UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

"DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÌA DE LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013- AGOSTO 2014"

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Autora Jessica Valeria León Arboleda

Director Ing. Wilman Vicente Merino Alberca Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Wilman Vicente Merino Alberca Mg. Sc.
DOCENTE DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, titulada, **"DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA DE LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – AGOSTO 2014"**, de autoría de Jessica Valeria León Arboleda. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarios, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto

Loja, Mayo de 2016

Ing. Wilman Merino A

Ing. Wilman Vicente Merino Alberca Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Jessica Valeria León Arboleda, declaro ser autora 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 mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: Jessica Valeria León Arboleda

Firma: Jessica León

Cédula: 1104908155

Fecha: 10 de Mayo del 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR (ES) PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo Jessica Valeria León Arboleda declara ser autora de la tesis titulada, "DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA DE LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – AGOSTO 2014", como requisito para optar al grado de Licenciada 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 Sociales de información del país, del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diez días del mes de Mayo de dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma…Jessica León……..

Autora: Jessica Valeria León Arboleda
Cédula: 1104908155
Dirección: Loja-Vilcabamba: Juan de Salinas y Sucre
Correo Electrónico: jessivalerialeon@gmail.com
Teléfono: 0968437800

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Wilman Vicente Merino Alberca, Mg. Sc

Tribunal de Grado:

PRESIDENTE Dr. Miltón Andrade Tapia PhD

PRIMER VOCAL Lic. Pedro Monteros Valdivieso Mg. Sc.

SEGUNDO VOCAL Lic. Ketty Calva Cabrera Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Mi gratificación a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera en Ciencias de la Comunicación; al director de tesis, Ing. Wilman Merino Alberca Mg. Sc., quien, por sus esfuerzos, conocimientos, experiencias, y motivaciones han coadyuvado a la culminación de mis estudios con éxito. De igual forma agradezco a los miembros de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana, también a los moradores de los sectores mencionados, en especial a las personas vinculadas al sector gastronómico por las facilidades prestadas en la realización de la investigación.

La autora

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de tomar mi ruta, la realización de mis metas y anhelos.
A mi madre ser la persona de mi total confianza quien con su apoyo, disciplina y orden inculcado me ha dado fuerzas para seguir luchando por mis sueños.

A mi hermana Elisa por la tenacidad y el esfuerzo que juntas emprendimos.

A Charlie que con su apoyo emocional y económico contribuyó en mi formación universitaria.

A mis compañeros que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional.

Finalmente, a los maestros, aquellos que dieron toda su dedicación en la enseñanza durante nuestra etapa universitaria, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Jessica Valeria León Arboleda

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: AREA DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA - AÑO	AMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIAL	CANTON	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	Jessica Valeria León Arboleda "DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA DE LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – AGOSTO 2014"	UNL	2016	ECUADOR	ZONAL 7	LOJA	LOJA	PARROQUIAS SUR ORIENTALES DEL CANTÓN LOJA	MALACATOS VILCABAMBA SAN PEDRO DE VILCABAMBA QUINARA YANGANA	CD	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

MAPA GEOGRAFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN DE LOJA

Fuente: Google Mapa. Parroquias surorientales de Loja.

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN VILCABAMBA

Fuente: Google Mapa. Parroquias surorientales 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 (CASTELLANO E INGLÉS) SUMMARY

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

“DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÌA DE LAS PARROQUIAS SUR ORIENTALES DEL CANTÓN LOJA PERÍODO SEPTIEMBRE 2013 – AGOSTO 2014”

b. RESUMEN

El presente trabajo de investigación nace del siguiente problema: ¿Cómo diseñar una revista para la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja? Para canalizar la investigación fue necesario plantearse el siguiente objetivo general: Diseñar un plan de difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja. La base de la investigación fue fundamentada con la extracción teórica de los informantes de calidad, por ejemplo: Los dueños de negocios vinculados a la gastronomía, representantes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias involucradas, un representante de la Unidad de Turismo de Municipio de Loja y un funcionario del Ministerio de Turismo (sede Loja).

En el proceso investigativo se utilizó el método científico, deductivo, inductivo, analítico – sintético, descriptivo, histórico, estadístico; los cuales ayudaron al cumplimiento de los objetivos. Asimismo, las técnicas utilizadas fueron: observación, entrevistas y encuesta que permitieron llegar a varias conclusiones y recomendaciones. Consecuentemente, se realizó una socialización de la propuesta que se plantea en este trabajo para afianzarla. La propuesta detalla objetivos, metas, factibilidad económica, técnica, localización, parte estructural y el producto de difusión que es la revista denominada “Gastronómica”.

Palabras clave: Cultura, gastronomía, Loja, plan de difusión, tradición, turismo.

SUMMARY

This research was born the following problem: How to design a magazine for the dissemination of the cuisine of the south eastern parishes of the canton Loja? To channel the investigation was necessary to consider the following general objective: Design dissemination plan gastronomy of south eastern parishes of the canton Loja. The basis of the research was substantiated with theoretical extraction informant's quality, for example: Business owners linked to gastronomy, representatives of the autonomous governments of the parishes involved, a representative of the Tourism Unit of the Municipality of Loja and an official of the Ministry of Tourism (based Loja).

The deductive, inductive, scientific analytical method was used in the research process - synthetic, descriptive, historical, statistical; which helped to fulfill the objectives. Also, the techniques used were observation, interviews and survey successfully reached several conclusions and recommendations. Consequently, a socialization of the proposal raised in this paper was carried out to secure it. The proposal details objectives, goals, economic feasibility, technical, location, structural part and product diffusion is the magazine called "Gastronomic".

Keywords: culture, gastronomy, Loja, dissemination plan, tradition, tourism.

c. INTRODUCCIÓN

La gastronomía constituye un aspecto importante para la economía y la conservación del patrimonio cultural, por ello son necesarios los procesos de difusión que fomenten el conocimiento de la gastronomía. La difusión de la gastronomía en muchos países del mundo, se ha realizado de forma planificada lo que ha permitido su conservación y a la vez ha generado grandes beneficios económicos.

En este contexto se ubica nuestro objeto de investigación para difundir la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja, la indagación se realizó in situ y con la información otorgada por las personas relacionadas al tema. Dada la importancia de la temática descrita y con el propósito de investigar cómo difundir la gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja, se planteó el siguiente problema de investigación:

¿Cómo producir una revista para la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja?

Para pretender dar respuesta a esta interrogante se plantea el siguiente objetivo general: Diseñar un plan de difusión de la gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**

La información fue organizada, analizada y presentada en gráficos estadísticos, posteriormente se estructuró el informe de investigación en lo que se denomina la revisión de literatura, los materiales y métodos, la discusión de la información lo cual da pautas para establecer conclusiones y recomendaciones, además la bibliografía y los anexos correspondientes.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Difusión

Algunos tratadistas de la comunicación como Calvo (2012), entiende por difusión como "el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo perceptor disponible en una unidad geográfica, sociopolítica, cultural" (p.33).

> La difusión, es parte substancial de la comunicación, pero no la engloba en su totalidad, sino que cubre una parte, la del emisor. La difusión no tiene receptores; difundir es el hecho mismo de informar, de emitir unidireccionalmente un mensaje, sin más. Saber esta diferencia nos hace comprender la diferencia queriendo comunicar, mientras lo que se hace es informar. (Cordovés, 2012, p. 19)

La necesidad de difundir es el hecho de manifestar las actividades que se realizan en los pueblos creando sus propias identidades y culturas.

¿Qué es un plan de difusión?

La difusión consiste en un proceso mediante el cual se puede difundir de forma dinámica los diferentes conocimientos sociales y culturales de determinada institución o sector

> Se entiende como plan de difusión la forma como una institución, conjuntamente con diversas entidades públicas y/o privadas o en forma individual, logra a través de diversos medios, materiales y dinámicas, sus objetivos para influenciar en el comportamiento de su población objetivo y recibir el apoyo de la sociedad en su conjunto. (Torres, 2011, p. 3)

Un plan de difusión es la forma por la cual una institución u organización, a través de diversos materiales, torna conocidos sus propios objetivos y programas para influenciar acciones u obtener apoyo.

Propósitos de la difusión

La difusión y promoción del proyecto debe seguir un proceso ordenado en sus contenidos, tiempos y formas; así como utilizar diferentes medios de información para asegurar que los mensajes clave sobre el proyecto lleguen de forma gradual a los diferentes actores.

> La difusión y promoción son acciones de un proceso educativo y reflexivo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores del proyecto. (Calvo, 2012, p. 36)

La difusión y promoción debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos. Es un proceso que actúa de manera interactiva con la inducción externa y la organización local para la ejecución.

¿Por qué la difusión es importante?

Los materiales de comunicación se utilizan para dar una imagen de un producto o lugar, para recaudar fondos o para incrementar el impacto de algún asunto social o económico.

> • Imagen: Un determinado sector puede publicar un informe anual como un método para promocionar difundir públicamente su gastronomía.
> • Recaudación de fondos: Muchos sectores sociales aprovechan la comunicación de sus logros como método de recaudación de fondos para su desarrollo.
> • Impacto: Una fundación puede usar sus comunicaciones como una manera de abrir el diálogo u orientar la atención a un asunto económico o social en particular. (Jiménez, 2013, p.44)

Puntos fundamentales de la promoción gastronómica en varios sectores que pueden ser potenciales turísticos mediante productos comunicacionales en los diferentes medios de comunicación (televisión, radio, medios impresos, internet).

Medios

Televisión

La difusión del spot televisivo en canales de señal abierta con cobertura local, es muy importante para llegar a los públicos objetivos del Cantón Loja.

> La televisión por las imágenes que transmite y su estrategia de persuasión e inducción a los cambios de comportamiento en la población, es uno de los medios más utilizados para la población urbana y urbano- marginal a nivel nacional. (Navarro, 2013, p. 24)

La televisión es uno de los medios de fácil acceso al público, es una herramienta de difusión eficiente para la propagación de ideas y mensajes.

Radio

La difusión en radio es fundamental para llegar a todas las familias del sector rural, la radio además es un medio de alcance al público urbano, quienes escuchan los diferentes programas mientras se trasladan al colegio, universidad o centros de trabajo. Uno de los factores más importantes de la radio según (Suárez, 2014)

> Es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales. (p. 48)

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas, no necesita de imágenes para poder transmitir información.

Internet

El Internet facilita la posibilidad de recibir datos precisos de cualquier tema y en cualquier lugar del mundo de forma casi instantánea, es una mezcla entre los otros medios porque existen textos, imágenes, sonidos y videos.

> La integración entre Web y video genera nuevos formatos propios de esta convergencia: la posibilidad de ver un videoclip, capítulo de tv o película en cualquier momento y cuántas veces se quiera, o la capacidad que brinda para que los usuarios interactúen. En un blog sucede algo muy parecido, la diferencia es que esa expresión no está dirigida hacia a una o varias personas, sino que apunta hacia toda la red de internautas. (Siermo, 2014, p. 35)

Desde muy pocos usuarios en los años setenta y ochenta, el Internet se ha masificado a partir de los años noventa, siendo hoy uno de los medios más usados en el mundo, tiene la ventaja de obtener información global.

Prensa

La prensa constituye uno de los medios importantes que se acerca a los lectores ya que cubre un aspecto más amplio de la sociedad:

> Es una importante herramienta de difusión son los medios impresos propósito de fomentar el interés en el público de Promoción Cultural acerca de las actividades y los proyectos, relacionados con el arte, la cultura y la gastronomía, ya sea mediante la divulgación, o la publicidad". (Zamora & Báez, 2010, p.7)

En casi todos los casos y en diferente medida, los ingresos económicos de la prensa se basan en la publicidad, es uno de los medios de comunicación más influyente en materias de opinión.

La revista

Una revista, es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día, según lo explica Mancero, (2012), manifiesta que:

> Existe diferencias de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de la actualidad más o menos inmediatas, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado.(p. 46)

Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada, y una mayor superficie destinada a la gráfica; Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668.

> La publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta a medida que el tiempo transcurría y su consumo se volvía más diverso o hasta especializado. Ahora bien, es importante señalar que las revistas a pesar de ser tan especiales, tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos de noticias. (Ibarra & Javier, 2015, p.36)

Hoy es uno de los medios escritos más vendidos, diversos y consultados tanto por jóvenes como por adultos, mujeres, ancianos, científicos, profesionales o no; cuyo requisito mínimo de comprensión la hace un artículo de fácil uso y difusión.

Gastronomía

La historia de la gastronomía se modifica conforme a la evolución del hombre desde la comida obtenida directamente de la recolección y la caza, pasando a la transformación de los alimentos después del descubrimiento del fuego, con la domesticación de los animales, la práctica de la agricultura y la invención de nuevos utensilios para la cocción y para servir los alimentos, posteriormente las grandes civilizaciones que se han sucedido a lo largo de la historia han aportado con ingredientes para la fusión de lo que hoy tenemos como tradiciones gastronómicas.

> La gastronomía es crear platos de comidas para saborear ricas preparaciones culinarias con los sentidos del gusto, vista y olfato; comparar las comidas de distintos lugares, ver como se originaron, los aportes nutricionales de cada ingrediente y sus posibilidades de combinación. (Alarcón, 2013, p.36)

La persona que es conocedora de esta ciencia es el gourmet, pues tiene relación con las características del lugar donde se habita, los recursos naturales que aporta la región y los gustos de sus habitantes. De esta manera se crean platos típicos que harán parte de la tradición cultural del lugar, como el arroz es el ingrediente característico de la comida china, o el pescado de las zonas costeras.

> Si bien desde la antigüedad el hombre se preocupó de disfrutar de una rica combinación de ingredientes para satisfacer su apetito más que su hambre, la gastronomía tuvo una gran evolución sobre todo a partir del siglo XIX. (Maldonado, 2012, p.46)

La adecuada explotación de la actividad gastronómica puede ser una fuente importante de ingresos para el país, pues tiene gran influencia en el flujo turístico. Lugares donde la gastronomía es inadecuada o deficiente alejará a los potenciales visitantes.

La gastronomía en el mundo

La amplia variedad de gastronomía que existe en el mundo es diversa, gracias a los varios ingredientes que se utilizan en la cocina de muchas regiones del mundo hoy fusionadas por la mezcla de culturas, "Tenemos la gran suerte de contar con una riqueza gastronómica increíble alrededor del planeta. La enorme variedad de comidas que existen también es gracias a la difusión de todo tipo de culturas." (Torres, 2011, p. 56)

Quizás sea imposible calcular con exactitud todos los tipos de cocina que existen, pero podemos nombrar una serie de comidas muy típicas y conocidas. En esa lista, podríamos considerar la china, mexicana, italiana, española y francesa como las más prestigiadas del mundo**.**

> La cultura no solamente ha introducido la variedad de cocinas en el mundo, sino que también ha sido un nexo común entre los ciudadanos de muchísimos países. Esta interacción ha dado lugar a la difusión a la comida típica de cada uno de los países en el resto del mundo. (García, 2014, p.47)

Cada región, cada persona emplea sus propias técnicas a la hora de cocinar sus alimentos. Y cada una de las técnicas que se utilizan en todo tipo de cocinas las hemos ido adquiriendo gracias a la inserción de las diferentes culturas.

Los tipos de gastronomía más conocidos

Existen cantidad de tipos de cocina, pero se podrían destacar cinco modelos mundialmente reconocidos. En la publicación de la sección gastronómica, Calvo (2012) explica que:

> La cocina española, es muy conocida por la calidad de su materia prima. Los quesos, el jamón y los alimentos provenientes del mar. Por otra parte**,** la cocina francesa también ha sido muy influyente, los vinos tienen mucha fama y su repostería es inigualable. La cocina mexicana, los ingredientes preferidos son: el maíz, el chile, el cacahuete y el ajo. La comida la china se centra en que emplea cantidad de vegetales acompañados de típicas salsas. Por último, no hay que olvidarse de la famosa cocina italiana. Sus gustos se centran en emplear ingredientes muy básicos: las especias, las pastas, la carne, el pescado y el atún son alimentos importantes en esta vertiente gastronómica. (P.33-34)

La explicación del arte culinario en estos cinco países muestra el desarrollo de los pueblos en la degustación de los sabores ancestrales y también los innovadores que día a día mueven grandes cantidades de turistas y dinero.

