma de trabajar de todos los integrantes del grupo.

Para la producción audiovisual se debe pasar por tres fases básicas que son: pre-producción, producción y post- producción.

2.1 PRE-PRODUCCIÓN

La pre-producción es la primera etapa, inicia desde el instante en el que nace la idea hasta el momento que empieza la grabación. Entre sus máximos objetivos está el de asegurar las condiciones óptimas para la realización.

> La Pre-Producción es, habitualmente, la fase más larga de una producción, todo depende de la complejidad del proyecto y de los obstáculos previsibles. Es durante esta fase que la producción puede ser encaminada por el rumbo correcto o desviado en tal extremo que no habrá tiempo, talento o habilidad de edición más adelante que pueda salvarla. Así mismo, el equipo tendrá mayores posibilidades de evitar errores u olvidos, restando así el impacto de imprevistos, retrasos y dificultades que normalmente se encuentran durante el rodaje. (Masache, 2008, p. 48)

Hay un conjunto de actividades destinadas a la guionización y a la organización de la producción (esto último consiste en la formación del equipo de trabajo, distribución de roles, redacción del proyecto, presupuesto, financiación, plan de producción -locación, rodaje).

- EL GUIÓN: Según Sierra (2016) una producción audiovisual nace a partir de una simple idea, de una obra literaria o un acontecimiento real. Lo que llamaremos en general guión deberá pasar por diferentes procesos de escritura para obtener una obra concisa y particular que será la guía de todo el proceso de producción audiovisual. En la elaboración del guión debemos distinguir dos fases:

  - Guión Literario. - Es la historia (con final o sin final) desarrollada de forma cronológica en el que se describe a través de las palabras, las imágenes y los sonidos. Un buen guión literario tiene que transmitir la información suficiente para que el lector visualice el video.

  - Guión Técnico. - Es la descripción detallada de cada imagen, sonido y acción que se grabará, en el que se puntualiza los pormenores de la posición de la cámara, encuadre, decoración, efectos especiales, iluminación, actores,

diálogos, músicas y ambiente de escena; dependiendo de la obra audiovisual que se vaya a realizar.

Al momento de escribir un guión siempre se debe tener en cuenta, la historia, la forma de pensar de la época, no se puede escribir sin antes haber analizado el año o periodo en que va trascurrir la historia.

> El guión propone arquetipos y no estereotipos. Las historias arquetípicas desvelan experiencias humanas universales que se visten de una expresión única y de una cultura específica. Las historias estereotipadas hacen justamente lo contrario: carecen tanto de contenido como de forma. Se reducen a una experiencia limitada de una cultura específica disfrazada con generalidades rancias. (Robert, 2013, p. 9)

Si no se tiene en cuenta estos parámetros al momento de escribir, la obra audiovisual está amenazada de perder relevancia y calidad, puesto que el mensaje que pretende transmitir pierde importancia.

2.2 PRODUCCIÓN

Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital. En esta etapa de la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc.

> Para poder llevar a cabo un buen rodaje, es preferible que el equipo posea ciertos prerrequisitos mínimos en lo referente al lenguaje audiovisual, a los métodos de trabajo en el rodaje y a los aspectos técnicos de la producción. Además, es necesario e importante llevar con nosotros el guión, el plan de rodaje y el calendario de rodaje; estos elementos nos indicarán dónde, cómo y cuándo realizar la filmación. (Beayvais, 1989, p. 137-143)

Como manifiesta Rabiger (2005), la etapa de rodaje es aquella donde se realiza el proceso global de grabar o filmar un proyecto audiovisual. En esta etapa se unen tanto el personal humano como los recursos técnicos necesarios para la captura de las imágenes y el sonido, para darle forma a lo que se quiere comunicar. En esta etapa el rol del director es fundamental.

2.3 POSTPRODUCCIÓN

Según el portal web Media (2016) del Ministerio de Educación de España, la postproducción es la última parte del proceso de producción de un programa. Etapa, en suma, en la que se dota de unidad al programa y se añaden los últimos flecos antes de su emisión. Las tres áreas más importantes en la finalización de un producto audiovisual son: la edición, la sonorización y los efectos especiales.

Consiste en la selección del material grabado. De esta forma se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra, se trabaja la corrección de la imagen, como también el audio y se toma la decisión de repetir alguna toma o grabar cierto audio si es que se lo requiere.

2.4 DIFUSIÓN

La difusión es la parte final de una producción, pero no la menos importante, pues aquí se busca las maneras de cómo vender el producto y que sea observado y adquirido por la gente para obtener ganancias del mismo.

Dar a conocer una obra audiovisual en la actualidad es más fácil que en años anteriores, gracias a las plataformas digitales, la televisión, salas de cine entre otros.

El Consejo Nacional de Cinematografía (2013), ha venido emprendiendo varias acciones para que nuevos públicos accedan al cine ecuatoriano e independiente a través de diferentes espacios y plataformas, con el fin de garantizar el ejercicio de los derechos culturales. En el año 2015 mediante resolución se crea el Sistema Nacional de Difusión Cinematográfico (SND), el cual tiene como finalidad contribuir a la formación de públicos a través del acceso a la cinematografía ecuatoriana y de la región en espacios alternativos de exhibición, a nivel nacional e internacional.

La promoción es complementaria a la difusión, y puede iniciar antes o en forma paralela a esta y se dedica a brindar información de manera directa y personalizada a los posibles usuarios procurando crear un mayor interés en las personas.

Rodríguez Gaudy en su libro Introducción al Marketing (2001) menciona que la promoción puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios y productos.

Es muy importante la difusión y promoción del producto audiovisual ya que este puede ser el inicio para la financiación de nuevos proyectos audiovisuales.

3. GÉNEROS AUDIOVISUALES

Luego de estudiar el origen y las etapas de la producción audiovisual, es importante recalcar algunas de sus características. El momento de crear un producto audiovisual como ya mencionó, debe ser un proceso que debe realizarse lo más organizado posible.

Es bueno mencionar que dependiendo del tipo de producción las fases tomarán más tiempo o se realizarán más rápido de lo previsto. No se puede comparar la realización de una noticia, de una película o de un documental, que puede variar dependiendo de las exigencias.

José Martínez Abadía[5] (1993), plantea tres grandes grupos de producciones:

El reportaje donde "el realizador no puede influir sobre el desarrollo del acontecimiento y solo decide sobre temas técnicos como el encuadre de la toma, el momento de realizarlas". De igual manera los documentales "que parten de hechos reales, pero en los cuales existe una manipulación creativa en cuanto a la manera de

[5] Información tomada del repositorio de la UIDE de la tesis de María Gabriela Montero Ulloa, pagina 14-15. Recuperado de http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/479/1/T-UIDE-0445.pdf

presentar las acciones y hechos". Y por último los de argumento "que serían todos los programas de ficción en los que se desarrolla una historia inventada o creada por un guionista, implica un alto grado de fantasía creativa".

En este tipo de proyectos audiovisuales se emplea un mayor tiempo de producción por la complejidad del trabajo y todo lo que involucra, también se definen como la obra que utiliza las fuentes de la información para alterarla, tratando de no alejarse de la realidad.

Según Hernán Abad (2015) la mayoría de contenidos audiovisuales que sirven para el entretenimiento. Se dividen en: Foto-Relato, Película, Video Clip, Spot y Docu-ficción.