Difusión de la gastronomía ecuatoriana

En las páginas virtuales son la única información disponible sobre el tema ya que los medios de comunicación poco se han interesado en la difusión para la preservación de la cultura. La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por una gran variedad de

sabores y aromas los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad. Esta cocina es una mezcla entre la tradición de sus antiguos pobladores y las culturas que con el paso de los tiempos han ido haciéndose un espacio en el territorio de este país.

> Son muchas las variedades de platos que nos encontramos recorriendo las cocinas de Ecuador. Así todo aquel que quiera conocer la cocina ecuatoriana se dejará; sucumbir por los excelentes sabores de sus mariscos acompañados de salsa de ají o los ricos pescados con coco, o las cazuelas de mariscos. (Richardson, 2013, p.106)

Los ecuatorianos, especialmente las personas que habitan en la costa, son muy dados a comer muchos bollos de pescado, de yuca, de camote, además de deliciosos dulces como el de maní con miel o con harina de maíz, entre los productos más utilizados por los cocineros de este país se encuentran los frijoles, papas y maíz, elementos primordiales en los menús diarios de los ecuatorianos.

Pero no sólo la gastronomía ecuatoriana se nutre de esos productos, sino que la carne de cerdo o de pavo también suelen ser platos típicos en sus fogones. Sí que queremos conocer en profundidad los platos típicos de esta tierra deberemos probar el delicioso aguado, un caldo elaborado con bolas de plátano verde con estas cualidades estarán los turistas extranjeros deseosos de compartir, pero la información no les llega.

Las empanadas de maíz, la guatita que es una especia de guiso hecho con vísceras de vaca, los llapingachos que son tortillas hechas con masa de patatas con queso y maní son algunos de los manjares que pueden saborear en Ecuador. Todo aquel que sea amante de platos fuertes deberá probar la fanesca que es una mezcla de diversos ingredientes entre los que se encuentran las lentejas, guisantes, frijoles y maíz.

Antes de pasar a mencionar la exquisita cocina que puede degustarse en la zona costera de este país debemos hacer una parada para hablar de las diversas especias que llevan todos los platos ecuatorianos ya que sus habitantes suelen condimentar sus comidas con cilantro, laurel, ají, canela, albahaca, orégano.

Si pasamos a disfrutar de la cocina de la costa nos encontraremos con un gran surtido de mariscos, mientras que en la zona de montaña el mote que es una especie de maíz blanco suele aparecer en todos su menú como es el caso del cerdo al que se acompaña de dicho producto además de papas, plátanos.

En lo referente a los mariscos el ceviche es el preferido entre los pescados en Ecuador, está elaborado con gran cantidad de ingredientes entre los que se encuentran el pescado, cebolla roja, jugo de limón, tomates, cilantro, aceite, sal y pimienta.

En relación a una obra con más de 600 recetas que dan cuenta de la riqueza gastronómica del país, el escritor Gallardo (2013), expresa:

> El rescate de los sabores tradicionales del Ecuador, es un derecho que tenemos los ecuatorianos para ofrecer nuestra propia comida a los turistas internos y externos Esto va más allá de elevar el sentido de pertenencia hacia nuestros productos y nuestra comida. *(*p.31)

La idea es convertir a nuestra cocina en un patrimonio nacional y ojalá, al menos un plato, en patrimonio del mundo.

Difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja

Las parroquias surorientales del cantón Loja, pertinente a relaciones comerciales, culturales, políticas y sociales a que de ello depende la dinámica social y el movimiento económico.

> El intercambio permanente, de índole diversa, que se ve siempre favorecido por el hecho de hablar una misma lengua y de conservar idénticas tradiciones gastronómicas, como pueblos depositarios de un patrimonio común que los hace sentarse a comer en la misma mesa. (Flores. 2012, p.16)

Estos pueblos apenas se distancian entre sí por una hora de carretera. En la actualidad no se cuenta con un programa de difusión del potencial gastronómico de las parroquias rurales del cantón Loja.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Loja mediante un proyecto productivo de ferias gastronómicas en las trece parroquias del cantón Loja, impulsó de alguna forma la difusión de la gastronomía autóctona de estas parroquias, pero el proyecto llegó a su fin a finales del año 2013.

Es importante destacar que las parroquias sur orientales del cantón Loja comparten una gastronomía en común entre las que se destacan la fritada, el sango con chicharon, los bizcochuelos, el molido de guineo, la crema de choclo con zapallo de cocimiento, el caldo de gallina criolla, el tradicional queso de Yangana, y los chivatos un tipo de tamal elaborado a base de guineo y yuca que se envuelve en hoja de achira.

Vilcabamba

Vilcabamba en Quechua, Huilcopamba, que significa “Valle Sagrado”, a 40 Km, de la ciudad de Loja, es un valle regado por los ríos Chamba y Uchima. Sus casas están construidas con tapia, adobe y madera, con patios interiores y amplios portales. En el lugar se cultiva maíz, maní, plátano, tabaco, caña de azúcar, yuca, cítricos y frutales.

Lo que le permite desarrollar una gran variedad gastronómica destacado por los platos de sango fritada, humitas, cuy asado, molido de guineo y los chivatos.

Quinara

La parroquia Quinara se encuentra junto al valle de Vilcabamba, sus principales actividades son la agricultura y la ganadería; los productos que sobresalen en la producción son: Caña de azúcar y café.

Entre otros productos agrícolas que se cultivan en la zona son: maní, naranja, limones, mandarinas, guineo, plátano, yuca, tomate riñón, toronja, chirimoyas, col, coliflor, zanahoria blanca y amarilla, cebolla colorada tunas, guayabas, guabas, aguacates, los mismos que son llevados a los mercados de Loja y a otras ciudades de nuestro país.

La producción ganadera también es considerable, entre las que tenemos ganado: bovino, caprino, porcino, equino. Así mismo se tienen aves de corral, gallinas, patos, pavos y gansos. La gastronomía de este sector se basa en los alimentos que se obtienen de la producción agrícola y ganadera.

Malacatos

A 33 kilómetros de la ciudad de Loja se ubica l parroquia Malacatos, famosa por sus frutas, cañaverales y buen aguardiente, es uno de los paraderos turísticos del sector suroriental en Loja, debido a su clima, variedad gastronómica, En este caliente valle se elaboran las sabrosas panelas hechas de forma artesanal, la exquisitez de un negro café

Yangana

Este valle ubicado al oriente de la ciudad de Loja, gracias a la actividad del hombre por cultivar la tierra, con miras a obtener productos alimenticios como: Cebada,

trigo, lenteja, arveja, entre otros. El café, es muy importante por su alta producción y su excelente calidad, el mismo que se lo cultiva en terrenos bajo riego y temporales. Este producto constituye una gran fuente de ingresos para sus habitantes.

La caña de azúcar, esta se la cultiva en gran porcentaje en toda la parroquia de manera especial en el Valle de Piscobamba, se la emplea para la producción de raspadura y aguardiente. El tabaco, también se lo cultiva para fabricar el cigarrillo llamado "El chamico". El guineo, es uno de los principales productos de esta zona, se cultivan algunas variedades que no se observan en los mercados, entre estos tenemos: El seda, el común y el ortaete, Zamoreño, entre otros.

Platos tradicionales de las parroquias sur orientales del cantón Loja

Debido a la cercanía de las parroquias Malacatos, Vilcabamba, Quinara y Yangana, comparte un surtido menú en el campo gastronómico, a continuación, se detalla varios platos típicos de estas localidades.

Fritada: Pedazos de carne de cerdo aliñados con ajo cebolla sal y naranja agria que se cocina en una paila sobre el fogón de leña y se sirve con mote o yuca, cebolla curtida y rodajas de tomate

Cuy: Se lo prepara con la utilización de aliños hechos a base de ajo y cebolla y se lo haza en brasa hasta que, de un toque dorado, se lo sirve con papas, mote y lechugas.

Caldo de gallina criolla: se lo hace con la utilización de varios condimentos entre ellos el ajo cebolla, cebollín y papas, acompañado con un plato de mote.

Seco de gallina: se lo cuece al pollo con ajo, cebolla, cilantro y achote. Muchas de las familias en las Parroquias surorientales de Loja, aun realizan el seco de pollo en una

olla de barro, según sus habitantes dicen que es forma de conservar un buen aroma y sabor.

Repe: Es una sopa de guineo con arveja a la que se le agrega quesillo y culantro se sirve caliente con aguacate muy típico de las parroquias sur orientales.

Morcillas: Se elabora con carne molida de cerdo condimentada para rellenar las vísceras del chancho previamente lavado y se deja secar por un día. Se sirve frita con arroz y yuca.

Mazamorra de gualo: Es una crema de maíz semiduro que se muele y se cola para hacer una sopa espesa cocinada con ajo y cebolla, cuando esta lista se agrega hojas de cilantro y cebollín picado que se puede acompañar con queso, carne y zapallo cocido.

Humitas: A el choclo se lo desoja, luego se desgrana se muele y se elabora una masa con cebolla, sal y quesillo, mantequilla, y se lo envuelve en las hojas.

Sango con chicharrón y arveja: El sango se prepara a base de harina de maíz, para realizarlo se refríe la cebolla, ajo, aliño verde, con arveja cocinada y chicharon luego se le agrega agua, una vez que el agua empiece a hervir se le añade la harina poco a poco y se va mezclando continuamente hasta que tome una contextura espesa se completa con culantro finamente picado y comino, se sirve caliente

Bizcochuelos: Se hace una masa a base de huevos, miel de panela, chuna de achira, jugo de naranja, ralladura de limón y luego se cocina en horno de leña.

Tortillas de maíz: Es una preparación a base de maíz semiduro molido con el que se elabora una masa con miel de panela, huevo mantequilla, polvo de hornear y quesillo, posteriormente se haza a la brasa sobre una lata o un tiesto.

Mazapanes: Es una preparación con harina de maíz, chuno negro, miel de panela, y polvo de hornear a esta preparación se le da una forma pequeña ovalada y se coloca alrededor de diez mazapanes en cada lata previamente engrasada.

Chivatos: Consiste en una especie de tamal que se elabora a base de guineo y yuca molida se lo condimenta con sal y aliños se ubica esta masa sobre una hoja de achira, se lo rellena de queso, se lo envuelve sobre la hoja de achira y luego se cocina a fuego lento.

Batido de maní con panela: Mediante el mismo procedimiento por el cual se obtiene la panela, pero el batido final se agrega maní molido y se ubica en los marcos para que tome la misma forma de panela.

Conserva de leche: Es un dulce elaborado con leche a la que se le agrega arroz molido y panela, se lo cuece a fuego lento sobre un fogón de leña hasta que de punto se agrega canela para dar sabor. Se sirve frio solo o acompañado con pan.

Guarapo: Es la primera extracción del jugo de caña de los trapiches, el guarapo es el desfogue de la primera cocción del jugo de caña que se desvía del líquido que van a las pailas de elaboración de paneleas.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES:

➢ Computador portátil con conexión a internet
➢ Impresora blanco, negro y a color
➢ Copiadora
➢ Scanner
➢ Papel bond
➢ Grabadora de voz
➢ Material fotográfico
➢ Filmadora
➢ Cámara fotográfica
➢ Memoria Flash

Métodos de Investigación

En relación a la metodología se empleó algunos métodos como: deductivo, inductivo analítico, sintético y estadístico descriptivo.

- **Método Deductivo.-** Permitió enunciar leyes de carácter general**,** a las que llegue partiendo del conjunto indudable y a través de proceso de deducción.
- **Método Inductivo.-** Este método se caracterizó por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación. Permitió obtener conclusiones generales a partir de antecedentes particulares**.**
- **Método Analítico**.- Consistió en descomponer y distinguir los elementos de un todo y revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Ello permitió

descubrir los distintos elementos que componen la naturaleza o esencia del fenómeno u objeto investigado, las causas y los efectos.

- **Método Sintético.-** Mediante este método se reconstruyo un todo, a partir de los elementos estudiados por el análisis. Integrar los elementos en una unidad nueva, en una comprensión total de la esencia de lo que ya se conoce en todos sus elementos y particularidades.
- **Método Estadístico Descriptivo.-** Este método se utilizó la recolección de datos cuantificables, descripción, visualización y resumen de datos originados a partir de problema de estudio.

La Población y Muestra

La población y muestra integraron representantes de las diferentes instituciones públicas relacionadas con el fomento de la gastronomía, dueños de medianos negocios gastronómicos y autoridades parroquiales que se confieren a informantes de calidad.

SECTORES	**TOTAL**
Autoridades de los Gobiernos Autónomos de las Parroquias Sur orientales de Loja.	25
Dueños de medianos negocios gastronómicos	30
Director del departamento de turismo del Municipio de Loja	1
Director del Ministerio de turismo provincial	1
TOTAL	57

f. RESULTADOS

Los resultados que se exponen surgen de la aplicación de encuestas a los informantes claves de las cinco parroquias sur orientales del cantón Loja con el propósito de establecer la forma de difundir su gastronomía.

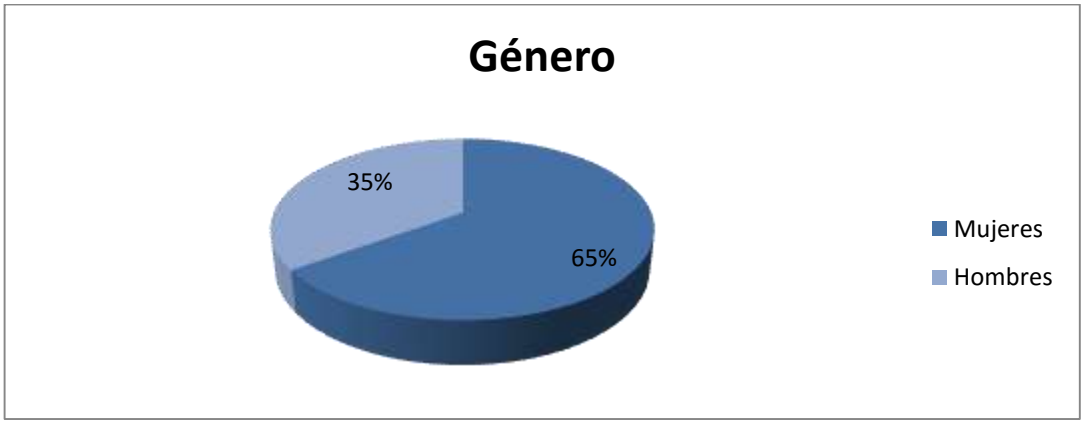
ENCUESTA APLICADA A INFORMANTES CLAVES DE LAS PARROQUIAS SUR ORIENTALES DEL CANTÓN LOJA.