- Foto-relato:[6] Se refiere a la narración audiovisual de una historia real o irreal, a través de imágenes fijas y que posee sonidos de acompañamiento que puedan guiar el relato que se quiere contar.

- Película: Es una obra cinematográfica que en la mayoría de las producciones cuenta una historia ficcional, y cuyo contenido se elabora por medio de un guion donde los actores son los protagonistas de la narración.
- Video clip: Es la realización hecha en imagen de una música, que no cuenta con una historia cerrada. Lo rescatable de estas producciones, es que se utiliza el lenguaje audiovisual, como una base narrativa.

- Spot: Se refiere a la publicidad, el comercial o las campañas. La persuasión audiovisual es el recurso principal en este subgénero. Puede durar entre diez segundos hasta un minuto.

[6] Información tomada del repositorio de la Universidad Nacional de Loja de la tesis de Hernán Abad, pagina 146-147. Recuperado de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10913/1/correcion-tesis-HERNAN.pdf

- Docu-ficción o falso documental: Es un subgénero del documental que utiliza contenidos ficcionarios para construir un discurso basado en la realidad. Por lo general, lo utilizan para recrear algo que no se puede filmar.

4. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

Todos los componentes que intervienen en el lenguaje audiovisual posibilitan el entendimiento de una obra de vídeo, porque "contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos" (Graells, 1995, p. 1)

Estos elementos se caracterizan por ofrecer mecanismos icónicos, por brindar información al receptor, por ser un lenguaje sintético y porque expresa emociones al público.

> El lenguaje audiovisual es sintético: sonido-imagen-movimiento, el lenguaje audiovisual es un lenguaje de participación en el acontecimiento, pues permite representar la realidad de modo tal que nos sentimos identificados con lo que vemos y escuchamos, captando con más fuerza nuestra atención, despertando múltiples emociones. (Guerra. S,1984, p. 213)

Karina Crespo (2002) menciona que en el lenguaje audiovisual se puede considerar diversos aspectos o dimensiones. Se lo puede analizar por medio de tres aspectos: Morfológico, Sintáctico y Semántico.

4.1 ASPECTO MORFOLÓGICO

De la misma manera que cuando elaboramos mensajes con los componentes del lenguaje verbal, utilizamos nombres, adjetivos, artículos y otros elementos morfológicos.

Por la unión de estos componentes nace el lenguaje audiovisual y podemos decir que es fundamental para entender una parte del producto audiovisual.

4.2 ASPECTO SINTÁCTICO

Se caracteriza por la composición de los elementos técnicos de la imagen y el sonido. Los aspectos sintácticos a considerar son: Composición, Planos, Angulación y el Movimiento de la cámara. Dependiendo de la asociación que se obtenga de estos elementos, se construirá el discurso de la historia audiovisual.

4.2.1 PLANOS

El plano es parte del encuadre que le podemos dar a una imagen dependiendo el mensaje que queremos transmitir.

> La composición interna del encuadre se configura al seleccionar el tamaño de lo representado, la proporción del espacio real que queda inscrito dentro de los márgenes del marco. En la mayoría de los medios de registro, cada una de las posibilidades de encuadre según este criterio se denomina plano. (Aparici, García Mantilla, Fernández Baena, & Osuna Acedo, 2009, p. 53)

Los planos más usados recopilados principalmente del libro "La Imagen" de Roberto Aparici et al, con sus respectivas siglas son:

- GPG: Gran plano general o plano panorámico. Es un plano descriptivo del escenario donde se desarrolla la acción La figura humana apenas se distingue.
- PG: El plano general que también se denomina plano entero o de conjunto, Describe asimismo la acción que se desarrolla en la secuencia, pero la dimensión del espacio representado se acerca a la de la figura humana completa.

> Los planos abiertos proporcionan una impresión general, permitiendo que el público pueda ver todos los elementos contenidos en la escena y empiece a pensar sobre qué es lo que más llama su atención en lugar de concentrarse en el punto específico que el realizador está intentando mostrar en ese momento. (Millerson; 1990, p. 59)

- PA: Plano americano o plano tres cuartos corta la figura humana a la altura de las rodillas, sirve para mostrar acciones del personaje.
- PM: El plano medio corta al sujeto por la cintura Se aprecia con más claridad la expresión del personaje, aunque conservando una distancia respetuosa.

- PP: Primer plano corta por los hombros y permite acceder con más eficacia al estado emotivo del personaje.
- PPP: El primerísimo primer plano o gran primer plano corta por la parte superior de la frente y por la barbilla. Este es el plano donde se contiene la expresión de forma más concreta
- PD Recoge una parte pequeña de la figura humana: una mano, los ojos, una oreja, etc.

> Los planos cortos son muy interesantes para revelar detalles (aunque algunas veces resultan excesivos). También limitan mucho la visión que el público tiene de la escena y puede resultar molestos al obligar a 48 concentrarse en zonas muy limitadas de la acción (Millerson; 1990, p 58)

Crespo (2002) menciona que el plano es la unidad básica del lenguaje audiovisual, como para la lectoescritura podría ser la estructura de combinación de códigos que determinan significados, para el lenguaje audiovisual la composición con esos códigos se organiza fundamentalmente en planos

- Plano Secuencia: Se aplica a una toma que puede moverse y variar su encuadre registrando una o varias acciones en continuidad, aunque lo registrado no sea propiamente una secuencia, permite presentar una gran cantidad de personajes y de información.

4.2.2 ANGULACIÓN

Normal: el ángulo de la cámara es paralelo al suelo. La cámara se puede colocar de muchas formas, invertida, a ras del suelo, etc.

Picado: Cuando la cámara está sobre el objeto, en un cierto ángulo. El objeto está visto desde arriba. Suele emplearse a veces para destacar aspectos psicológicos, de poder, etc. Se le da al personaje un nivel de inferioridad o de víctima. “El picado (toma de arriba hacia abajo) tiende a empequeñecer al individuo, a aplastarlo moralmente

bajándolo al nivel del suelo, y a hacer de él un objeto enviscado en un determinismo invencible y juguete de la fatalidad". (Martin, 2002, p. 47)

Contrapicado: La cámara se coloca bajo el objeto, destacando este por su altura y le da al personaje un nivel de superioridad. "El contrapicado (el individuo es fotografiado de abajo hacia arriba: el objeto está por debajo del nivel normal de la mirada) suele dar una impresión de superioridad, de exaltación y de triunfo, pues aumenta a las personas y tiende a magnificarlas destacándolas en el cielo hasta aureolarlas con una nube". (Martin, 2002, p. 47)

Cenital: la cámara se sitúa completamente por encima del personaje, en un ángulo perpendicular.

Nadir: la cámara se sitúa completamente por debajo del personaje, en un ángulo perpendicular al suelo:

A estos ángulos podemos añadir lo que Marcel Martin (2002) define como idea no textual, encuadre desordenado, por el motivo que la cámara se mueve en diferentes direcciones.

4.2.3 MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Se entiende por movimiento de cámara a la acción que realiza el operador de cámara en el momento de la grabación, tomando en cuenta la angulación y planos de la imagen.

> La grabación de una serie de imágenes nos permite captar el movimiento de una escena para luego reproducirlo y repetirlo cuantas veces queramos. Pero no sólo podemos captar el movimiento de coches y personas que recogemos a través de nuestra cámara. La cámara también se puede mover y puede estar cambiando constantemente el punto de vista desde donde mira. (Tiscar, 2011, p. 11)

Los movimientos de la cámara pueden ser físicos u ópticos:

- Zoom: es un desplazamiento óptico hacia adelante (zoom in) o hacia atrás (zoom out) donde se amplía o disminuye el campo visual del objeto encuadrado o enmarcado, este movimiento se lo puede realizar digitalmente al momento de la edición o directo en cámara o manualmente moviendo la óptica del lente.

- Tilt: se conoce como tilt al movimiento vertical de la cámara hacia arriba (tilt up) o abajo (tilt down) sobre su propio eje.

- Paneo: el paneo es un movimiento horizontal sobre su propio eje que genera: una secuencia de movimiento, un desplazamiento temporal o un cambio de encuadre principalmente.

- Travelling: es un desplazamiento de la cámara acompañando una acción o un personaje, este movimiento se puede realizar con cámara en mano, sobre el hombro, con un artefacto que evita la vibración y movimientos bruscos llamado steadycam, sobre un sistema de rieles con un carro llamado Dolly, con un trípode de ruedas o simplemente sobre un objeto en movimiento.

Para Alberto Lacasa (2016) el travelling implica un cambio de posición de la cámara que suele venir acompañado de un movimiento en panorámica, aunque no necesariamente, refuerza elementos con carga dramática y muestra elementos del plano que quedan ocultos. “La fisiología de la mirada depende de los movimientos de los ojos, a la vez movimientos incesantes e inconscientes (motilidad) y movimientos constantes y conscientes (movilidad)”. (Virilio,1998, p.80)

La utilización de estos planos ayuda a que el producto tenga mayor impacto en la persona que lo observa, aportando ritmo a la imagen para un mayor entendimiento de la idea que se quiere transmitir.

4.3 ASPECTO SEMÁNTICO

Es el mensaje que se transmite a través de la imagen. Por ende, es un análisis subjetivo de la realidad plasmada en la fotografía. Se debe tomar en cuenta el punto de vista del realizador para conocer lo que este quiere contar en la obra.

5 INNOVACIÓN AUDIOVISUAL

Aunque en su mayoría las productoras independientes cuentan con escaso personal de planta, siempre la creatividad y la innovación de productos que muestran una forma atractiva de observar el video está ligado al avance de la tecnología.

Si bien el avance de la tecnología ha permitido que los costos de producción disminuyan y como lo menciona Motta (2015, p.3a) está mayormente incorporado en equipos y programas de software que las empresas del sector compran en otros sectores, que son los generadores de dichas tecnologías. Mostrando Importantes cambios en la manera de producir y de difundir los productos audiovisuales. Pues según él mismo Motta (2015, p.4b), un claro ejemplo de ello ha sido el desarrollo de los nuevos formatos digitales, teniendo una serie de ventajas técnicas y económicas respecto de los formatos anteriores. Se menciona que las principales ventajas son el menor peso de las cámaras, la facilidad de revisión del material, las mayores facilidades para la introducción de efectos especiales.

Aunque la innovación es buena al momento de competir con las demás productoras, no es una de las mejores estrategias que se puede aplicar, el motivo radica en que el

personal que trabaja en una producción con el tiempo llega a otra productora para aplicar los conocimientos obtenidos anteriormente, limitando la exclusividad de las productoras.

6 AUDIOVISUAL EN LOJA

Según Hernán Abad[7] (2015.p.31). En Loja el audiovisual prácticamente está unido al trabajo realizado por la Universidad Nacional de Loja considera la precursora en traer la producción audiovisual a la región sur del país y por ende a la ciudad de Loja

A pesar de que la televisión llegó en 1968, jamás se realizó filmaciones dentro de la ciudad y provincia, porque lo que se transmitía en la TV, eran producciones hechas en Quito, Guayaquil y Cuenca, a más de divulgar películas extranjeras.

Cabe mencionar que se dice que en la década de los 50, el quiteño Enrique Rojas, filmó a través de su video-cámara la procesión de la Virgen del Cisne, en la vía Loja-Catamayo, lastimosamente no se encuentra registro alguno de ello, pero mucha gente da testimonio de que se proyectaron esas imágenes por primera vez en el centro de la ciudad, provocando el asombro entre el público.

Además, Omar Burneo[8](2015), cree que, en 1973, la empresa Canta Claro, realizó un spot publicitario para promover su marca en la urbe, aunque tampoco se cuenta con registro alguno.

Pero, la primera realización audiovisual que se ha efectuado en la ciudad y en la Universidad Nacional de Loja, y que se cuenta con registro de ello, es el documental *"Los efectos por la Lluvias",* que se lo grabó en 1983. Según Omar Burneo (2015b), fue una producción de ensayo, donde se filmaron los estragos de las lluvias que azotarón a

[7] Op.cit.
[8] Citado por Hernán Abad, op.cit.

la provincia de Loja en la década de los ochentas, y cuya duración del documental fue de aproximadamente veinticinco minutos.

La primera película que se realizó con financiamiento de la Universidad fue *"Yamaya Shuar",* que además fue la primera producción en el sur del Ecuador, y su preproducción inició en 1980, haciéndose realidad entre 1983 y 1984" (Diario La Hora, 2013, pág. A4).

Desde ese momento hasta la actualidad en Loja se han creado varios productos audiovisuales de carácter académico, social y cultural, como: *Los Saraguros, La Virgen del Cisne, Atrapen al Santo, La Miel de las Morojas, El Duende y la Valdivia* entre otras, que dan fe de las producciones audiovisuales de la ciudad.

Desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), en su artículo 97, donde obliga a los canales a que el 60 % de su programación sea producción nacional y que el 10 % sea destinado al producción independiente (LOC,2013,p.119), abriendo oportunidades para las personas y productoras que les permita crear más productos audiovisuales.

Esto ayudado al crecimiento del audiovisual en el Ecuador, mas no en Loja pues la producción desde la aprobación de la ley en el 2013 hasta la fecha es baja, sobresaliendo contados productos audiovisuales financiados por las universidades con fines académicos o en su caso instituciones públicas como privadas.

7 ACTUALIDAD DEL AUDIOVISUAL EN LOJA

En la actualidad en la ciudad de Loja la institución que apoyado al crecimiento y fortalecimiento del audiovisual ha sido el Ministerio de Cultura, por medio de

capacitaciones y talleres se orienta a los productores como llevar una idea a la acción, los recursos narrativos, su aspectos técnico y creativo.

Si bien la academia ha sido parte fundamental en el crecimiento de artes audiovisuales en sus últimos años ha quedado estancada como menciona Abad (2015), tal es el caso de la Universidad Nacional de Loja, quien solo se ha dedicado a la creación de programas de imagen institucional mas no a la producción de documentales o reportajes que vincule a la sociedad lojana en ámbitos sociales.

7.1 PRODUCTOS AUDIOVISUALES TRASMITIDOS EN LOS CANALES DE LOJA

En la ciudad de Loja existen dos canales televisivos como: UV Televisión que es una de los primeros canales de la ciudad y Canal Sur Televisión Municipal inaugurado recientemente.

UV Televisión: Según su portal web, su año de creación fue en el año de 1968 con el nombre de Canal 4, Ciudad de Loja, con transmisiones en blanco y negro. A partir del 1994 pasó a denominarse UV Televisión y desde entonces, incrementó sus emisiones diarias a color como sus programaciones informativas.

Su contenido se basa en la transmisión de programas de noticias, deportes, entretenimiento y religiosos según su parrila. Mantienen alianzas con el Canal Vasco, TeleSur, Cuba Visión, cuales aportan programas creados en sus países de origen.