Respecto al género de un total de 57 encuestados

Gráfico N°1

Variable	f.	%
Mujeres	37	65
Hombres	20	35
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja.
Autor: Jessica León



Análisis e interpretación:

El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. De esta forma la actividad gastronomía está más ligada al género femenino ya que el 65% de los encuestados son mujeres mientras que el 35% corresponde a los

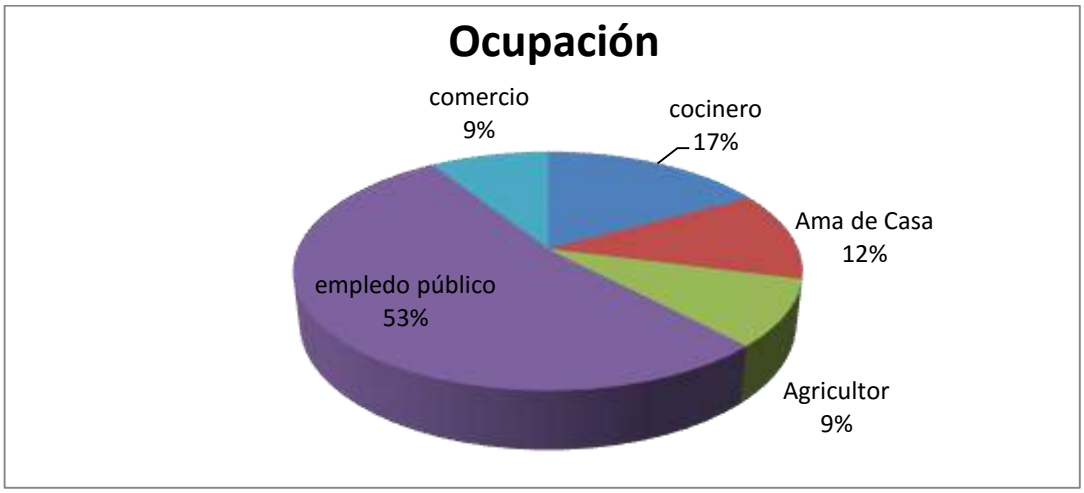
hombres. Los resultados con respecto a la variable de género en los informantes de calidad muestran que la mayor cantidad de mujeres se encuentran vinculadas al sector de la gastronomía.

Con respecto a la variable ocupación:

Gráfico N°2

Variable	**f**	**%**
Cocineros	10	17
Amas de Casas	7	12
Agricultor	5	9
Empleados Públicos y autoridades.	30	53
Comerciantes ligados a la gastronomía	5	9
Total	57	100%

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja.
Autor: Jessica León



Análisis e Interpretación:

Con respecto a la ocupación directa que tienen los informantes claves y que aportan información sobre la gastronomía el 53% son empleados públicos, seguido de los 12% correspondientes a los cocineros, luego las amas de casa con un 12% y

finalmente los comerciantes dueños de negocios gastronómicos y los agricultores con un 9% cada uno de todos los encuestados el cincuenta y siete por ciento corresponde a los miembros de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las cinco parroquias investigadas, después se ubica a los que cocinan, seguido de las amas de casa y finalmente con iguales porcentajes los agricultores y comerciantes.

Nivel de instrucción

Gráfico N°3

Variable	f.	%
Básica	7	12
Media	15	26
Superior	35	62
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

El nivel de instrucción es el grado más alto completado, dentro del nivel más avanzado que se ha cursado, de acuerdo a las características del sistema educacional del país, considerando tanto los niveles primario, secundario, terciario y universitario del sistema educativo.

El nivel instrucción es un aspecto importante pero no determinante en la difusión de la gastronomía, del total de encuestados un 62% tiene instrucción superior, un 26% instrucción media y un 12% solo tiene instrucción básica. Con respecto al nivel de

instrucción de los encuestados un sesenta y dos por ciento cuenta con instrucción superior, un veinte seis por ciento y un doce por ciento del total solo cuenta con instrucción básica.

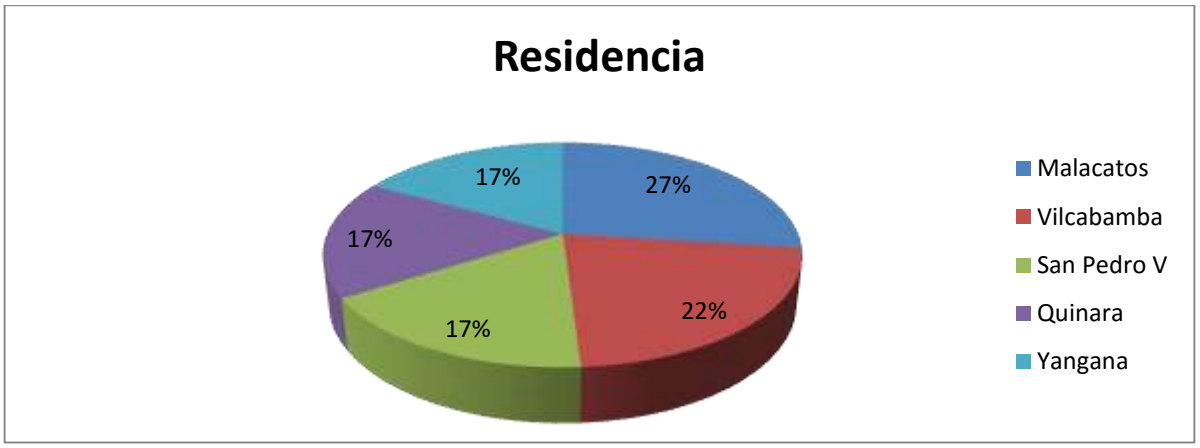
En los informantes claves investigados, la mayoría de encuestados cuentan con un nivel de educación superior por la naturaleza de sus funciones, seguidos de los que tienen instrucción media y al final los que solo tienen educación superior pero todos ellos constituyen un importante aporte a la conservación y difusión de la gastronomía.

Con respecto al lugar de residencia de los encuestados

Gráfico N° 4

Variable	f.	%
Malacatos	15	27
Vilcabamba	12	22
San pedro	10	17
Quinara	10	17
Yangana	10	17
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja.
Autor: Jessica León



Análisis e Interpretación:

El lugar de residencia es el sector donde la gente vive o reside habitualmente un 27% de los encuestados corresponde a la parroquia Malacatos, por su eminente

desarrollo en el sector gastronómico seguido de un 22% de la parroquia Vilcabamba donde la gastronomía desempeña un papel importante y un 17% a cada una de las parroquias San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana. Que tiene una abundante gastronomía pero que no ha crecido al mismo nivel de las otras parroquias.

Difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales de Loja

Gráfico N° 5

Variable	f.	%
Si	57	100
No	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

El conocimiento y la difusión de la cocina de las parroquias surorientales como expresión cultural de estos pueblos**.** Por la necesidad que tienen cada una de las parroquias de que se difunda las potencialidades gastronómicas de este sector la totalidad de los 57 encuestados manifestó que sí. La difusión consiste en un proceso mediante el cual se puede difundir de forma dinámica los diferentes conocimientos sociales y culturales de determinada institución o sector

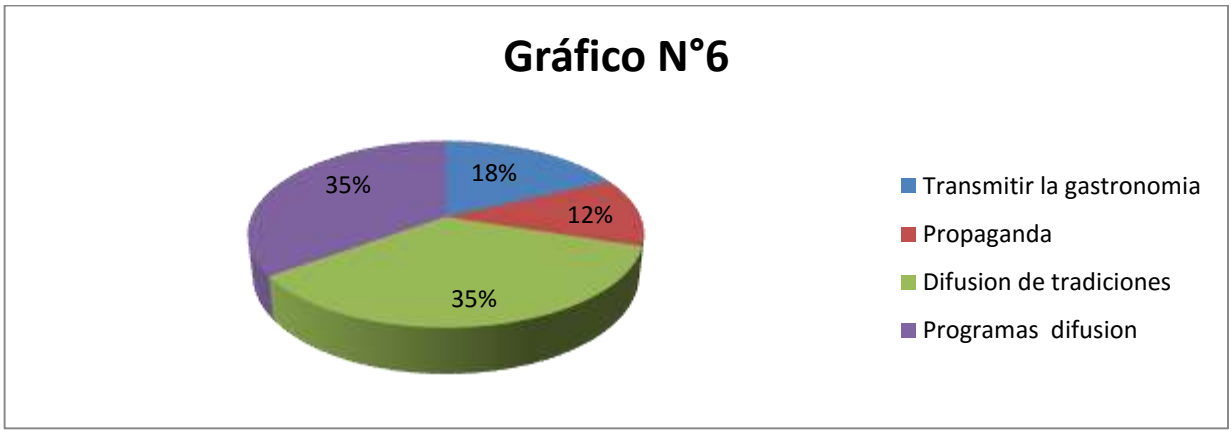
La comunidad apoyó el fortalecimiento y difusión de la gastronomía, de igual forma sus tradiciones y costumbres de las parroquias sur orientales del cantón Loja para fomentar el turismo.

Programas de difusión de la gastronomía

Gráfico N° 6

Variable	**f.**	**%**
Transmitir la gastronomía	10	18
Propaganda sobre gastronomía	7	12
Difusión de las tradiciones	20	35
Programas de difusión de la gastronomía	20	35
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León



Análisis e Interpretación:

La mayoría de los encuestados entiende como difusión de la gastronomía a programas que traten de difundir las tradiciones de las parroquias seguidas de la propagación de los conocimientos de gastronomía a las nuevas generaciones de las parroquias. Ya que la difusión de la gastronomía no solo es importante para la conservación de las tradiciones sino también para posesionar un lugar como un atractivo turístico importante.

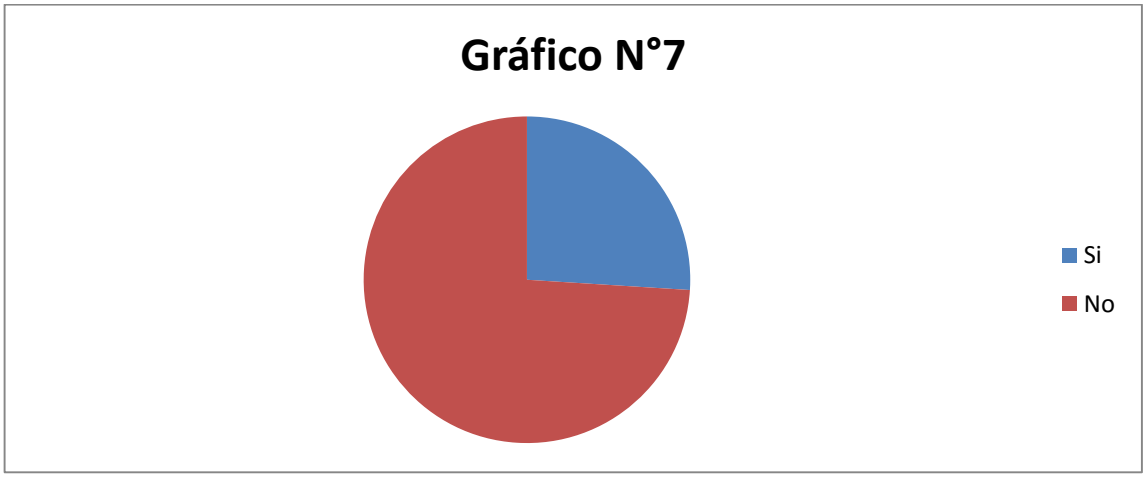
Es así que un 35% de los encuestados que corresponde a 20 personas, entiende por difusión de la gastronomía como programas de difusión de la gastronomía mediante los medios de comunicación como: medios impresos, radio, televisión y redes sociales, en igual proporción con el 35% perteneciente a 20 personas, manifiestan que la difusión de las tradiciones es parte de la cultura gastronómica de los pueblos, seguido de un 18% concerniente a10 habitantes, piensan que es transmitir la gastronomía por intermedio de las tradiciones durante las generaciones, y un 12% referente a 7 personas, dicen entender como programa de difusión como la propaganda como técnica para hacer conocer la gastronomía mediante afiches, trípticos hojas volantes, u otros.

Promoción gastronómica de las parroquias surorientales de Loja

Gráfico N° 7

Variable	f.	%
Si	15	26
No	42	74
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León



Análisis e Interpretación:

La mayoría, manifiestan que no se está promocionando los potenciales gastronómicos de las parroquias Surorientales de Loja, debido a que gobiernos seccionales han puesto poco interés.

Además, que no existe el talento humano para que se dedique a la creación de un programa de difusión de la gastronomía, mientras que un pequeño porcentaje dicen que existen personas que se dedican a difundir estos atractivos pero que no son efectivas para atraer al turismo.

De las 57 personas encuestadas, 15 de ellas que corresponden a un 26%, contestaron que si se están promocionando los potenciales gastronómicos de las parroquias Surorientales de Loja pero que aún no ha logrado concretarse en su totalidad por fala de personal calificado para crear productos comunicativos e informativos de la diferentes platos tradicionales que poseen estos pueblos, a diferencia de 42 personas que representan el 74% manifiesta que actualmente no se está realizando la difusión de la gastronomía por lo que creen necesario la implementación de productos comunicacionales alternativos que informen sobre la variedad gastronómica de sus parroquias.

La gastronomía

Gráfico N°8

VARIABLE	f.	%
Platos Típicos	50	88
Riqueza de comidas y bebidas	7	12
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e interpretación:

La personas conocedoras, creen que la gastronomía tiene relación con las características del lugar donde se habita, los recursos naturales que aporta la región y los gustos de sus habitantes constituyéndose así en lo que el ochenta y ocho por ciento de los encuestados conciben a la gastronomía como sus platos típicos.

Es así que el 88% de los encuestados entienden el término gastronomía como los platos típicos de cada sector a partir de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, recetas, ingredientes, técnicas y métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales, mientras que solo un 12% de los encuestados catalogan a la gastronomía como los diferentes tipos de comida y bebidas. En este sentido, la gastronomía es también una disciplina que estudia la relación del ser humano con el entorno natural, así como los aspectos sociales y culturales que intervienen en la relación que cada sociedad establece con su gastronomía.

Conservación de las tradiciones gastronómicas de las parroquias surorientales

Gráfico. N°9

Variable	**f.**	**%**
Si	57	100
No	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

La población conoce como alimentos tradicionales a la comida que no es rápida o conocida como la comida casera y autóctona, es decir, la comida de los antepasados que se han ido transmitiendo de generación en generación a lo largo de los años, tomando en cuenta los valores nutritivos para una buena alimentación de la familia, así mismo dicen que es la comida de un lugar donde identifica a un pueblo o una cultura.

Esos criterios son muy importantes, porque identifican a la comida como tradicional y de gran valor nutricional, existe una conciencia clara sobre esta temática

Todo lo relacionado con la cocina y nuestros productos, leyendas, historia, tradiciones, presente y futuro, forma parte del ámbito de actuación de la Gastronomía, que intenta reunir en sus filas a cuantas personas puedan aportar conocimientos, experiencia y trabajo

La totalidad de los 57 encuestados que comprende el 100%, consideran que si se deben mantener las tradiciones gastronómicas de la parroquia Surorientales

La adecuada explotación de la actividad gastronómica puede ser una fuente importante de ingresos para el país, pues tiene gran influencia en el flujo turístico. Por lo que el cien por cien de los encuestados cree que se debería preservar las tradiciones gastronómicas de las parroquias sur orientales

Conocer y difundir las diferentes manifestaciones gastronómicas

Gráfico. N°10

Variable	f.	%
Si	54	95
No	3	5
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e interpretación:

La población investigada considera que sí es necesario difundir en niños, niñas, jóvenes y adultos los alimentos tradicionales, ya que no debe perderse las costumbres o tradiciones propias de la tierra, sin descartar la buena alimentación para evitar enfermedades y prolongar la vida de las familias con productos sanos y nutritivos ayudando al desarrollo intelectual y físico, desplazando las comidas rápidas hoy en moda, por otro lado, se podría fomentar el turismo y generar plazas de empleo. Un 95% de los encuestados manifiesta que si es necesario que se conozca y se difunda las potencialidades gastronómicas de las parroquias surorientales mientras que un 5% manifiesta que no es necesaria mayor difusión, ya que la gente puede elegir lo que desee.

Implementación de programas de difusión de la gastronomía en las parroquias surorientales del cantón Loja

Gráfico. N°11

Variable	f.	%
Si	57	100
No	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

El cien por ciento de los encuestados de las diferentes parroquias cree que se debería implementar un plan de programas para la difusión de la gastronomía.

La totalidad de los encuestados cree necesario un plan de difusión, es la forma por la cual las parroquias, a través de diversos materiales, por medios impresos, revistas radio, o televisión, tornan conocidos sus propios objetivos y programas para difundir la gastronomía.

Platos típicos que debe representar a la gastronomía de las parroquias sur orientales

Gráfico. N° 12

Variable	f.	%
Bizcochuelo	8	14
Cuy asado	8	14
Caldo de Gallina	10	17
Seco de chivo	5	9
Sango	5	9
Humitas	5	9
Tamales	5	9
Fritada	11	19
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja.
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

En el sector suroriental como todas las localidades del Ecuador, tienen su propia gastronomía tradicional, que le permite hacerse conocer a nivel local, cantonal, provincial, nacional e internacional. Según el criterio de los encuestados el plato que se debe difundir mayoritariamente es la fritada con un 19% en segundo lugar el caldo de gallina con 17% seguido de los bizcochuelos con un 14% con igual porcentaje el cuy asado, las siguientes opciones tienen menor representación frente a las primeras.

Según los datos expuestos los encuestados piensan que la fritada es un plato representativo de la parroquia Surorientales de Loja, debido a su sabroso aroma y sabor, al igual creen que los demás platos son de exquisito sabor son de igual importancia y se los prepara en ocasiones especiales como matrimonios, por semana santa, cumpleaños festividades en memoria de los santos, entre otros. Son muchas las riquezas y sabores de la gran variedad de platos que existen en el sector suroriental del cantón Loja, definitivamente las condiciones climáticas, las ubicaciones geográficas, hidrográficas, hacen de estas zonas muy productivas que atraen a la gente del lugar y afuereños.

Medios a utilizarse para la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja?

Gráfico N°13

Variables	f.	%
Revistas	30	53
Televisión	5	9
Internet	10	17
Radio	5	9
Periódico	7	12
TOTAL	57	100

Fuente: Encuesta aplicada a informantes claves de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**
Autor: Jessica León

Análisis e Interpretación:

Según los resultados la ciudadanía encuestada prefiere la revista como estrategia comunicacional para difundir la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja, la revista se constituirá en la estrategia más asertiva para fortalecer una consciencia ambiental que asegure la preservación y la difusión de la gastronomía por su alcance y mayor facilidad de acceso e influencia en la sociedad.

El 53% de las personas encuestadas cree que para difundir la gastronomía de las parroquias surorientales es importante la elaboración de una revista ya que en la

actualidad las revistas tanto físicas como en internet se han convertido en una poderosa herramienta para hacer llegar la información a sectores educativos, profesionales, personales o comerciales, seguido de un 17% que considera que una de las estrategias importantes es el internet que es un inteligente medio de comunicación que, entre sus múltiples ventajas, es capaz de integrar y asimilar algunas de las funciones que hoy en día desempeñan separadamente los medios masivos convencionales un 12% cree que una buena estrategia de difusión es el periódico y al final un 9% para la radio y la televisión como estrategia comunicativa, estos conocidos como los medios tradicionales de comunicación y a los cuales la gente debe acceder por separado por lo que no serían los medios más óptimos para este tipo de difusión.

g. DISCUSIÓN

La difusión consiste en un proceso mediante el cual se puede difundir de forma dinámica los diferentes conocimientos sociales y culturales de determinada institución o sector, el fortalecimiento y difusión de tradiciones y costumbres de las parroquias surorientales del cantón Loja en las fiestas populares en barrios, fiestas patronales, música, danza, concursos de tradiciones de fechas especiales.

La difusión de la gastronomía no solo es importante para la conservación de las tradiciones sino también para posesionar un lugar como un atractivo turístico importante. La mayoría de los moradores, manifiestan que no se está promocionando los potenciales gastronómicos de las parroquias Surorientales de Loja, debido a que gobiernos seccionales han puesto poco interés.

Además, que no existe el talento humano para que se dedique a la creación de un programa de difusión de la gastronomía, mientras que un pequeño porcentaje dicen que existen personas que se dedican a difundir estos atractivos pero que no son efectivas para atraer al turismo. Las personas conocedoras, creen que la gastronomía tiene relación con las características del lugar donde se habita, los recursos naturales que aporta la región y los gustos de sus habitantes constituyéndose así en lo que el ochenta y ocho por ciento de los encuestados conciben a la gastronomía como sus platos típicos.

La adecuada explotación de la actividad gastronómica puede ser una fuente importante de ingresos económicos para el país, pues tiene gran influencia en el flujo turístico. En el sector suroriental como todas las localidades del Ecuador, tienen su propia gastronomía tradicional, que le permite hacerse conocer a nivel local, cantonal, provincial, nacional e internacional.

Según los resultados la ciudadanía encuestada prefiere la revista como estrategia comunicacional para que se difunda sobre la gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja, la revista se constituirá en la estrategia más asertiva para fortalecer una consciencia ambiental que asegure la preservación y la difusión de la gastronomía por su alcance y mayor facilidad de acceso e influencia en la sociedad.

h. CONCLUSIONES

- ✓ Los habitantes del sector suroriental del cantón Loja creen que no ha existido una adecuada promoción y difusión de la gastronomía de estas parroquias, es muy poca la información que se encuentra sobre este tema en la población de este sector.

- ✓ Las personas encuestadas entienden a la difusión de la gastronomía como aspectos concernientes a programas de difusión de la gastronomía, así mismo otro sector considera a este aspecto como la difusión de las tradiciones de las parroquias del sector suroriental.

- ✓ Los pobladores de las parroquias surorientales creen que no se está difundiendo lo suficiente el potencial gastronómico de este sector, sin embargo, otro sector de la población manifiesta que se ha difundido algunas de las actividades gastronómicas pero que no han logrado mayor posicionamiento a nivel social.

- ✓ La población de este sector considera al término gastronomía como los platos típicos que se elaboran en las parroquias surorientales del cantón Loja. También otro sector el término gastronomía como toda la riqueza de comidas y bebidas existente.

- ✓ Existe un acuerdo en la población de este sector sobre la necesidad de mantener sus costumbres gastronómicas. Por ello es necesario elaborar programas de difusión destinados a dar la importancia necesaria a este aspecto.

- ✓ Es necesario que se conozca y difunda las diferentes manifestaciones gastronómicas que poseen las parroquias surorientales por ello es necesario crear programas de difusión destinados a realizar una correcta difusión para que contribuya al conocimiento social.

- ✓ La gastronomía cumple un aspecto fundamental dentro del desarrollo turístico y económico ya que esta genera importantes fuentes de trabajo en este sector, por lo que es pertinente establecer programas de difusión en los diferentes medios de comunicación.

- ✓ La mayoría de las personas encuestadas coinciden que tienen en común una gran variedad de platos típicos, pero consideran que los que se deben difundir más ampliamente son: la fritada, el caldo de gallina criolla y el cuy asado.

i. RECOMENDACIONES

- ✓ A las autoridades de turno de los Gobiernos Autónomos de las parroquias Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana, Quinara a realizar procesos de difusión oportuna y adecuada de la gastronomía como un atractivo potencial y de este sector.

- ✓ Las autoridades de los gobiernos parroquiales y los habitantes de este sector deben difundir continuamente las potencialidades gastronómicas de las parroquias surorientales del cantón Loja.

- ✓ Recomendamos a los medios radiales, televisivos y digitales del cantón Loja tomar en cuenta al sector gastronómico de las parroquias surorientales, para realizar programas, reportajes y documentales que ayudan su difusión en los diferentes medios.

- ✓ A las autoridades de las parroquias y a la población relacionada con el sector a que difundan la gastronomía de este sector con el fin de fortalecer su importancia a través de los medios radiales televisivos e internet.

- ✓ A los dueños de negocios gastronómicos tener en cuenta a los medios radiales, televisivos e internet al momento de promocionar y difundir las potencialidades gastronómicas de esta fracción del cantón Loja.

- ✓ Que los habitantes y autoridades de estas parroquias tomen conciencia no solo de la importancia de la difusión sino de la preservación de las tradiciones gastronómicas como parte de su acervo cultural mediante ferias gastronómicas o concursos de los mejores platos típicos de la localidad.

- ✓ A los habitantes del sector a interesarse por la preservación de los platos típicos que conforman la gastronomía de las parroquias surorientales que les permita mejorar las condiciones socioeconómicas.

- ✓ Los Gobiernos Autónomos Descentralizados del sector suroriental del cantón Loja deberían continuar con los elementos para la difusión de la gastronomía elaborados en este plan.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

Realización de una revista digital como estrategia para difundir la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja

Autora Jessica Valeria León Arboleda

Director Ing. Wilman Merino Alberca Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

PROPUESTA

Realización de una revista digital como estrategia para difundir la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja.

1. **Datos generales:**

- **Población objetivo:**

  Autoridades y comerciantes de la gastronomía en las parroquias surorientales del cantón Loja a la cual se dirige tanto la producción de una revista como a la difusión a través internet.

- **Programas que se ofrecen:** una revista con sus diferentes secciones para difundir la gastronomía de las parroquias surorientales, de igual forma un programa para difundir la gastronomía en internet
- **Organismos Responsables de la ejecución de los programas:** Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias mencionadas. Pero en este caso, la prueba piloto será cubierta por la autora de la presente investigación.
- **Breve descripción de las parroquias Surorientales**

  Como las parroquias surorientales corresponden a Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana a continuación vamos a describir brevemente a cada una de ellas.

Malacatos, se encuentra ubicada a 33 km de la ciudad de Loja, ejecutó su independencia en febrero de 1822, cuenta con una temperatura promedio de 21°C su economía se basa en la producción de caña de azúcar y cultivos de ciclo corto. También se destaca las fábricas de panela y aguardiente. Su arquitectura es de estilo tradicional republicano que se conserva hasta la actualidad

San Pedro de Vilcabamba, se ubica a 37km de la ciudad de Loja, fue creada el 29 de agosto de 1987 las actividades de sus habitantes son eminentemente agrícolas como el cultivo de caña y frutales otra actividad que se destaca es la apicultura, la ganadería en sus diversas formas es también otra actividad importante, cuenta también con una variada riqueza gastronómica que se elabora con los productos del lugar.

Vilcabamba, se encuentra ubicada a 40km de la ciudad de Loja de clima subtropical conocida a nivel internacional por la longevidad de su gente con una temperatura entre 18 y 22°C, en ella se cultiva productos de ciclo corto y frutas tropicales. Su gastronomía se basa en su producción agrícola incluyendo así platos típicos muy exquisitos en una combinación de carne y vegetales. Fundada por Diego Vaca de Vega el uno de septiembre de 1576.

Yangana, se encuentra ubicada a 65km de la cabecera cantonal. Fundada por el historiador Cieza de León en el año 1749 su temperatura es de 19°C sus habitantes se dedican a la producción agrícola y ganadera destacándose principalmente la producción de queso. Una de las frutas que destaca por su producción es la granadilla.

Quinara, se ubica a 55 km de la ciudad de Loja, con una temperatura de 22°C se destaca por su producción agrícola principalmente de caña de azúcar, además se cultiva variedad de frutas tropicales y cereales y legumbres de ciclo corto. Su comida típica es el seco de chivo.

1. PRESENTACIÓN

Gestionar la difusión de la comunicación integral surge por la necesidad actual y los beneficios que se derivan de una gestión eficaz de la comunicación a todos los niveles. Junto con la exigencia de crear un posicionamiento social, nace el imperativo de gestionar la difusión de las actividades gastronómicas de modo conjunto para todos los actores de este campo e las parroquias surorientales del cantón Loja

Todas las personas de un conglomerado social comunican parte de sus quehaceres, no se diga si estas son aquellas que tienen relación con la oferta de servicios gastronómicos. Dependiendo de su posición y responsabilidades su comunicación será más o menos crítica, pero igualmente importante y su gestión debe de ser correcta y coordinada con el resto de la población.

Es por ello que en la propuesta que viene se ofrece la producción de una revista de difusión enmarcados en dos líneas; la primera la elaboración de una revista, la segunda para difundir a través las plataformas gratuitas que ofrece el internet. De este modo estos programas se constituyen en una guía comprensiva de todos los ámbitos de la comunicación en los que se muestren las herramientas y estrategias disponibles para la correcta gestión de la comunicación en cada uno de ellos.

Difundir es comunicar, comunicar es persuadir y persuadir es buscar efectos. De esta manera la comunicación se convierte en una herramienta más de gestión orientada a la consecución de los objetivos estratégicos

¿Por qué es necesaria la difusión de la gastronomía?

Algunas de las razones se encuentran en la necesidad de que haya coherencia entre lo que se difunde a los públicos sobre la gastronomía, que la imagen de los sectores involucrados no resulte arbitraria y sobre todo el imperativo de crear valor en la gastronomía de las parroquias surorientales y darlo a conocer.

Para poder difundir primero debe existir información porque la comunicación consiste en el proceso de difundir información mediante el intercambio de mensajes. Los procesos de difusión han cambiado paulatinamente, pero se mantienen desde medios escritos hasta una propuesta innovadora como el internet.

Es necesario establecer un proceso de comunicación asertivo para lograr una adecuada difusión de la gastronomía, ya que esta ha evolucionado desde el concepto comunicacional como una necesidad y una demanda social. La importancia de la difusión de la gastronomía en las referidas parroquias es intangible y heterogénea, el éxito consistiría en gestionarla mediante la comunicación, que considere factores y técnicas para su aplicación.

Además, la difusión de la gastronomía en las parroquias surorientales del cantón Loja es una necesidad diaria, debe realizarse de formar regular y controlada, cuyos resultados se muestran a largo plazo. Requiere de un seguimiento, control y mejoramiento constante.

Una difusión efectiva depende del correcto entendimiento y el impacto que logren estos mensajes para la consecución de objetivos. Finalmente, la propuesta consiste en la realización de una revista, y la creación de un blog para difundirla a través del internet.

2. Justificación

Se justifica por los resultados de la investigación los cuales mostraron la necesidad de establecer programas que difundan la variedad de platos típicos que conforman la gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja, mediante la realización y difusión de una revista gastronómica. La necesidad de aportar al desarrollo de este sector particularmente en lo concerniente a su gastronomía como una forma de captar ingresos para la población de este sector.

El Plan de programas de difusión de la gastronomía que se ha realizado para las parroquias sur orientales del cantón Loja, pretende: establecer una serie de pautas, que faciliten la difusión de la gastronomía para que ésta se convierta en una herramienta de apoyo, a la gestión de recursos destinados a la difusión de la gastronomía

Por otra parte, una propuesta para la elaboración de una revista gastronómica y difundirla a través de plataformas virtuales, propicia motivación y participación que transmita una imagen positiva de las parroquias hacia el exterior. Además, se debe tener en cuenta, que para que exista una buena difusión a los públicos externos, es imprescindible mantener estrategias que permitan difundir las bondades gastronómicas.

Objetivos:

Objetivo general

- Producir una revista destinada a la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja, mediante un blog en el internet que le permita fortalecer la imagen del sector como líder cantonal en este campo.

Objetivos específicos:

- Diseñar una revista para difundir la gastronomía de las parroquias surorientales.
- Editar en digital la revista de gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja para difundirla atreves del internet.
- Socializar el diseño de la revista de difusión de la gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja con las autoridades y comerciantes del sector gastronómico.

Factibilidad

La propuesta planteada es pertinente partiendo del hecho de la mayor parte de la población está deseosa de dar a conocer sobre el valor cultural que representa la difusión de su gastronomía; vale señalar que la población por si sola se le dificulta difundir sus potencialidades gastronómicas, pues no cuenta con la información necesaria ni los recursos económicos y humanos para el efecto.

Actualmente el medio más idóneo para difundir la gastronomía es el digital, en este caso una revista para mantener informado al turista. La propuesta es factible por que la autora de esta cuenta con la formación académica necesaria para la redacción, diseño e ilustración de la revista digital sobre la gastronomía.