Canal Sur Televisión Municipal: El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, mediante resolución RTB 120 emitió la concesión del canal sur de televisión municipal a favor del Municipio de Loja permitiendo que esa manera el 3 de febrero del 2015 su creación.

Su programación varia en noticias, deportes, entretenimiento, farándula y programas con formatos de entrevistas realizados por el canal mismo, realiza transmisiones de programas como educa que se transmiten en canal Ecuador TV.

8 EL CONSEJO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA

El Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine), creado por medio de la Ley de Fomento del Cine Nacional (2006), es la institución encargada de fortalecer la industria cinematográfica ecuatoriana**.** El CNCine es el organismo facilitador de las actividades y ejecutor de las políticas encaminadas a fortalecer la cultura cinematográfica del país; el punto con los espacios internacionales de fomento, intercambio y capacitación en materia cinematográfica.

El CNCine trabaja en cinco ámbitos:

- Fomento a la producción cinematográfica a través del Fondo de Fomento Cinematográfico.
- Difusión nacional de la producción ecuatoriana.
- Difusión y promoción internacional de la cinematografía ecuatoriana
- Formación y capacitación, tanto en el ámbito profesional como amateur
- Investigación, rescate y puesta al servicio de la ciudadanía del patrimonio fílmico ecuatoriano.

9 LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN

El artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC, 2013) señala que los medios de comunicación audiovisual de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria a la difusión de contenidos de producción nacional, en el artículo 98 se propende que la publicidad debe ser en un 80% producción nacional y en el artículo 102 que los canales de televisión inviertan al menos

del 2 al 5% de su facturación en producción nacional y exhiban al menos dos filmes de producción nacional independiente; y según el artículo 60 de la misma ley los contenidos deberán clasificarse en informativos, de opinión, culturales, entretenimiento, deportivos; y, publicitarios.

Sin embargo los datos de horas exhibidas en la televisión privada ecuatoriana en 2012, publicados por CIESPAL, muestran que el 57% corresponde a entretenimiento y 19,5% a información, es decir 3/4 partes de la programación están copadas por dos géneros; la cultura, los programas de opinión, el deporte y la publicidad ocupan menos del 25% de la oferta televisiva en 2012.

f. METODOLOGÌA

Los métodos que utilizaremos para recolectar información y realizar la investigación son: método cualitativo y el método etnográfico.

- Método cualitativo:

La investigación cualitativa permite afronta los problemas de validez externa a través de diferentes estrategias, entre ellas las más comunes la permanencia prolongada en el campo, incluye en la muestra a miembros de los principales elementos de la estructura social en torno al fenómeno de estudio

Según Taylor & Bogdan (1987), la metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable, es un modo de encarar el mundo empírico.

- Método etnográfico:

La investigación etnográfica está orientada para la interpretación de la sociedad o de un grupo específico mediante la observación de campo de los fenómenos socioculturales y, en un momento dado, con acción participativa en la solución de los problemas concretos.

> Desde hace mucho tiempo se ha concebido la investigación etnográfica como el tipo de investigación que describe e interpreta las realidades investigadas y observadas desde el punto de vista conceptual de sus protagonistas; se apoya en la convicción de que las tradiciones, roles valores y normas del ambiente en que se vive se van internalizando poco a poco y van generando regularidades que pueden explicar la conducta individual y grupal de una forma adecuada. (Rodríguez, 2011. p.21)

- Técnicas de investigación:

  Observación:

Ayudará a dar una idea sobre la producción audiovisual que se transmite en la actualidad en los canales UV. Televisión y Canal Sur Televisión Municipal.

Conversatorio:

El conversatorio fue desarrollado como metodología de participación del conocimiento por Allison Hewlitt (Bellanet), Geoff Barnard y Catherine Fisher (Instituto de Estudios para el Desarrollo, IDS).

Con esta técnica buscaremos interactuar con los actores de mundo audiovisual en la ciudad de Loja, realizando preguntas para ser debatidas y compartir ideas, las cuales serán recogidas mediante grabación y utilizadas para la recopilación de información para la investigación de tesis.

Inventario técnico:

Ayudará a recolectar la información de todos los productos audiovisuales creados en Loja desde la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, logrando una clasificación por: fecha, productora, canal, género, año, formato, estilos, diferencias, contenido, composición, audio y difusión. Para luego contrastar con productos audiovisuales transmitidos en la televisión local.

Verse en el Anexo 1

Entrevista

Para recopilar datos actuales de las diferentes productoras existentes en la ciudad y comparar la situación actual de las productoras ya sea: en productos realizados, recursos técnicos, recurso humano y a que se dedica la productora.

> La herramienta cualitativa más adecuada para desarrollar la investigación es la entrevista, porque es una relación que tiene por objeto obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Está orientada a recolectar datos que tienen que ver con las percepciones, las actitudes, las opiniones, las experiencias ya vividas, los conocimientos, así como también a los proyectos de futuro. (Rodríguez, 2011, p 15)

Se entrevistará a los gerentes de las productoras calificadas por el Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador.

Verse en el anexo 2

De la misma manera a directores audiovisuales:

- Paul Moreira
- Omar Burneo

Verse en el anexo 3

Encuesta

Se realizará una encuesta significativa a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja que cursan el sexto y octavo ciclo, para medir su conocimiento sobre producción audiovisual creada en Loja y exigencias hacia su carrera.

La encuesta se la enfocará a los estudiantes de las carreras de comunicación social.

Verse en el anexo 4

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	NOVIEMBRE 2016				DICIEMBRE 2016				ENERO 2017				FEBRERO 2017				MARZO 2017				ABRIL 2017				MAYO 2017				JUNIO 2017				JULIO 2017				AGOSTO 2017				SEPTIEMBRE 2017			
	1	2.	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del proyecto	X	X	X																																									
Correcciones del proyecto				X	X																																							
Aprobación del proyecto y Designación de un tutor						X																																						
Sustento bibliográfico							X	X																																				
Aplicación de técnicas e instrumentos									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																							
Tabulación de las herramientas utilizadas																					X	X	X	X																				
Revisión de Literatura																									X	X	X	X																
Conclusiones y Recomendaciones																													X	X	X	X												
Elaboración de la propuesta																																	X	X	X	X								
Revisión y ajustes de la propuesta																																				X								
Redacción del informe final																																					X	X						
Presentación del borrador de tesis																																						X	X					
Presentación del informe final de tesis																																							X					
Aprobación de la tesis																																								X	X			
Defensa Pública																																												

ACTIVIDADES	OCTUBRE 2017				NOVIEMBRE 2017				DICIEMBRE 2018				ENERO 2018				FEBRERO 2018				MARZO 2018				ABRIL 2018			
Aprobación de la tesis			X	X																								
Defensa Pública																					X	X	X	X	X	X		

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Presupuesto o Recursos	
Concepto	Valor
Transportes	$ 25
Tiempo de consulta en internet	$ 15
Tiempo en horas laborables	$ 45
Asesorías particulares	$ 10
Impresiones y papelería	$ 40
Refrigerios	$ 60
Computadora	$ 70
Imprevistos	$ 30
Total	$295

FINANCIAMIENTO

Los gastos que demande el desarrollo del presente trabajo investigativo serán asumidos por el autor.