También la proponente cuenta con la asesoría de los docentes de la carrera en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja quienes brindaran su constante revisión para la ejecución de la propuesta. Con esta iniciativa confiamos en que esta iniciativa brindara a la sociedad y sobre todo a los turistas la posibilidad de conocer las bondades de la gastronomía de las parroquias surorientales.

Fases de implementación

Contenido del mensaje

Como comunicador se debe pensar en qué decir a la audiencia meta y este proceso es el atractivo, tema, idea o proposición

Estructura del mensaje

El Slogan debe ser corto y que se mantenga en la mente de la gente.

En el caso de la revista impreso se decidirá aspectos como el encabezado, la ilustración debe estar a full color.

Fuente del mensaje

La fuente del mensaje se refiere a seleccionar de forma adecuada a las personas que genere confianza y credibilidad en el aspecto gastronómico. De acuerdo a la estructura del mensaje publicitario se va a generar conciencia en la población ya que nosotros debemos rescatar nuestra gastronomía.

Para esto se manejará una imagen visual que esté acorde con toda la población sean niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Una de los medios preferidos son las revistas y el internet; este es un sitio web gratuito de redes sociales que está abierto a cualquier persona Los usuarios pueden participar en una o más páginas de este campo

La primera fase estará destinada a la producción de la revista donde se recopilará la información ligada a la gastronomía de las parroquias surorientales, se recogerá opiniones, concepciones e historia en lo pertinente a este campo. En la siguiente fase de ejecución y sostenimiento con la información redactada se procederá a la edición, diagramación e ilustración de la revista mediante un blog.

La etapa de socialización es necesario para conocer la opinión de los lectores para ello es necesario la intervención de los representantes de los Gobiernos Autónomos descentralizados de las parroquias involucradas y otros actores del sector gastronómico quienes emitirán sus juicios de valor y sugerencias para la propuesta.

RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES:

Investigadora: Jessica León

Director Tesis: Ing. Mg.Sc. Wilman Merino

Recursos Materiales:

- Materiales de escritorio
- Grabadora
- Cámara
- Computadora
- Programa Indesing Cs6
- Programa Photoshop Cs6
- Programa Ilustrador

ESTRUCTURA DE LA REVISTA

La revista se denominará Gastronómica haciendo énfasis en la gastronomía de las parroquias surorientales a difundir.

Características: La revista gastronómica fue creada en la página WordPress, (Blog gratuitos o comprados).

Denominación: “Revista Gastronómica”.

Tema de presentación: el nombre del tema es About, en la que nos proporciona varias opciones para visualizar la información publicada, las proporciones se dividen de la siguiente forma: en la parte izquierda se ubica la foto y su pie de foto, a la izquierda existen opciones para averiguar sobre comentarios recientes, archivos guardados, la fecha y categorías, bajo la foto en la parte izquierda se encuentra un avance de la información , en cual se accede realizando un clic para revisar la información completa, al final de la paginas se muestran la opción Observaciones y junto a la opción se encuentra el nombre de las etiquetas.

Edición virtual: Actualización constante

Secciones:

Historia: Síntesis histórica de la gastronomía local con el propósito de difundir su origen y evolución.

Entrevistas: Dialogo con las personas destacadas que hacen uso de la gastronomía tradicional

Recetario: Descripción de los principales platos típicos que componen la gastronomía de las parroquias surorientales

Postres y dulces: destacar las preparaciones en dulces que son características del sector

Turismo: Lugares que el turista no puede dejar de visitar en las cinco parroquias surorientales del cantón Loja

Galería: Fotografías de las diferentes manifestaciones gastronómicas.

Colores:

Se utilizará la amalgama que procede de estos colores básicos de acuerdo a la sicología del color:

Azul: Es el color de la inteligencia, la sabiduría, la reflexión y la paciencia. Proporciona una sensación de espacio abierto, es el color del cielo y el mar en calma, y así evoca también paz y quietud.

Rojo: Está relacionado con el fuego y evoca sensaciones de calor de los fogones y Es el color de la sangre y el fuego, de la pasión; es el color del movimiento y la vitalidad.

Amarillo: Es el color del Sol. Alegre, risueña, es el color del optimismo. El amarillo tiene las cualidades del sol, es el color del poder y la alegría

Violeta: El violeta es el color de la madurez y la experiencia. En un matiz claro expresa profundidad, es el color de la intuición y la magia; en su tonalidad púrpura es símbolo de realeza, suntuosidad y dignidad.

Naranja: Mezcla de amarillo y rojo, tiene las cualidades de ambos, aunque en menor grado, refuerza el entusiasmo.

Verde: El verde significa la llegada de la primavera. Por ser el color de la naturaleza.

Producto: Revista “Gastronómica”

Texto contenido del blog denominado "Revista Gastronómica"

Introducción

El cantón Loja es un lugar que aún guarda secretos entre sus montañas, su pueblo no renuncia a la existencia de sus tradiciones, las conserva y valora para mantenerlas vivas. La cocina tradicional de Loja es una fusión de la manera de cocinar de los españoles con la de los nativos que habitaban estas tierras. Productos básicos como la papa, maíz, maní, ají, carnes y pescados, se remontan hasta el Imperio Incaico, que floreció en estas tierras. Cuando los conquistadores españoles llegaron en el siglo XVI, trajeron con ellos los postres de estilo europeo y otros ingredientes como el pollo, carne de res, el chancho y frutas cítricas.

La variedad de comidas típicas son reflejo de una cultura de caracteriza la identidad de los pueblos. Las parroquias Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana ubicadas en el sector suroriental del cantón Loja predomina la tradición gastronómica que atrae al turista por sus ricos aromas, sabores y sazones que se constituyen en muestras claras de las delicias criollas y mestizas.

La variedad de platos del sector suroriental de Loja es de excelentes olores y sabores porque sus recetas y sazones se han venido perfeccionando a medida que pasa el tiempo. Una de las razonas por la cual se necesita difundir a la gente sobre las bondades gastronómicas que ofrece estos sectores.

La realización de una revista permitirá promocionar y potenciar la gastronomía tradicional de las parroquias surorientales del cantón Loja, de esta forma cooperaria al

desarrollo de estos pueblos porque además de hacer conocer sus atractivos gastronómicos, permitirá crear nuevos empleos.

Historia

El maíz, base de la gastronomía tradicional de las parroquias surorientales.

El maíz es oriundo de las América, pero antes que este alimento adquiera fama mundial y presencia gastronómica, hace unos ocho mil años, el maíz ya era domesticado en América y gozaba de una significativa presencia en las antiguas culturas de nuestro continente, con muchos rasgos de similitud, establecieron su economía y alimentación en base al maíz.

Hasta antes de la invasión española, el maíz se distribuyó, desde su lugar de origen a lo largo de casi todo el continente americano. Las mazorcas amarillas, anaranjadas y coloradas, las migraciones del cereal permitieron desarrollar nuevas formas que dieron origen una gran variedad de maíces.

El desarrollo de distintos tipos de maíz, fue paralelo al desarrollo de las civilizaciones indígenas. La alimentación es el principal uso que se le da al maíz. Su versatilidad en la cocina lo hace ingrediente esencial en platos de todo tipo; variados son los usos de la harina de maíz, que puede emplearse sola o como ingrediente en recetas. Para mucha gente local en Latinoamérica, los productos a base de maíz sustituyen al pan de trigo o el arroz.

El maíz es una de las bases de la comida ecuatoriana y sobre todo lojana. Su presencia en los platos de las parroquias surorientales se traduce en una larga lista, en donde se utiliza ya sea como ingrediente principal o secundario.

De una variedad de maíz que se produce en esta tierra, se produce una bebida no alcohólica conocida como “Chicha”.

Turismo

Malacatos

Malacatos es una de las parroquias rurales del cantón Loja, cuenta con clima templado. Es muy rico en flora y fauna. Además, que este lugar es un atractivo turístico por contar con un paisaje exótico. Una de las principales tradiciones es la producción de panela artesanal a base de la caña de azúcar.

Proceso

El jugo de caña que se sustrae es llevado hasta unos recipientes o pailas que están sobre fuego producido por el bagazo seco. Luego el hornero descachaza por dos ocasiones el jugo de la caña hervido. Una vez que la mezcla está limpia de impurezas el melero empieza a batirla y es colocada en moldes rectangulares de madera comúnmente llamados marcos para darle la forma cuadrada de la panela

Cada cocha de caña molida genera alrededor de 240 panelas, dependiendo de la hora a la que se inicie este trabajo que por lo regular es muy por la madrugada, la producción puede llegar a 1.500 panelas diarias.

Todas las partes de la caña son aprovechadas en este proceso: el tallo para el jugo, la cachaza (residuos del jugo de caña) sirven de alimento para los animales, el bagazo como combustible de los hornos.

Turismo 2

La crianza de trucha fomenta el turismo en San Pedro de Vilcabamba.

La pesca deportiva es una de las actividades que en San Pedro de Vilcabamba se ha implementado para ofrecer al público varios servicios y con ello el delicioso plato de pescado frito, es así que Pedro Macías, dueño de la Hostería El Salado se ha dedicado a la crianza de truchas.

Pedro Macías manifiesta que los fines de semana y los feriados son los preferidos por los turistas para visitar estos lugares, es por ello que ha decidido poner en consideración al público la realización de pesca deportiva y la preparación inmediata del pescado

Esas truchas pueden ser preparadas en ese momento, este servicio cuesta desde 1,50 dólares, según el tipo de preparación. El menú incluye variedades como trucha a la plancha, apanada, al ajillo, al vapor, en salsa de mariscos, de champiñones, ceviche de trucha.

Esta hostería tiene un criadero de truchas, que son colocadas en las piscinas de pesca cuando pesan unos 150 gramos. Allí son alimentadas únicamente hasta que son pescadas por los turistas

Precios

El servicio que ofrecen estos negocios incluye el alquiler de una caña de pescar con carnada, que cuesta entre 0,50 y 1,50 dólares. El precio por cada libra que se pesca oscila entre 2 y 4 dólares.

Preparación:

Se limpia la trucha se la sazonar con sal, se calienta un sartén con bastante aceite y dientes de ajo. Se rebozan las truchas ligeramente en harina y se fríen a buen fuego cuando estén doradas se escurre el aceite y se saca del fuego se sirve caliente con arroz yuca ensalada y limón.

Reportaje

Fritada de Landangui

El exquisito sabor de la fritada es la principal característica para que el barrio Landangui ubicado en la parroquia Malacatos, sea el más visitado. Lucia Sarango Hidalgo, propietaria de un restaurante en el lugar, cuenta que ella fue quien dio inicio con la venta de fritada y chicharon en los tiempos en los que las carreteras aún eran de tierra.

Hace treinta y nueve años, Lucia Sarango fue quien se aprovechó de su excelente sazón para vender fritada en un local cerca de la vía Loja Malacatos aun cuando esta no estaba asfaltada. Cuenta que los viajeros en ese entonces hacían su paradita para degustar de este delicioso plato, para avanzar hasta sus destinos, llevándose un grato recuerdo del lugar

En la actualidad los platos que ofrece la señora Lucia son más variados, por ejemplo, se sirve cuero con mote, mote con chicharon, chanfaina, sancocho y caldo de gallina

Proceso de elaboración de la fritada

La fritada se elabora con carne de cerdo adobada con aliños naturales. Se fríe hasta que adquiere su punto, luego se sirve acompañado de mote, yuca, tostado y ensalada, para los clientes más exigentes les sirve con maduro esto se ofrece con bebidas como horchata, naranjada, o chicha.

Reportaje 2

El queso de Yangana es una tradición familiar

Yangana es una parroquia del cantón Loja, es apreciada por su tradicional elaboración de queso. Henry Tamay, dueño de una pequeña empresa de elaboración de queso, cuenta que el trabajo la heredo de su padre y de su abuela quienes se dedicaban a la elaboración de este producto de forma artesanal.

En la fábrica de la familia Tamay se elaboran 20 quesos diarios en verano y cuarenta en época de invierno. Todo depende de la cantidad de leche obtenida en sus establos que puede ir desde cien litros diariamente.

El proceso inicia desde la mañana las vacas son llevadas hasta el establo para ser ordeñadas, la leche obtenida es cernida en un cedazo metálico y llevada hasta unos recipientes de aluminio en donde le pone el cuajo y la sal para dejarla reposar por algunos minutos. Luego se traslada la leche hasta la fábrica donde se corta la cuajada para separar el quesillo del suero.

Después se pone el quesillo sobre una bandeja de acero se lo pica en trozos para que se enfrié de ello depende la elasticidad del queso, una vez frio se muele el quesillo y se le agrega sal y se bate por quince minutos hasta que tome punto necesario para que el queso tenga la contextura necesaria y el resultado sea el queso de corte y con su sabor característico.

La mezcla se la coloca en moldes, se lo prensa y coloca sobre la quesera hasta el otro día para eliminar todo el suero. Se desmolda y se empaca en fundas y se expende a un valor de 4.50 el queso de una de un Kilo y a 2.25 el de una libra.

La elaboración de queso constituye la imagen favorable de Yangana y conservarla es el deber de sus habitantes pues la historia no renuncia a que este lugar sea conocido por su delicioso queso.

Recetario

EL sango con chicharon

Para la realización de este plato tan especial y típico se sigue los siguientes pasos:

Moler el maíz finamente. Elaborar el refrito con cebolla, pimiento, ajo, achiote y aceite. Añadir el agua hirviendo, la sal, el comino y la pimienta al gusto. Luego se Añadir la harina de maíz z poco a poco, procurando que no se haga grumos. Incorporar el cilantro y al final añadir el chicharrón. Servir caliente y con yuca cocinada o menestra de arveja tierna y se acompaña con una taza de café o agua aromática.

Seco de chivo

Es un plato típico y de elaboración no muy compleja. Es más consumido en la parroquia Quinara no hay un acuerdo sobre el proceso de cocción del plato, se piensa

que al cocinar la carne del chivo debe evaporarse el agua hasta conseguir un grado de sequedad, de ahí que debe quedar "seco".

Preparación

Haga un refrito con la manteca de color, la cebolla, el tomate, el pimiento, y el ajo. Condimente con sal, pimienta y comino. Agregue la carne y deje dorar. Vierta el jugo de dos naranjillas o la cerveza, el ají y las hierbas, deje cocer a fuego lento hasta que la carne se suavice, si resulta de consistencia muy densa agregue un poco de agua o cerveza. Acompañe con arroz amarillo, tomate, aguacate y plátanos maduros fritos.

Humitas: Desojar el choclo cortando las hojas adecuadamente para envolver las humitas, desgranar, moler y cernir el choclo. Derretir la mantequilla y la manteca en una sartén y agregarlas al choclo, junto con el queso desmenuzado, el azúcar y la levadura.

Revolver todo bien con una cuchara de madera. Añadir sal, mezclar amasando y comprobar el punto. Incorporar las yemas de los huevos y mezclar hasta que estén bien integradas. Para formar las humitas, lavar bien las hojas de choclo y extenderlas sobre la mesa de trabajo.

Poner una cucharada grande de masa sobre cada hoja y envolverlas doblando los costados y las puntas. Colocarlas en una tamalera o una olla de vapor y cocerlas durante 1 hora. Servirlas acompañadas de café y ají.

Los tamales: Moler bien fino el maíz, pasarlo por un tamiz, mezclar con manteca, mantequilla y manteca a color bien batidas, fregar estos ingredientes, unirlos todos en una masa compacta; dejar esto en reposo una hora. Cocinar la carne en un refrito con un

litro de agua hasta que se ponga suave y luego retirarla; cernir el caldo, agregar este caldo lentamente a la harina de maíz y fregar más hasta que se forme una masa, agregar sal y polvo de hornear.

Agregar los huevos batidos, mezclando suavemente con lo demás, la masa no debe ser ni dura ni suave y dejar reposar. Preparar el relleno, un refrito de cebolla picada, arvejas tiernas y zanahoria, pimientos picados, carne de pollo. Luego esta masa poner en hojas de achira, poner en el centro una cuchara de masa y en el centro el relleno y un huevo duro cortado en pedacitos, envolverlo y apretar la hoja un poco y cocinar el tamal en una tamalera durante 35 minutos, luego puede servirse con, café o chocolate.

Los chivatos

Es una que se elabora a base de yuca, huevos, queso, mantequilla carne de res o chancho y se envuelve en hojas de plátano o achira

Primero se pela la yuca y se la raya en un rallador fino, la yuca rallada se la mezcla con huevos, se le añade el queso la mantequilla y la sal se moviendo constantemente hasta formar una masa. Se deja reposar mientras se prepara el relleno en un sartén se coloca cebolla, achiote perejil y pimiento picado se lleva esta preparación al fuego y se refrié se cocina la carne con aliños se la desmenuza y se la revuelve en el refrito. En una hoja de plátano o achira se coloca un cucharon de la masa y en el centro se le ubica el relleno de carne formando un tamal que se lo envuelve y queda listo para cocinarlo a vapor en una olla tamalera por cuarenta y cinco minutos

Existe otra variedad de este tamal que es de dulce se pela la yuca se la pica se la muele, luego se le agrega miel de panela, canela, limón y una pizca de bicarbonato se mezcla

todos los ingredientes y se coloca pequeñas porciones en una hoja de achira se los envuelve y cocina como el tamal tradicional

Esta es una de las delicias que posee las parroquias surorientales que hoy en dia ya solo lo preparan las personas adultas y generalmente la gente joven desconoce de su preparación como lo comenta la señora Julia Arboleda quien lo elabora, pero lamenta que con el pasar de los años este se pierda.

Cuy con papas y mote: El cuy es un animal mamífero doméstico que la gente de la sierra ecuatoriana cría en sus hogares, pertenece a la familia de los roedores, es un animal de apariencia tranquila, a la gente le gusta comer este rico plato típico y tradicional, que existe en nuestro medio desde los antiguos pobladores de nuestro país.

El cuy se lo prepara realizando el ají de cuy o caldo de cuy, pero el plato tradicional es el cuy asado, en horno o en vara, se pone en una tulpa de leña y el cuy es atravesado por un palo delgado y se le va asando en el fuego en forma lenta, se le da vueltas y vueltas hasta que se encuentra asado tanto su parte externa como interna. Se sirve con papas alineadas, una ensalada de lechuga y mote.

Caldo de pollo o de gallina de campo: Cocinar la gallina en agua, sal, ajo, cebolla, apio y perejil. Cuando la carne esté suave, cernir el caldo sobre una olla, agregar pimiento, comino, cebolla blanca bien picada y hacer hervir, sacar la olla del fuego; sacar la gallina y cortar en presas o pedazos, picar cilantro o perejil y cebolla y colocar en cada plato dos o más papas o yuca, dependiendo del gusto del cliente, servir con rodajas de limón.

Postres y dulces

Bizcochuelo

Para que el bizcocho salga bien, son fundamentales sobre todo dos cosas: el batido de los huevos y la cocción en el horno. A veces el bizcocho no se hincha de manera uniforme o queda apelmazado, para intentar evitar estas situaciones lo que recomendamos hacer, es lo siguiente:

Bate mucho las yemas, ya que cuanto más aire consigas englobar, más se hinchará la masa en el horno. Mezcla con mucha suavidad, las claras montadas con el batido de yemas, removiendo suavemente para que no pierdan volumen.

Al añadir el chuno (almidón de achira), déjala caer desde el tamizador y vertiéndola muy poco a poco, así no se formarán grumos. Separa las yemas de las claras de 6 huevos y añade a las yemas unos 150 gramos de azúcar, bate hasta que obtengas un compuesto hinchado, claro y cremoso. Seguidamente, monta las claras a punto de nieve añadiendo una pizca de sal.

Incorpora las claras poco a poco al compuesto de las yemas mezclando con suavidad y siempre en el mismo sentido. Añade los 160 gramos de chuno tamizado junto a una cucharada polvo de hornear.

Unta con mantequilla un molde y espolvoréalo con harina (y un poco de azúcar, si lo deseas), así la masa no se te pegará. Recuerda que, si utilizas un molde con paredes desmontables, será más fácil desmoldar el bizcocho sin romperlo.

Vierte la masa en el molde y dale unos golpes sobre la mesa para que se distribuya de manera uniforme. Ya puedes cocer en el horno a una temperatura de 180 grados durante unos 40 minutos y no abras la puerta del horno durante los primeros 30 minutos.

Una vez acabada la cocción, deja reposar el bizcocho unos minutos y retira el molde. Sobre una rejilla, déjalo enfriar completamente.

Pan de Leche: El exquisito pan de leche se lo obtiene gracias a este proceso: Se lo elabora con harina de maíz, se mezcla con leche, se agrega queso, huevos, levadura y sal a gusto.; en lo posible no se debe poner agua.

Dulce de Leche: El dulce de leche es por excelencia es uno de los dulces más sabroso que existe. Se lo elabora de la siguiente forma.

Preparación:

Colocar la leche en un recipiente y llevar a fuego medio hasta que comience a hervir. Cuando la leche esté en punto de hervor, agregar la panela y comenzar a mezclar constantemente con una cuchara de madera para que en la base no se formen grumos.

Agregar la esencia de vainilla y el bicarbonato de sodio mientras se sigue mezclando la preparación luego agregar el arroz molido poco a poco. Este proceso llevará un tiempo y se requiere de mucha paciencia, pero si lo deseas, puedes colocar 3 bolitas de vidrio en el fondo del jarro para evitar que la preparación se pegue y se hagan grumos.

Al principio la leche toma un color más amarillento cuando la preparación comienza a hervir se retira unos segundos del fuego hasta que la preparación disminuya su volumen y volver a cocinar.

Luego de un rato, la preparación ya se asemeja más al color del dulce de leche, aunque aún su consistencia es líquida. Se continúa este proceso sin dejar de mezclar, este proceso en el que se forma el dulce de leche tarda al menos 1 hora.

Para determinar el punto justo en el que está el dulce de leche, se puede colocar una pequeña porción sobre un plato y el dulce de leche no debe chorrearse, sino que debe tener una consistencia. Sino también, otra manera de corroborar el punto del dulce de leche, es pasando el dedo sobre el medio de la cuchara con la que se estaba mezclando y se debe formar un surco que no se vuelva a unir.

Una vez que el dulce de leche está en su punto justo, agregar canela en barra, retirar del fuego y dejar enfriar. Frio adquirirá una textura cremosa que se puede servir solo o acompañada de pan constituye una de los dulces más apetecidos que se elaboran en las parroquias surorientales del cantón Loja.

Champuz de Mote: Remojar el mote bien pelado un día antes y cocinarlo. En una olla aparte poner a cocinar en el agua con la canela, la cáscara de naranja y el azúcar. En el agua hervida con las especias y el mote cocido, agregar la harina de maíz disuelta en un poco de agua fría y la guayaba sin pepas, moviendo constantemente. Dejar al fuego por unos tres minutos para que la harina y la guayaba se cocinen, sin dejar de remover. Servir caliente, espolvoreando con canela en polvo.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ALARCÓN MENDOZA, L. V. (2013). creación de paradero gastronómico y dulcería típica como atractivo turístico del cantón Yaguachi.
- ✓ ANÓNIMO. Plan de Difusión Promoción Cultural y Patrimonio, (2013) Municipio del Cusco. Cusco, Perú
- ✓ CORDOVES, M. A. (2013). El pulque: Un producto turístico gastronómico sustentable. Hospitalidad ESDAI.
- ✓ DUPREE, S. WINDER, D. (2013) Estados Unidos. The Synergos Institute.
- ✓ FLORES, J. (2012). Análisis de la importancia del turismo gastronómico como parte fundamental del desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Azogues.
- ✓ GALLARDO, C. (2013). Ecuador Culinario. Publicado por la Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador.
- ✓ GARCIA CATANO, Y. M. (2014). Análisis de los factores de la transculturización gastronómica en el cantón Esmeraldas.
- ✓ IBARRA, B., & JAVIER, I. M. (2015). plan de promoción y difusión turística para la parroquia Pinllo cantón Ambato provincia de Tungurahua.
- ✓ JIMENEZ REYES A. I. (2013). la televisión como herramienta comunicacional de apreciación, promoción y difusión de programas turísticos en Ecotel TV y su influencia en los pobladores de la ciudad de Loja.
- ✓ MALDONADO RAMÍREZ, R. L. (2012). determinación del conocimiento de la gastronomía tradicional en los habitantes de la provincia de el Oro, para la creación de un programa de cocina radial en radio Génesis en la provincia del el Oro.

- ✓ MANCERO, R. (2012). La gastronomía ambateña y su influencia en el perfil del estudiante de la Escuela de Alta Cocina Lescoffier en el año 2009.
- ✓ NAVARRO MORENO, P. (2013). Centro de difusión e investigación de la gastronomía del Aljarafe, Salteras.
- ✓ RICHARDSON, H. (2013). Quito, Ecuador.Cocina Orense.
- ✓ RÍOS, M. (2008) Plan de Difusión y Capacitación de la Madera. Lima, Perú.
- ✓ SIERMO.G.2014 Producción Audiovisual. Argentina. Mara Mobilia,
- ✓ SUÁREZ, D. (2014). Plan de Negocios para la creación de un Restaurante temático que permita difundir la Gastronomía y Cultura Ecuatoriana en la ciudad de Quito.
- ✓ TORRES A. (2012). Desarrollo de una aplicación web de promoción y difusión turística del cantón Tulcán con el uso de software libre.
- ✓ ZAMORA, E. BÁEZ, L. (2010) Difusión y Promoción de Proyectos. San José, Costa. Rica. Unidad Regional de Asistencia Técnica.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

"DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013-AGOSTO 2014"

Proyecto de investigación previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

ASPIRANTE

JESSICA VALERIA LEÓN ARBOLEDA

LOJA –ECUADOR

2014

a. TEMA

“DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA DE LAS PARROQUIAS SURORIENTALES DEL CANTÓN LOJA, PERIODO SEPTIEMBRE 2013 – AGOSTO 2014”

b. PROBLEMÁTICA

CONTEXTO PROBLEMÁTICO:

Las parroquias sur orientales del Cantón Loja conformada por Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Quinara, Vilcabamba y Yangana al momento no cuentan con un programa de difusión de su actividad gastronómica, evidenciados su ausencia en los medios de comunicación.

En la actualidad en lo que respecta a la realidad de la información que se difunde sobre la cultura gastronómica de las parroquias Sur Orientales del Cantón Loja. En las páginas virtuales del GAD de Loja en las páginas del Ministerio de Turismo no existe información sobre la gastronomía de estos pueblos limitándose a simplemente enumerar algunos de los platos en caso de parroquias concretas, pero no así en caso de parroquias poco conocidas.

Con respecto a la información difundida en los medios de comunicación tanto locales o nacionales es muy limitada con respecto al área gastronómica distanciándose mucho de la difusión gastronómica de otros lugares del país.

Entiendo por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo perceptor disponible en una unidad geográfica, sociopolítica, cultural. Comprendido de esta manera la difusión de la gastronomía como el proceso de propagación de información entendible para el público sobre las potencialidades gastronómicas de las parroquias mencionadas.

Dándole así la posibilidad al perceptor la capacidad de conocer y apreciar la gastronomía propia de estos lugares, ya que la difusión excesiva de la comida industria, limita la propagación de la gastronomía tradicional.

Por lo cual he creído conveniente plantear el problema:

¿Cómo diseñar una revista para la difusión de la gastronomía de las parroquias Sur orientales del Cantón Loja?

Del presente problema se derivan las siguientes preguntas de investigación

1 ¿Cómo fundamentar en forma científica los programas de difusión de la gastronomía?

2 ¿Cuáles son las características de los programas de difusión de la gastronomía?

3 ¿Cómo se vienen diseñando programas para difundir la gastronomía de Parroquias Rurales del Cantón Loja?

4 ¿De qué manera diseñar programas para difundir la gastronomía?

5 ¿Cómo valorar un plan de programas de difusión de la gastronomía?

Delimitación del problema:

De la unidad de observación: En la investigación se encuestará las autoridades de los Gobiernos Autónomos Desnaturalizados de las parroquias Sur Orientales del Cantón Loja, a los dueños de medianos negocios gastronómicos, al director del departamento del Municipio de Loja, al director del Ministerio de Turismo Provincial

Temporal: La investigación se realizará en los meses en los meses abril, mayo junio y julio del 2014

Delimitación espacial: se investigará en las parroquias sur Orientales del cantón Loja, y, en el departamento de turismo del Cantón Loja y en Ministerio de Turismo Provincial la información será procesada en los locales de la carrera de Comunicación Social así mismo, la revisión de la literatura se la realizará en internet y en la biblioteca del Área

c. JUSTIFICACIÓN

La actividad gastronómica es inherente a la vida cotidiana de las personas que conforman las Parroquias Sur Orientales del Cantón Loja y es fundamental su difusión, en el proceso de transmisión cultural, es necesaria su conservación y preservación.

Por ello creo necesario establecer modelos de programas para la difusión de la gastronomía de las parroquias Sur Orientales del cantón Loja en los medios de comunicación locales para al menos de esta forma contribuir a su preservación y apreciación, tanto por quienes habitan en estos sectores, y quienes lleguen a conocer estos mensajes.

La presente investigación, permitirá la integración de los elementos que componen el tema de estudio que contribuirá a la posible solución del problema ante la falta de un modelo de programas de difusión de la gastronomía lo que no ha permitido dar a conocer aspectos gastronómicos que forman parte de la cultura gastronómica de estas parroquias Sur Orientales del cantón Loja.

La difusión de la gastronomía comprende un proceso educativo y reflexivo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores.

La difusión debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los involucrados trabajan organizadamente en diferentes momentos. Es un proceso que actúa de manera interactiva con la inducción externa y la organización local para su ejecución.

La difusión a través de los medios de comunicación constituye una forma de persuasión continua a un público general, ligado al aspecto gastronómico, crea un nexo común entre los ciudadanos de diferentes lugares. Esta interacción da lugar a la difusión de la comida típica de cada uno de los países en el resto del mundo.

El fin de la investigación tiene por objeto construir un modelo de programa de Difusión de la Gastronomía de las parroquias rurales del cantón Loja como instrumento de divulgación de los atractivos culturales de este sector.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Diseñar un plan de difusión dela gastronomía de las parroquias surorientales del cantón Loja**.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Explicar con fundamentos científicos sobre los programas de difusión de la gastronomía
- Establecer las características de la difusión de la gastronomía
- Determinar cómo se viene difundiendo la gastronomía de las parroquias rurales sur orientales del cantón Loja.
- Diseñar estrategias de difusión de la gastronomía de las parroquias rurales sur orientales del cantón Loja, mediante la selección del medio más adecuado.

- Validar las estrategias de difusión de la gastronomía de las parroquias rurales sur orientales del cantón Loja, mediante la socialización de la propuesta.

e. MARCO TEÓRICO

DIFUSIÓN

Algunos tratadistas de la comunicación como Manuel Calvo Hernando entiende por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo perceptor disponible en una unidad geográfica, sociopolítica, cultural.

> Según el tradista Andrés Cordovés La difusión, es parte substancial de la comunicación, pero no la engloba en su totalidad, sino que cubre una parte, la del emisor. La difusión no tiene receptores; difundir es el hecho mismo de informar, de emitir unidireccionalmente un mensaje, sin más. Saber esta diferencia nos hace comprender cuánta energía se desperdicia a veces queriendo comunicar, mientras lo que se hace es informar. (CORDOVES.A 2009)

Saber que se es comunicador, solamente si existe una contraparte, es lo primero que necesitamos para comprender que nuestro mensaje debe ser lo más asertivo posible.