i. BIBLIOGRAFÍA

- Abadía, J. M. (1993). Introducción a la Tecnología Audiovisual, Televisión, Video y Radio. Barcelona: Pidós Ibérica.
- Aparici, R., García Mantilla, A., Fernández Baena, G., & Osuna Acedo, S. (2009). La Imagen, análisis y representación de la realidad. Barcelona: Gedisa S.A.
- Asheim, Bjørn T. y Cruz, Sara S., (2007), "Cultural Industries, Talent Attraction and Knowledge.
- Beauvais, Daniel. (1989). Producir en video "material pedagógico guía y videocasette". Québec. Video Tiers-Monde
- Crespo K. (2012), "Lenguaje audiovisual", Especialización docente de nivel superior en educación y TIC, Buenos Aires, Ministerio de Educación de la Nación.
- Graells, P. M. (1995). Introducción al Lenguaje Audiovisual. Barcelona, España: UAB.
- Jullier, L. (2009). El Sonido en el Cine. Cali, Colombia: Paidó.
- Marcel M (2002). El lenguaje del cine. Barcelona, Gedisa., quinta reimpresión.
- McCarthy J. y Perreault W., 2000, Marketing un enfoque global, Mexico, McGraw-Hill Interamericana, 13 Edicion.
- Mckee R. (2013), *El Guión,* Barcelona, España: ALBA libro
- Millerson, Gerald (1990), Manual de producción de video, Madrid: Paraninfo
- Motta, J. J. (2015). Innovación y competencia en la industria audiovisual.
- Rabiger, Michel. Dirección de Documentales. Instituto oficial de Radio y Televisión. Televisión Española. RTVE 2005.
- Santos G. y Miguel Ángel (1983), Imagen y educación, Madrid, Anaya
- Taylorn S y Bogdan R. (1987), Introducción a los Métodos Cualitativos, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidos.
- Terán, S. (2012). Investigación sobre Financiamiento de Proyectos Audiovisuales Cinematográficos en Ecuador. Quito, Ecuador, Universidad de las Américas
- Tíscar, A. (2011). Apuntes para la formación: Producción Audiovisual. Barcelona, España: Aire Comunicación.
- Virilio, P. (1998). La máquina de la visión. Madrid: Cátedra.

CONSULTAS ELECTRÓNICAS

- Abad, H. (2015). Análisis de la producción audiovisual generada por la Universidad Nacional de Loja (realización – archivo – difusión) Periodo: 1983-2014. Recuperado del Repositorio de la Universidad Nacional de Loja. http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10913/1/correcion-tesis-HERNAN.pdf
- Becerra, G. E.A. (2008) LA TELEVISIÓN. Consultado el 10/11/2016 Recuperado de https://gasparbecerra.files.wordpress.com/2008/11/televisionycine.pdf
- Crespo K" Clasificación de los planos". (2002)
- Diario La Hora. (31 de Julio de 2013). "La cinematografía intenta crecer en Loja". pág. A4.
- Lacasa, A. Movimientos de Cámara, [en línea]. Consultado el 31/10/2016. Disponible en: http://albertolacasa.es/travelling-movimiento-de-camara/
- Ley de Fomento de Cine Nacional. (2006). CNCINE. Consultado el… Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec059es.pdf
- Martin, P. (Noviembre de 2007). Martin Parcelis, Del producto audiovisual al objeto audiovisual. Consultado el 12/11/2016. Recuperado de: http://ceiarteuntref.edu.ar/files/Objeto_audiovisual_Parselis.pdf
- Masache, Maritza. (2008). Video documental cuencano: "La justicia indígena en el Ecuador". [en línea]. Consultado el 10/10/2016. Recuperado de: http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/409
- Montero Ulloa M. (2012), Análisis sobre la Producción Audiovisual de Programas Infantiles en la Ciudad de Quito entre los años 2010 - 2011 pagina 14-15. Consultado el 01/11/2016. Recuperado de UIDE http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/479/1/T-UIDE-0445.pdf.
- Media (2016),El lenguaje en la televisión, España, Consultado el 28/10/2016. Recuperado de http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/index.html
- Rodríguez G., (2001), Introducción al Marketing. Ilustrados. Consultado el 05/10/2016 Recuperado de http://www.ilustrados.com/tema/226/Introduccion-Marketing.html

- Rodríguez J. (2011) Métodos de investigación cualitativo. Silogismo de investigación. file:///E:/Downloads/64-207-1-PB.pdf
- Sierra Guillermo (Febrero, 2016), Producción Audi visual, Recuperado de https://imagenes.educ.ar/repositorio/Download/file?file_id=8d62f101-6324-4344-9627-81ad9cf8c713
- Vega, E. (16 de octubre de 2016). Eugenio Vega Pindado. Recuperado de http://www.eugeniovega.es/asignaturas/imagendigital/lectureDT lenguaje.pdf

OTROS ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

1. **ANEXO MPRA1: MATRIZ DE PRODUCTORAS AUDIOVISUALES**
2. **ANEXO MP1: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DEL PROYECTO "ARTES DEL SUR"**
3. **ANEXO MPA2: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA PRODUCTORA "MIRA FILMS"**
4. **ANEXO MPA3: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA PRODUCTORA "AURORA FILMS"**
5. **ANEXO MPA4: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA PRODUCTORA "GRILLO NEGRO"**
6. **ANEXO MPA5: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE LOJA**
7. **ANEXO MPA6: MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA, NÚCLEO DE LOJA**
8. **ANEXO MCRE2: MATRIZ DE CONTEO DE PRODUCTOS AUDIVISUALES**
9. **ANEXO FV: FICHA DE VIDEOGRAFICAS**
10. **ANEXO MM: MATRIZ DE MONITOERO A MEDIOS DE TELEVISION**
11. **ANEXO TEI: TRANSCRIPCION DE LAS ENTREVISTAS MÁS IMPORTANTES.**
12. **ANEXO E.1: ENCUESTA A ESTUDIANTES DE CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ANEXO MPRA1

MATRIZ DE PRODUCTORAS AUDIOVISUALES

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Productoras Audiovisuales

N°		**Nombre**	**Direcion**
1	Productoras de Video	Mirafilms	General Rafael Rodríguez 22-24
2	Productoras de Video	Aurora Films	Loja
3	Productoras de Video	Grillo Negro	Bolívar y Miguel Riofrío (Esquina)
4	Productoras de Video	Foda Producciones	Loja
5	Productoras de Video	Estudiovitela	Loja
6	Proyecto	Arte del sur	Loja

ANEXO MPA1

MATRIZ DE PRODUCTOS DEL PROYECTO "ARTES DEL SUR"

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Proyecto "Arte del sur "

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Entrevista	Ángel Aguilar	11-06-2015	Youtube
2	Entrevista	Bayardo Cuenca	11-06-2015	Youtube
3	Entrevista	Diego Gonzales	11-06-2015	Youtube
4	Entrevista	Diego Villavicencio	11-06-2015	Youtube
5	Entrevista	Boris Salinas	11-06-2015	Youtube
6	Entrevista	Tania Sáez	11-06-2015	Youtube
7	Entrevista	Gerardo Sáez	11-06-2015	Youtube
8	Entrevista	Patricio Tapia	11-06-2015	Youtube
9	Entrevista	Aquiles Salinas	11-06-2015	Youtube
10	Entrevista	Alicia Gonzales	11-06-2015	Youtube
11	Entrevista	Eduardo Jiménez	11-06-2015	Youtube
12	Entrevista	Pablo Alvear	11-06-2015	Youtube
13	Entrevista	Alicia Arcinegas	11-06-2015	Youtube
14	Entrevista	María Dolores Coronel	11-06-2015	Youtube
15	Entrevista	Juan Lasso	11-06-2015	Youtube
16	Entrevista	Yorqui Llacxaguangua	11-06-2015	Youtube
17	Entrevista	Emilio Saraquive	11-06-2015	Youtube