¿QUÉ ES UN PLAN DE DIFUSIÓN?

Un plan de difusión es la forma por la cual una institución u organización, a través de diversos materiales, torna conocidos sus propios objetivos y programas para influenciar acciones u obtener apoyo.

DEFINICIÓN DE PLAN DE DIFUSIÓN

> Se entiende como plan de difusión la forma como una institución, conjuntamente con diversas entidades públicas y/o privadas o en forma individual, logra a través de diversos medios, materiales y dinámicas, sus objetivos para influenciar en el comportamiento de su población objetivo y recibir el apoyo de la sociedad en su conjunto (RIOS TORRES M: lima Perú 2005pag

3) Dirección Nacional de Comercio Exterior Programa de Desarrollo de Políticas de Comercio Exterior)

PROPOSITOS DE LA DIFUSIÓN

La difusión y promoción del proyecto debe seguir un proceso ordenado en sus contenidos, tiempos y formas; así como utilizar diferentes medios de información para asegurar que los mensajes clave sobre el proyecto lleguen de forma gradual a los diferentes actores.

La difusión y promoción son acciones de un proceso educativo y reflexivo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores del proyecto. La difusión y promoción debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos. Es un proceso que actúa de manera interactiva con la inducción externa y la organización local para la ejecución.

TELEVISIÓN

La difusión del spot televisivo en canales de señal abierta con cobertura local, es muy importante para llegar a los públicos objetivos del Cantón Loja.

> La televisión por las imágenes que transmite y su estrategia de persuasión e inducción a los cambios de comportamiento en la población, es uno de los medios más utilizados para la población urbana y urbano- marginal a nivel nacional. (PLAN DE DIFUSIÓN PROMOCIÓN CULTURAL Y PATRIMONIO MUNICIPIO DEL CUSCO Pag 4 PERU 2013)

RADIO

La difusión en radio es fundamental para llegar a todas las familias del sector rural, la radio además es un medio de alcance al público urbano, quienes escuchan los diferentes programas mientras se trasladan al colegio, universidad o centros de trabajo.

LA PRENSA ESCRITA

Es una importante herramienta de difusión son los medios impresos propósito defomentar el interés en el público de Promoción Cultural acerca de las actividades y los proyectos, relacionados con el arte, la cultura y la gastronomía, ya sea mediante la divulgación, o la publicidad. (Zamora E. Báez L. pag 7San Juan COSTA RICA 2010)

REVISTA

Es una publicación impresa que es editada de manera periódica. Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet.

Es así, con el auge de las nuevas tecnologías y de Internet han tenido lugar dos acontecimientos dentro de lo que es el ámbito de las revistas. Así, por un lado, nos hemos encontrado con el nacimiento y desarrollo de revistas web que no se realizan en papel, sino que sus lectores sólo pueden leerlas en la Red. y, por otro lado, se ha producido una gran apuesta por parte de las revistas que salen de la imprenta que han tomado la decisión de tener también su versión en Internet.

GASTRONOMÍA

Etimológicamente proveniente del griego “gastros”, que significa estómago, y “gnomos” ley o conocimiento, para referirse no tanto como pareciera sugerir del origen de la palabra a llenar el estómago, sino que el objetivo de la gastronomía es crear platos de comidas para saborear ricas preparaciones culinarias con los sentidos del gusto, la vista y el olfato, comparar las comidas de distintos lugares, ver como se originaron, los aportes nutricionales de cada ingrediente y sus posibilidades de combinación.
(https://www.google.com.ec/#q=conceptos+de+gastronomia)

La persona que es conocedora de esta ciencia es el gourmet, pues tiene relación con las características del lugar donde se habita, los recursos naturales que aporta la región y los gustos de sus habitantes. De esta manera se crean platos típicos que harán parte de la tradición cultural del lugar, como el arroz es el ingrediente característico de la comida china, o el pescado de las zonas costeras.

La adecuada explotación de la actividad gastronómica puede ser una fuente importante de ingresos para el país, pues tiene gran influencia en el flujo turístico. Lugares donde la gastronomía es inadecuada o deficiente alejará a los potenciales visitantes.

> Si bien desde la antigüedad el hombre se preocupó de disfrutar de una rica combinación de ingredientes para satisfacer su apetito más que su hambre, la gastronomía tuvo una gran evolución sobre todo a partir del siglo XIX. (COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD 2010)

LA GASTRONOMÍA EN EL MUNDO

> Tenemos la gran suerte de contar con una riqueza gastronómica increíble alrededor del planeta. La enorme variedad de comidas que existen también es gracias a la difusión de todo tipo de culturas. (CONCEPTOS DE GASTRONOMIA)

Quizás sea imposible calcular con exactitud todos los tipos de cocina que existen, pero podemos nombrar una serie de comidas muy típicas y conocidas. En esa lista, podríamos considerar la china, la mexicana, la italiana, la española y la francesa como las más prestigiosas del mundo**.**

La cultura no solamente ha introducido la variedad de cocinas en el mundo, sino que también ha sido un nexo común entre los ciudadanos de muchísimos países. Esta

interacción ha dado lugar a la difusión a la comida típica de cada uno de los países en el resto del mundo.

Cada región, cada persona emplea sus propias técnicas a la hora de cocinar sus alimentos. Y cada una de las técnicas que se utilizan en todo tipo de cocinas las hemos ido adquiriendo gracias a la inserción de las diferentes culturas.

LOS TIPOS DE GASTRONOMIA MÁS CONOCIDOS

En la publicación de la sección gastronómica del (Diario Vasco en su edición de 05/03/13) explica que:

> Existen cantidad de tipos de cocina, pero se podrían destacar cinco modelos mundialmente reconocidos. La cocina española, es muy conocida por la calidad de su materia prima, elogiada a nivel mundial**.** Los quesos, el jamón y los alimentos provenientes del mar son los más utilizados, estos últimos sobre todo en la cocina. Por otra parte, la cocina francesa también ha sido muy influyente, ya que ha sabido conservar sus tradiciones culinarias y las siguen empleando en las nuevas recetas francesas. Los vinos tienen mucha fama y su repostería es inigualable. Un paso por los fogones del mundo. (2013). Gastronomika. Diario Vasco)

La cocina más difundida es la china; las de más calidad, la española o francesa.

La cocina mexicana ha conquistado todo el mundo; sus platos gustan y seguirán gustando a cualquier paladar. La principal característica de su cocina es que **los** ingredientes no han cambiado: el maíz, el chile, el cacahuete y el ajo**,** entre otros, son los alimentos que siempre caracterizarán a la comida mexicana.

Pero si hay un tipo de comida mundialmente conocida y que prácticamente se puede encontrar en cada rincón del planeta, ésa es la china**.** En casi todo el mundo es

fácil encontrar restaurantes orientales, y es que su atractivo se centra en que emplea cantidad de vegetales acompañados de típicas salsas. Sus principales ingredientes son el arroz, el pollo y los vegetales.

Por último, no hay que olvidarse de la famosa cocina italiana. Se caracteriza por su sencillez y su enorme sabor. Sus gustos se centran en emplear ingredientes muy básicos: las especias, las pastas, la carne, el pescado y el atún son alimentos importantes en esta vertiente gastronómica.

LA GASTRONOMÍA DE FRANCIA

Joaquín Beuckelaer (1533-1574): citado por Cruz Juan en su artículo La gastronomía que refluye de Francia manifiesta

> "La cocina bien abastecida". Al examinar la historia de la comida, parece obvio evocar el prestigio, la reputación y la influencia que la cocina francesa ha disfrutado desde hace siglos. Sin embargo, la forma en que el modelo culinario francés se ha extendido, y el precio pagado en términos de adaptación y de transformación profunda, no han sido objeto de un estudio exhaustivo.

Un autor, escribiendo de la Europa moderna, dijo, "El alcance de la influencia de la cocina francesa en el resto de Europa es una zona del futuro de la investigación". Ello requiere trabajos complejos que se apliquen a un análisis en profundidad. Aunque existen estudios específicos, pero aislados y locales, parece que ha llegado el momento de volver a preguntarse muchas cosas y construir una imagen *global* y sintetizada. Este es el objetivo de dichas Jornadas.

El Instituto Europeo de la Historia y Cultura de la Alimentación (IEHCA , Tours), apoyó en su día la candidatura de 'Gastronomic meal of the French' (la comida gastronómica de los franceses) para su inscripción en la *Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, creada por la UNESCO. Ha organizado varios eventos al respeto; últimamente unas Jornadas que se inscriben en el contexto de la investigación en curso de IEHCA en esta área, con el título "The French culinary model: dissemination, adaptation, transformation and opposition worldwide: 17th – 21st centuries" ("El modelo culinario francés: difusión, adaptacióny transformación del siglo 17 al 21″).

Su enfoque original se encuentra en tres líneas fundamentales de investigación.

En primer lugar, el término "culinaria" debe entenderse ahí en un sentido amplio. Aunque los métodos, productos y recetas forman su núcleo, hay lugar para la investigación sobre las representaciones gastronómicas, además de la comida y la bebida. El vino desempeña un papel particular, en vista de la importante contribución de la enología a la reputación del arte culinario francés.

La idea de la difusión debe entenderse no sólo en el sentido geográfico más amplio, sino también como un proceso que impregna a toda la sociedad.

Un tercer aspecto final de enfoque es el del largo período de tiempo que se considera: va desde el siglo XVII, cuando la cocina francesa profundamente alterada comenzó a interpretarse extensivamente en Europa (en particular mediante el emblemático Cuisinier français de La Varenne), hasta el día de hoy, cuando su posición 'hegemónica' parece estar bajo serias amenazas.

Parece pertinente hacer un examen de los medios por los cuales el modelo culinario se ha difundido. Además de las áreas que ya son familiares para nosotros -el consumo de los alimentos considerados como específicamente franceses o las normas de servicio y un arte de la mesa 'à la française'- el papel de la lengua francesa en las artes culinarias también debe ser examinado, tanto por la taxonomía de los platos y recetas como por los oficios o trabajos (garde-manger, saucier, entremétier). Ni que decir tiene que se debe prestar especial atención al éxito de los libros de cocina, o traducidos o en el original francés, por no hablar de las diversas guías y los premios, que reflejan la importancia del modelo francés en la forma de evaluarse los alimentos y la gastronomía.

También deben ser un objeto de estudio los aspectos que se basan en el conocimiento, las habilidades y la información, los cuales jugaron un papel destacado en la difusión del modelo culinario francés. Al principio vienen a la mente los 'chefs': los chefs franceses, por supuesto -cuya imagen y adecuada presencia tienen el mérito de poder ser investigados comparativamente-, sino también chefs extranjeros, formados en Francia, ya sea en el trabajo mismo o en las instituciones específicas, cocineros que pueden haber estado luego al servicio de altos mandos militares y políticos. De interés también son los viajeros o diplomáticos cuyos viajes al extranjero les dio la oportunidad de experimentar de primera mano la realidad y los principios de la cocina francesa. Más recientemente, los periodistas y escritores que han pasado tiempo en Francia han comunicado su entusiasmo cuando regresan a sus países de origen. En el mundo de habla inglesa, tenemos M.F.K. Fisher, traductor de Brillat -Savarin La Physiologie du goût , o los escritores de libros de cocina regional francesa, tales como Elizabeth David

y Julia Child, que cambiaron radicalmente el panorama culinario en sus respectivos países.

Por último, deben ser investigados los procesos reales de la difusión del modelo culinario francés.

Es preciso mirar de cerca los principales ejemplos de la adaptación y apropiación: ¿fue el modelo adoptado en forma idéntica, modificada (a veces hasta el punto de hibridación), criticado, posiblemente incluso rechazado? ¿Se contribuyó en algunos casos a la creación de algo nuevo? Tampoco se debe descuidar en estas Jornadas la competencia planteada por otros modelos.

El papel de Francia en la difusión de nuevos productos parece limitado (en comparación con los productos americanos en la Europa moderna, como el azúcar y las nuevas bebidas como el té, el chocolate y el café).

La defensa de ciertas costumbres y preferencias francesas ha creado un abismo cada vez mayor. También la aceptación del sabor de las especias en Europa del Este y en España se exponía a causar una verdadera reacción contra los franceses en materia de gastronomía. Esto es precisamente lo que ocurrió en Inglaterra, donde la aprobación o el rechazo del modelo culinario francés en el siglo XVIII redefinen perfiles sociales y oposiciones políticas, que ilustran la riqueza y complejidad de este campo de investigación.

LA DIFUSIÓN GASTRONOMÍA EN AMÉRICA

La gastronomía en Perú

En el libro del proyecto Perú 2021 escrito por varios autores peruanos y firmado por el Presidente Ollanta Humala de la que destaco:

En la última década, la gastronomía nacional experimentó un espectacular boom expresado en el rápido aumento y modernización de los establecimientos gastronómicos peruanos en el país y el extranjero; en el creciente reconocimiento por parte de la prensa especializada y los principales medios de comunicación nacionales y extranjeros; en la incursión de nuestra gastronomía en festivales internacionales; en el crecimiento exponencial de las publicaciones gastronómicas y en la explosión de la oferta académica en cocina y pastelería

> El libro Gastronomía Peruana hasta el 2021 pag 6 se enfatiza que de acuerdo al estudio Dimensiones del Aporte Económico y Social de la Gastronomía en el Perú, de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega, 2009), la cocina genera una cadena de valor estimada en más de S/.40 mil millones, equivalente al 11,2% del Producto Bruto Interno (PBI) proyectado para el 2009; es decir, casi el doble de la producción minera. (ProyectoPerú. 2021.MinisteriodeTurismodePerú.)

Cabe considerar que el impulso de la demanda interna, que ha reemplazado a las exportaciones como motor de la economía peruana en los últimos tres años, viene de actividades como la gastronomía que crean empleo y ponen dinero en el bolsillo de mucha gente. Son parte de esa clase media emergente de la que habla Arellano en el estudio de Apega, cuya punta de lanza es la gastronomía. Ciertamente es un motor del desarrollo desde abajo como lo diría Joseph Stiglitz, premio Nobel de economía

La manera como entendemos a la gastronomía peruana ahora tiene un aporte del pensamiento andino, donde se comparte a través del alimento una de sus formas de comprender el mundo, la palabra o todo aquel que le da "ser, vida, aumento y sustento" (Taylor 2000; 4 Citado por HINOSTROZA)

> Al respecto, una de las investigadoras de este patrimonio, Gloria Hinostroza afirma que los antiguos peruanos defendían la ecología y "consideran a los alimentos no como cosas, sino como seres que tenían emociones, que odiaban, que amaban. Tenían cuidado porque pensaban que una cosecha se alejaba porque el alimento había sido maltratado…". Bajo esta perspectiva se entiende la importancia de la alimentación en los andes peruanos producido y compartido por un trabajo basado en la organización del ayllu y animado con manifestaciones religiosas ceremoniales y festivas. De ahí que las danzas y la música eran parte de este sentimiento festivo. (HINOSTROZA G. 2008)

En la actualidad aún se puede encontrar centros administrativos y recintos para el almacenamiento y procesamiento de alimentos. Tales como Huanuco Pampa, Tarmatambo, Huaricolca, Huaritambo.

Si consideramos el pensamiento holístico e integral del mundo andino, se podría decir que la gastronomía peruana es también una disciplina amplia que si lo vemos desde el componente socio-cultural aportaría una inigualable riqueza de saberes y conocimientos en una cadena productiva que se inicia desde la planificación del trabajo en el tipo de sistema de trabajo, distribución y destino del producto, conservación, procesamiento y preparación de alimentos. Sin olvidar la cultura viva de la transmisión de conocimientos, festividades y rituales en torno a los alimentos.