ANEXO MPA2

MATRIZ DE PRODUCTOS DE LA PRODUCTORA "MIRA FILMS"

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Mira films

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Reportajes	Zero límites "Parapente"	28-08-2015	Youtube
2	Reportajes	Zero límites " Coellar Racing Team"	11-09-2015	Youtube
3	Reportajes	Zero límites "Jhon Solorzano"	26-09-2015	Youtube
4	Reportajes	Zero límites "Hosteria Playa Verde"	08-10-2015	Youtube
5	Reportajes	Zero límites "Chulucanas en Perú "	25-10-2015	Youtube
6	Reportajes	Zero límites "Zero Limites"	09-12-2015	Youtube
7	Reportajes	Zero límites "Saraguto Init Wasi"	10-08-2016	Youtube
8	Reportajes	Zero límites " Saraguro Runa Xtrem"	19-08-2016	Youtube
9	Reportajes	Zero límites "Saraguro Shamuico Espai Gastronómic"	09-09-2016	Youtube
10	Reportajes	Zero límites "Catacaos" primera parte	08-11-2016	Youtube
11	Reportajes	Zero límites "Catacaos gastronomía" segunda parte	05-12-2016	Youtube
12	Reportajes	Zero límites "Museo de sitio Narihuala" tercera parte	05-12-2016	Youtube
13	Reportajes	Zero límites "Howard Jhonson-UTPL"	06-01-2017	Youtube

ANEXO MPA3

MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA PRODUCTORA "AURORA FILMS"

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Aurora films

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Reportajes	Carla Román	05-02-2013	Youtube
2	Reportajes	Bayardo Cuenca	08-02-2013	Youtube
3	Reportajes	Santiago Herraez	08-02-2013	Youtube
4	Reportajes	Malos Genes	08-02-2013	Youtube
5	Reportajes	Andrea Vela	09-02-2013	Youtube
6	Reportajes	Carlos Carrion	24-02-2013	Youtube
7	Reportajes	Hermanos Salinas	11-03-2013	Youtube
8	Reportajes	Katy Ortega	24-03-2013	Youtube
9	Reportajes	Diego Villavicencio	07-04-2013	Youtube
10	Reportajes	Carolina Cevallos	13-04-2013	Youtube
11	Reportajes	Violencia de genero	03-09-2013	Youtube
12	Reportajes	Equidad de Género y Educación	03-09-2013	Youtube
13	Reportaje	Vilcabamba Valle Sagrado	14-09-2013	Youtube
14	Reportajes	Foro Regional Géneros y Participación	03-10-2013	Youtube
15	Reportajes	Convenio ESF-ECUADOR	23-10-2013	Youtube
16	Reportajes	Una sinfonía para el éxito	06-11-2013	Youtube
17	Reportaje	Loja turística y productiva	20-08-2014	Youtube
18	Reportajes	Aurora Ocampo	15-03-2015	Youtube
19	Documental	Loja: Esencia Musical	28-07-2016	Youtube
20	Reportajes	Producción de miel en la provincia	15-09-2016	Youtube
21	Reportajes	Saraguro Belleza Ancestral	11-10-2016	Youtube

ANEXO MPA4

MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA PRODUCTORA "GRILLO NEGRO"

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Grillo negro

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Reportajes	Migración: La libertad que no buscaras	27-04-2013	Youtube - 13 Plus

ANEXO MPA5

MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE LOJA

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

UTPL

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Programa de televisión	Miradas	2013-2013	Youtube Telerama Teleamazonas-Internacional
2	Reportaje	Nambija entre el pasado y el presente	09-05-2013	Youtube
3	Programa de televisión	7 Días en la Técnica		Youtube
4	Documental	Natem "La bebida sagrada de los Shuar"	06-02-215	Youtube
5	Documental	Expedición al Alto Nangaritza	03-10-2015	Youtube

ANEXO MPA6

MATRIZ DE PRODUCTOS AUDIVISUALES DE LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA, NÚCLEO DE LOJA

	6UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo de Loja

N°	Genero	Nombre	Fecha de difusión	Medio o Plataforma
1	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel	10-12-2013	Youtube
2	Reportaje	El último rincón: La edad de oro de la literatura lojana	20-12-2013	
3	Documental	Fausto Aguirre, el documental	21-06-2013	
4	Documental	"Cien años de Eduardo Kingman, una ofrenda a sus manos"	2013	
5	Documental	Sitios Turísticos Urbano Católico de la Ciudad y la provincia de Loja	2014	
6	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel	2015	

ANEXO MCRE2

MATRIZ DE CONTEO DE PRODUCTOS AUDIVISUALES

	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN** **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** **CODIGO. MCRE2**

PRODUCTOS		
N°	**Genero**	**Nombre**
1	Reportajes	Zero límites “Parapente”
2	Reportajes	Zero límites “ Coellar Racing Team”
3	Reportajes	Zero límites “Jhon Solorzano”
4	Reportajes	Zero límites “Hosteria Playa Verde”
5	Reportajes	Zero límites “Chulucanas en Perú “
6	Reportajes	Zero límites “Zero Limites”
7	Reportajes	Zero límites “Saraguto Init Wasi”
8	Reportajes	Zero límites “ Saraguro Runa Xtrem”
9	Reportajes	Zero límites “Saraguro Shamuico Espai Gastronómic”
10	Reportajes	Zero límites “Catacaos” primera parte
11	Reportajes	Zero límites “Catacaos gastronomía” segunda parte
12	Reportajes	Zero límites “Museo de sitio Narihuala” Tercera parte
13	Reportajes	Zero límites “Howard Jhonson-UTPL”
14	Reportajes	Carla Román
15	Reportajes	Bayardo Cuenca
16	Reportajes	Santiago Herraez
17	Reportajes	Malos Genes
18	Reportajes	Andrea Vela
19	Reportajes	Carlos Carrion
20	Reportajes	Hermanos Salinas
21	Reportajes	Katy Ortega
22	Reportajes	Diego Villavicencio

23	Reportajes	Carolina Cevallos
24	Reportajes	Violencia de genero
25	Reportajes	Equidad de Género y Educación
26	Reportaje	Vilcabamba Valle Sagrado
27	Reportajes	Foro Regional Géneros y Participación
28	Reportajes	Convenio ESF-ECUADOR
29	Reportajes	Una sinfonía para el éxito
30	Reportaje	Loja turística y productiva
31	Reportajes	Aurora Ocampo
32	Reportajes	Producción de miel en la provincia
33	Reportajes	Saraguro Belleza Ancestral
34	Reportajes	Migración: La libertad que no buscaras
35	Reportaje	El último rincón: La edad de oro de la literatura lojana
36	Reportaje	Nambija entre el pasado y el presente
37	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel
38	Documental	Sitios turísticos urbano católicos de la ciudad y la provincia de Loja
39	Documental	Semblanza de Jorge Hugo Rengel
40	Documental	Fausto Aguirre, el documental
41	Documental	Cien años de Eduardo Kingman, una ofrenda a sus manos
42	Documental	Natem “La bebida sagrada de los Shuar”
43	Documental	Expedición al Alto Nangaritza
44	Documental	Loja: Esencia Musical
45	Entrevista	Ángel Aguilar
46	Entrevista	Bayardo Cuenca
47	Entrevista	Diego Gonzales
48	Entrevista	Diego Villavicencio
49	Entrevista	Boris Salinas
50	Entrevista	Tania Sáez
51	Entrevista	Gerardo Sáez
52	Entrevista	Patricio Tapia
53	Entrevista	Aquiles Salinas

54	Entrevista	Alicia Gonzales
55	Entrevista	Eduardo Jiménez
56	Entrevista	Pablo Alvear
57	Entrevista	Alicia Arcinegas
58	Entrevista	María Dolores Coronel
59	Entrevista	Juan Lasso
60	Entrevista	Yorqui Llacxaguangua
61	Entrevista	Emilio Saraquive
52	Programa de televisión	Miradas
63	Programa de televisión	7 Días en la Técnica

Autor: Santiago León

ANEXO FV

FICHA DE VIDEOGRAFICAS

COMPONENTES FOTOGRÁFICOS							
Exposición		**Movimiento**		**Enfoque**		**Composición**	
Correcta	Incorrecta	Correcto	Incorrecto	Correcto	Incorrecto	Correcta	Incorrecta
Porcentaje		**Porcentaje**		**Porcentaje**		**Porcentaje**	
				90%		87%	
Total: 100%		**Total: 100%**		**Total: 100%**		**Total: 100%**	

ANEXO MM

MATRIZ DE MONITOERO A MEDIOS DE TELEVISION

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2013 "UVTelevisión" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Enero	X	X	X
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	x	X

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2014 "UVTelevisión" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Enero	X	X	X
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	x	X

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2015 "UVTelevisión" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Enero	X	X	X
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	x	X

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2016 "UVTelevisión" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Enero	X	X	X
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	x	X

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2015 "Canal Sur" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	X	X

	MATRIZ DEL MONITOREO DE MEDIOS DE TELEVISIÓN DE LA CIUDAD, MONITOREO AÑO 2016 "Canal Sur" **CODIGO. MM**		
	Documentales	Reportajes	Programas de televisión
Enero	X	X	X
Febrero	X	X	X
Marzo	X	X	X
Abril	X	X	X
Mayo	X	X	X
Junio	X	X	X
Julio	X	X	X
Agosto	X	X	X
Septiembre	X	X	X
Octubre	X	X	X
Noviembre	X	X	X
Diciembre	X	x	X

ANEXO TEI

TRANSCRIPCION DE LAS ENTREVISTAS MÁS IMPORTANTES

Entrevista N° 1

Mónica Hinojosa

¿Cuál es la aportación que da la academia al audiovisual?

La academia aporta en intentar a formar profesionales a fines perfiles concretos que demande el sector audiovisual, es decir si aquí hay cadenas de televisión hay radios, periódicos o prensa o si hay necesidad de comunicadores institucionales, nosotros lo que hacemos es aportar a las necesidades q la ciudadanía necesita. Para hacer un plan de estudios de las crear lo primero que se hace un estudio de pertenencia para ver la demanda de comunicadores que hay en la zona 7, según el último estudio del diseño del nuevo currículo académico de la carrera se pudo constatar que no se necesita muchas comunicadoras audiovisuales si no comunicadores organizacionales o comunnity manager expertos en manejo de redes

¿Los estudiantes de la carrera de comunicación cuentan con proyectos donde se vinculen al mundo audiovisual y tengan participación con la televisión local?

En el periodo 2016- 2017 se está incorporando en la asignatura de producción de televisión los alumnos de Sexto "A" se están creando biblias de series y capítulos pilotos de series para televisión, enseñando a sukjkl creación y realización

Los estudiantes de la carrera de comunicación, tienen la preparación necesaria en las aulas para emprender productos audiovisuales

Los estudiantes están envía de procesos, existen carencias técnicas para que salgan como profesionales en audiovisual. La falta de infraestructura, manejo de cámaras, control de la iluminación, trabajo de postproducción, edición.

¿La carrera de comunicación social se involucra con proyectos audiovisuales?

No se involucra en proyectos audiovisuales porque la carrera no tiene infraestructura adecuada, tener docentes con los perfiles adecuados de cada materia para que puedan impartir la clase, aunque se está en vía de contar con docentes con perfiles muy concretos. Tener las

cartas de compromiso de vinculación con los medios y dialogar donde se pueda colaborar la academia con la televisión y que los productos creados por los alumnos de la carrera puedan servir para que sean transmitidos.

¿Qué piensa usted que es lo que necesita Loja para que crezca la industria audiovisual?

Loja necesita buenos profesionales creativos, con ganas de trabajar, porque hoy en día hay una democratización de cotes de técnicos, con cualquier cámara mediana decente se puede hacer buenas fotos y videos. Hay que saber que productos audiovisuales pueden llegar al target ecuatoriano y que se puedan difundir como tal. Los conocimientos adecuados y la creatividad necesaria para que cree productos que lleguen a todo el mundo ya que toda difusión es online.

Es necesario dar un salto impórtate al argumento, al guion, que contenga una narrativa adecuado, las líneas adecuadas, los giros adecuados y se los realiza como tal el producto es bueno. Carece de buenos guionistas especializados, ya sea de series, realitys, reportajes, documentales.

¿Cuáles son las oportunidades de trabajo en el audiovisual en Loja?

Para los estudiantes es poder trabajar en los pocos canales de televisión que existen en la ciudad o aventurarse a trabajar de manera independiente con proyectos propios, consiguiendo armar una productora audiovisual.

Entrevista N° 2

Paul Moreira

¿Cuál es la formación profesional de las personas que se vinculan al mundo audiovisual?

Al medio audiovisual deben tener el título de producción de radio y producción y el título de cineasta que para televisión no tiene mucha entrada. La mayoría de las personas que trabajan en Loja es empírica, son muy pocos los que estudiaron producción o cine y algunos tienen cursos. Los licenciados de comunicación no están preparados para producir un producto.

¿Cómo se financia la producción de un producto audiovisual en la ciudad de Loja?

Se financia de dos maneras, lo primero es por medio de un programa piloto, buscas auspiciantes se compra el espacio en la televisión. La otra manera es que la televisora te contrate

¿Cómo es el apoyo al audiovisual por parte de las instituciones públicas y privadas?

En cierta manera si, documentales, spots institucionales.

¿Qué piensa usted que es lo que necesita Loja para que crezca la industria audiovisual?

Necesita de la empresa privada o la empresa institucional, es decir si tenemos las reglas claras y nos podemos apoyar en ellas donde podemos producir, por ejemplo si el gobierno ayuda a las empresas que financian la producción audiovisual, tengan una exoneración en el iva como se hace en otros países. Ayudaría mucho a la producción audiovisual y producción cinematográfica en el Ecuador y en Loja. Debe generarse como una industria.

¿Cuáles son las oportunidades de trabajo en el audiovisual en Loja?

En Loja si y no, hay nuevas productoras y canales televisión que por negocios hacían los anuncios televisivos gratis, no se realizaba un proceso para presentar una propuesta audivisual, abarato totalmente los costos.

¿Tiene proyectos audiovisuales que estén dirigidos a ser transmitidos en televisión?

Hice un programa que se llamaba "tras la ventana", documentales llamado "Aquí Ecuador".

¿Conoce usted si la televisión local ha buscado hacer convenios con las productoras de Loja para la creación de productos audiovisuales?

Han visto muchos gestores culturales que han intentado hacer muchas, no han tenido el apoyo de la empresa privada pero muchas veces les va mal porque no respetan al público, no dan calidad.

¿Tiene proyectos audiovisuales que estén dirigidos a ser transmitidos en televisión?

Algunos pilotos.

¿Qué herramientas utilizan para promoción y difusión de los productos audiovisuales?

Bueno básicamente un programa que sale dos semanas al aire y luego sales a venderlo o en el mejor de los casos ya tienes auspiciantes.

¿Qué recomienda a los productores que tienen en mente dedicarse a la producción audiovisual?

La gente que sobrevive en esto es la gente que realmente ama la producción, hay que ser constantes, porque puedes tener el conocimiento y el talento, pero si no lo amas no te sirve de anda

Entrevista N°3

Altaira Rojas

¿Cuál es la formación profesional de los integrantes de la productora?

Bueno los que trabajamos de planta, tenemos título de tercer nivel, en mi caso soy comunicadora social y especializada en realización audiovisual y mi colega es ingeniero en sonido. La productora trabaja dos personas y en cuando se necesita contratamos gente de afuera.

¿Qué interés tuvieron al momento de crear la productora?

Económico

¿Cómo se financia la productora?

La manera de financiar un proyecto siempre es un anticipo que permita pagar personal, viajes, proveedores, logística.

Los trabajos que se realizaba con el sector público se trabajan documentales, reportajes, publi-reportajes, videos turísticos.

¿Háblenos sobre la diferencia de la industria audiovisual en Loja, comparada a la de otras ciudades?

Hay dos factores la calidad del trabajo y la demanda de empresas y la demanda, no hay industrias grandes que necesitan contratar publicidad y Loja solo existe IlE que financió

nuestro documental. Lo que es calidad, las productoras no tiene gente con formación que sepa manejar las herramientas de manera ideal y en Loja no hay escuelas de formación donde te permitan utilizar estas herramientas. Las productoras locales tienen muy poca posibilidad de experimentar, crear en el aspecto de trabajo y realización y no se constituyen como una productora pues sus integrantes se mantienen con un trabajo aparte y no permite que avances profesionalmente.

La gente que se forma en este ámbito sale y no regresa por que encuentran mejores propuestas en ciudades más grades.

¿Qué piensa usted que es lo que necesita Loja para que crezca la industria audiovisual?

Gente que pueda manejar las herramientas de trabajo, formación, escuelas de formación

¿Cuáles son los trabajos más significativos que han realizado y de que género?

Tenemos cuatro proyectos propios como cortos, largometrajes y el documental "Loja esencia musical" que dura dos horas y tuvo un financiamiento de 23 mil dólares, un trabajo de un año con un equipo grande, se tuvo la oportunidad de salir conocer otras ciudades.

¿Cómo productora tiene proyectos audiovisuales que estén dirigidos a ser transmitidos en televisión?

Para televisión se trabaja spots publicitarios para empresas privadas, como productora nunca nos ha interesado trabajar con canales privados locales ya que no manejan recursos económicos que se de nuestro interés,

¿La televisión local ha buscado hacer pactos con las productoras de Loja para la creación de productos audiovisuales?

No, hay interés de trabajar pues la manera de trabajar de las televisoras locales no vana acordes a los intereses de la productora

¿Qué herramientas utilizan para promoción y difusión de los productos audiovisuales?

Se trabaja con las redes sociales, plataformas de video de internet. En el caso del documental en la actualidad no ha salido a la vente, pero se lo tiene pensado sacar en el mes

de febrero y difundirlos en canales locales y nacionales dependiendo las negociaciones con los dueños de los canales.

Con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación que apoya la producción nacional, ¿cómo cree que ha influido en la producción de productos audiovisuales en Loja?

A la productora no le ha beneficiado en nada, desde la aprobación de la Ley ya empezaron haber problemas de presupuesto. Localmente no ha beneficiado en nada a la ciudad, porque no se ha visto proyectos grandes para televisión.

Unas de los problemas es que no hay empresas grandes como en otras ciudades, el caso de la publicidad donde se exigía que sea nacional y en Loja no hay demanda.

ANEXO E.1

ENCUESTA A ESTUDIANTES DE CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA DE LA EDUCACION EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. ¿Cuál de estos medios cree usted que es más eficiente para difundir un producto audiovisual ya sea documental, reportaje, cortometraje o series?

Internet ( ) Televisión ( )

Salas de proyección ( ) Ninguna ( )

2. ¿Conoce algún producto audiovisual creado por su universidad?

……
……
…….

3. ¿Qué opina del aporte de su universidad en la creación audiovisual lojano?

Bueno ( )

Aceptable ( )

Malo ( )

¿Por qué?

……
……
……

4. ¿Cómo estudiante de comunicación social está involucrado en la creación de productos audiovisuales de su universidad?

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?

……
……
……

5. ¿Cree usted que es importante la creación de contenidos audiovisuales en la academia?

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?

……
……
…….

6. ¿Qué cree que se debe implementar en Loja para que la producción audiovisual tenga más notoriedad?

……
……
……

7. ¿Cómo califica los diferentes programas y productos que transmiten los canales UV Televisión y Canal Sur Televisión Municipal de Loja?

Buena ( ) Mala ( )

No he visto su programación ( )

INDICE

PORTADA…….……...…. i
CERTIFICACIÓN…….……...… ii
AUTORÍA……...… iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN…….…….…... iv
AGRADECIMIENTO……...……..… v
DEDICATORIA……..……..... vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO……...…… vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS……...……. viii
ESQUEMA DE TESIS…….……..….. ix
a. TÍTULO……...…….....……..... 1
b. RESUMEN…….……. 2
ABSTRACT…….……..…….. 3
c. INTRODUCCIÓN……..…….…..... 4
d. REVISIÓN DE LITERATURA…….……. 7
PRODUCTO AUDIOVISUAL……..… 10
GÉNEROS AUDIOVISUALES…..…….…….. 12
EL LENGUAJE AUDIOVISUAL …….……...…. 14
VARIEDADES LINGÜÍSTICAS……..……. 19
INNOVACIÓN AUDIOVISUAL ……..…… 17
ACTUALIDAD DEL AUDIOVISUAL EN LOJA…… 21
PRODUCTOS AUDIOVISUALES TRASMITIDOS EN LOS CANALES DE LOJA.... 22
LEY ORGANICA DE COMUNICACIÓN…… 23
e. MATERIALES Y MÉTODOS……..……. 25
f. RESULTADOS ……...…… 28
g. DISCUSIÓN…..…….…….. 86
h. CONCLUSIONES…….……. 92
i. RECOMENDACIONES……. 94
➢ PROPUESTA ALTERNATIVA …… 95
j. BIBLIOGRAFÍA……...……121
k. ANEXOS ……...…….. 124
a. TEMA..... 125
b. PROBLEMÁTICA……...……...…..... 126

c. JUSTIFICACIÓN……..... 128
d. OBJETIVOS……..……...……... 129
e. MARCO TEÓRICO…….....… 131
f. METODOLOGÍA ……..…..……. 150
g. CRONOGRAMA……..……...…... 153
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO…….……...……155
i. BIBLIOGRAFÍA ……..……...… 156
INDICE……..…...……. 183