El estudio de la gastronomía peruana y los esfuerzos para su declaración patrimonial debe aprovecharse para que a través de la enseñanza y gestión, sirva para el

fortalecimiento de la identidad cultural, el respeto a la interculturalidad y de incentivar proyectos de recuperación de tecnologías ancestrales. En países vecinos como Bolivia, los gobiernos locales –los municipios- trabajan junto con los programas del Estado en la recuperación de terrenos agrícolas y canales de riego que antiguamente fueron base de la subsistencia alimentaria de los tiahuanacos , recuperando además con este tipo de proyectos las tecnologías ancestrales, poniendo en valor a los campesinos locales quienes gracias a sus prácticas tradicionales han sabido guardar un legado cultural rico en aprendizaje y de sostenibilidad de producción agroecológica.

El aporte de la gastronomía peruana trasciende el aspecto económico e incide de manera gravitante en la revalorización de nuestra cultura. La cocina se ha convertido en un factor de reafirmación de nuestra identidad, de revaloración de comidas regionales y, sobre todo, de nuestros productos agropecuarios e hidrobiológicos.

Entre los peruanos crece el orgullo por la comida peruana. En suma, la gastronomía es hoy una de las pocas expresiones nacionales que no genera discusión ni antagonismos. Se puede decir que es un mecanismo de afirmación de la peruanidad en medio del proceso de internacionalización que vive el país.

DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMIA ECUATORIANA

En la paginas virtuales son la única información disponible sobre el tema La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por una gran variedad de sabores y aromas los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad. Esta cocina es una mezcla entre la tradición de sus antiguos pobladores y las culturas que con el paso de los tiempos han ido haciéndose un hueco en el territorio de este país.

> Son muchas las variedades de platos que nos encontramos recorriendo las cocinas de Ecuador. Así todo aquel que quiera conocer la cocina ecuatoriana se dejará; sucumbir por los excelentes sabores de sus mariscos acompañados de salsa de ají o los ricos pescados con coco, o las cazuelas de pescado. (RICHARDSON H: 2013 COSINA ORENSE PAG 106)

Los ecuatorianos son muy dados a comer muchos bollos de pescado, de yuca, de camote, además de deliciosos dulces como el de maní con miel o con harina de maíz.

Entre los productos más utilizados por los cocineros de este país se encuentran los frijoles, la patata y el maíz que son elementos primordiales en los menús diarios de los ecuatorianos.

Pero no sólo la gastronomía ecuatoriana se nutre de esos productos, sino que la carne de cerdo o de pavo también suelen ser platos típicos en sus fogones. Si lo que queremos es conocer en profundidad los platos típicos de esta tierra deberemos probar el delicioso aguado que es un caldo elaborado con bolas de plátano verde. Todas estas cualidades estarán los turistas extranjeros deseosos de compartir, pero la información no les llega.

Las empanadas de maíz, la guatita que es una especia de guiso hecho con viseras de vaca, los llampinchagos que son tortitas hechas con masa de patatas con queso y maní son algunos de los manjares que pueden catarse en Ecuador. Todo aquel que sea amante de platos fuertes deberá probar la fanesca que es una mezcla de diversos ingredientes entre los que se encuentran las lentejas, guisantes, frijoles y maíz.

Antes de pasar a mencionar la exquista cocina que puede degustarse en la zona costera de este país debemos hacer una parada para hablar de las diversas especias que

llevan todos los platos ecuatorianos ya que sus habitantes suelen condimentar sus comidas con cilantro, laurel, ají, canela, albahaca, orégano...

Si pasamos a disfrutar de la cocina de la costa nos encontraremos con un gran surtido de mariscos, mientras que en la zona de montaña el mote que es una especie de maíz blanco suele aparecer en todos sus menús como es el caso del cerdo al que se acompaña de dicho producto además de patatas, plátanos.

En lo referente a mariscos es el ceviche el producto estrella entre los pescados ecuatorianos, además de las reconocidas vieiras y camarones.

El ceviche de pescado está elaborado con gran cantidad de ingredientes entre los que se encuentran el pescado, cebolla roja, jugo de limón, tomates, cilantro, aceite, sal y pimienta. Para elaborar este delicioso plato, los ecuatorianos trocean el pescado y lo El auge de la gastronomía peruana y las labores emprendidas para ser reconocida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la diversidad de manifestaciones y elementos culturales que la enriquecen en sus ricos y variados potajes. Una labor posible por los esfuerzos de las investigaciones hoy publicadas en libros, revistas, manuales y fascículos coleccionables; contando sobre todo con la participación de los expertos cocineros para hacer posible este reconocimiento que hoy en día involucra no sólo el conocimiento, sino también a todos quienes se involucran en el sistema

> El escritor Carlos Gallardo enfatiza que el "Ecuador debe ser destino gastronómico". En relación a su libro Ecuador Culinario en el 2013, una obra con más de 600 recetas que dan cuenta de la riqueza gastronómica del país. En la mencionada obra se recopilan recetas tradicionales. El Rescate de los Sabores Tradicionales del Ecuador y la Porque es un derecho que tenemos los ecuatorianos a ofrecer nuestra propia comida a los turistas internos y externos. (GALLARDO C 2013 PAG 3)

Esto va más allá de elevar el sentido de pertenencia hacia nuestros productos y nuestra comida. Es un tema para levantar el turismo como una herramienta positiva y económica para los próximos 25 años del país. Nunca se ha colocado a nuestra gastronomía a nivel turístico. Ecuador quiere colocar los productos y la gastronomía ecuatoriana en un mantel de conciencia social y rescatar al conocimiento culinario popular. La idea es convertir a nuestra cocina en un patrimonio nacional y ojalá, al menos un plato, en patrimonio del mundo.

DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA DE LAS PARROQUIAS SUR ORIENTALES DEL CANTON LOJA

En la actualidad no se cuenta un programa de difusión del potencial gastronómico de las parroquias rurales del cantón Loja.

La única información existente se encuentra en las páginas virtuales del Municipio de Loja que se limita al simple hecho de enumerar varios de los platos típicos en el hecho concreto de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, por lo que respecta a las otras parroquias no se incluye información sobre su variedad astronómica.

En la página web del ministerio de turismo tampoco se menciona las bondades gastronómicas de este sector del cantón Loja.

f. METODOLOGÍA

DISEÑO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Dadas las características del trabajo de tesis, la forma de desarrollar las actividades, se definen por objetivos, las mismas que se dan en forma secuenciada y articulada entre sí.

Por la explicación anterior, la metodología a seguir se fundamenta en la matriz del **marco lógico** siguiente:

Resumen narrativo de objetivos	**Indicadores**	**Verificadores**	**Supuestos**
1. Explicar fundamentadamente sobre los programas de difusión de la gastronomía de las `parroquias sur-orientales del cantón Loja	Categorías y conceptos que fundamentan los programas de difusión de la gastronomía.	La revisión de literatura que fundamentan los programas de difusión de la gastronomía.	• Existencia de fuentes de consulta sobre la temática • Existencia de docentes asesores.
2. Establecer las características de la difusión de la gastronomía.	Existen experiencias internacionales que caracterizan a los programas de difusión gastronómica.	La revisión de literatura estructurada con descripciones de las principales características de los programas de difusión gastronómica.	Existencia de información al respecto. El proyecto de difusión gastronómica: Perú 2020, sirve de pauta para investigar y formular la

			propuesta
3. Determinar cómo se viene difundiendo la gastronomía en las parroquias surorientales del Cantón Loja	Identificación de información que da razón de las actuales acciones que se realiza para difundir la gastronomía en el sector en estudio.	La información extraída mediante encuestas será procesada, ubicada en cuadros gráficos, y desde lo cual se describirá las referidas acciones	Existen informantes de calidad que brindan la información necesaria para caracterizar la actual difusión de la gastronomía en el sector a investigar
4. Diseñar un modelo de programas para difundir la gastronomía.	Conjunto de estrategias y materiales para diseñar el modelo de difusión de la gastronomía.	Presentación del modelo de difusión de la gastronomía en las parroquias surorientales del Cantón Loja	Existencia de pautas metodológicas para formular el modelo de difusión de la gastronomía en las parroquias surorientales del Cantón Loja.
5. Validar un programa de difusión de la gastronomía	Sesiones de socialización con los representantes de las parroquias en estudio.	Acta de sugerencias, acuerdos y compromisos	Colaboración de los representantes.

Métodos de Investigación

En relación a la metodología que se empleará en este proyecto de investigación se establecerá la forma en la que actualmente se realiza los procesos de difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja por esta razón se utilizará

algunos métodos como: deductivo, inductivo analítico, sintético y estadístico descriptivo.

- **Método Deductivo.-** Permitirá enunciar **leyes de carácter general**, a las que se llegan partiendo del conjunto indudable y a través de proceso de deducción.
- **Método Inductivo.-** Este método se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos: el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación. Permite **obtener conclusiones generales a partir de antecedentes particulares.**
- **Método Analítico**.- Consiste en descomponer y distinguir los elementos de un todo y revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Descubrir los distintos elementos que componen la naturaleza o esencia del fenómeno u objeto investigado, las causas y los efectos.
- **Método Sintético.-** Tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos estudiados por el análisis. Integrar los elementos en una unidad nueva, en una comprensión total de la esencia de lo que ya se conoce en todos sus elementos y particularidades.
- **Método Estadístico Descriptivo.-** Este método la recolección de datos cuantificables, descripción, visualización y resumen de datos originados a partir de problema de estudio.

PROCEDIMIENTO

La información requerida para llevar a cabo la presente investigación se la obtendrá de autoridades de los diferentes estamentos como el municipio de Loja, el

Ministerio de turismo y los GAD de las parroquias sur orientales del cantón Loja y personas vinculadas con este ámbito, además se aplicará una entrevista a informantes de calidad que conocen sobre este ámbito para conocer de manera más cercana la realidad con relación a la difusión de la gastronomía.

Se hará la observación directa de las potencialidades gastronómicas utilizando una ficha de observación a los informantes de calidad vinculados a la difusión gastronómica se aplicarán encuestas cuestionarios previamente elaborados con la finalidad de obtener la información requerida para el proceso investigativo.

Así mismo se solicitará a estos estamentos información de cómo se están realizando actualmente los procesos de difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja.

En la misma línea de investigación, se hará un enfoque del marco teórico sobre la forma en que actualmente las diferentes instituciones realizan para la difusión de las potencialidades gastronómicas, por lo que basare en las leyes y la teoría universal existente para la difusión de la gastronomía, para así lograr establecer los actuales problemas en la difusión de gastronomía el sector sur oriental del cantón Loja. El método analítico, se lo aplicará en la investigación para analizar los problemas y priorizarlos de acuerdo a su necesidad de estudio Este método permitirá conocer más del objeto de estudio.

De igual forma se utilizará en el análisis e interpretación de las respuestas, para alcanzar ideas generales en el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de las evidencias; y la contrastación.

El método sintético en el presente estudio no solo se limitará a simple recolección y tabulación de datos, sino que permite describir el problema tal como se interpreta y con ello elaborar conclusiones.

El método estadístico, se lo aplicará en la ordenación y, representación gráfica de datos, los mismos que pueden ser resumidos numérica o gráficamente. Para el análisis e interpretación de acuerdo a la naturaleza de nuestro enfoque investigación se aplicará la estadística descriptiva.

Finalmente, a través del análisis y la síntesis se formularán las respectivas conclusiones y recomendaciones; al término del informe agregaremos anexos de los instrumentos a utilizar y propuesta alternativa.

SECUENCIA DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

En el objetivo uno.- La fundamentación del marco teórico se realizará mediante la consulta bibliográfica y en internet de los temas relacionados con el problema de estudio, luego se clasificara la información pertinente, con ello se procederá a redactar la revisión de literatura. Este proceso tendrá como base el marco teórico del presente proyecto.

En el objetivo dos.- Se establecerá la información que universal existen sobre programas de difusión de la gastronomía con respecto a la propuesta de estudio.

En el objetivo tres.- Se determinará la forma en la que las entidades enfocadas en este sector han venido difundiendo la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja.

En el objetivo cuatro.- Mediante la información investigada se logrará conocer la teoría científica existente para diseñar modelos de programas de difusión de la gastronomía lo que permitirá diseñar un modelo de programas para la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja.

En el objetivo quinto.- Se socializará el modelo de programas de difusión de la gastronomía con las autoridades de estas parroquias, directivos y técnicos de departamento de turismo del municipio de Loja, Ministerio de Turismo y los integrantes del sector gastronómico de las parroquias sur orientales del cantón Loja.

La Población y Muestra

Se trabajará con informantes de calidad integrados por: representantes de las diferentes instituciones públicas relacionadas con el fomento de la gastronomía, los dueños de medianos negocios gastronómicos y autoridades parroquiales.

SECTORES	**TOTAL**
Autoridades de Gobiernos Parroquiales	25
Dueños de medianos negocios gastronómicos	30
Director del departamento de turismo del Municipio de Loja	1
Director del Ministerio de turismo provincial	1
TOTAL	57

g. CRONOGRAMA

Meses / Actividades	ENERO AÑO 2014	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	…	OCTUBRE AÑO 2015	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Elaboración del Proyecto de investigación	⇨										
Presentación del Proyecto		⇨									
Revisión y corrección del proyecto		⇨									
Aprobación del proyecto			⇨								
Investigación de campo				⇨							
Análisis e interpretación de resultados					⇨						
Elaboración y diseño de propuesta						⇨	⇨				
Aprobación del informe									⇨		
Empastado de Tesis										⇨	
Sustentación y defensa de la investigación e incorporación final											⇨

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS HUMANOS

- Autora: Jessica León
- Director de Tesis
- Autoridades y funcionarios de los GAD de las parroquias sur Orientales del Cantón Loja Informantes claves vinculados al aspecto gastronómico

RECURSOS TECNOLÓGICOS

- Equipos de Informática:
- Computadora, Infocus
- Impresora
- Memoria USB
- Cámara
- Programas de Computación Word, Excel Power Point

PRESUPUESTO

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO. U (USD)	PRECIO TOTAL (USD)
Computadora	Horas	600	0.50	300,00
Flash memory	U	2	15	30,00
Impresiones	hojas	800	0, 05	40,00
Internet	Horas	100	0.50	50,00
Libros	U	6	50,00	300,00
Transporte	U	120	3,00	360,00
Imprevistos	-	-	-	300,00
TOTAL				**1.380,00**

FINANCIAMIENTO: Estará a cargo de recursos propios del Investigador.

i. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ANÓNIMO.Plan de Difusión Promoción Cultural Y Patrimonio, (2013) Municipio del Cusco. Cusco, Perú

- ✓ DUPREE,S.WINDER, D.(2013) The Synergos Institute. New York, Estados Unidos

- ✓ RICHARDSON,H.(2013). Cocina Orense. Quito, Ecuador

- ✓ RÍOS, M. (2008) Plan de Difusión y Capacitación de la Madera. Viceministerio de Comercio Exterior, Lima, Perú.
- ✓ ZAMORA, E. BÁEZ, L.(2010) Difusión y Promoción de Proyectos. Unidad Regional de Asistencia Técnica. San José, Costa .Rica.

LIBROS ONLINE

- ✓ ARMENDARIS,J.L(2011)Paraninfo Culinario. Editorial Paraninfo. *Madrid España* Recuperado de *books.google.com.ec/books?isbn=8497328191*
- ✓ GALLARDO,C.(2013). Ecuador Culinario. Publicado por la Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador. Recuperado de http://docs.universidadecotec.edu.ec/tareas/2013E/HTL222/alum/2009404326_4937_2013E_HTL222_Estrategias_de_promoci_n_de_la_cocina_o_comida_Ecuatoriana.pdf
- ✓ HINOSTROZA,G,(2008) Peruanos en su Punto. Instituto Nacional de Cultura; Gaceta Cultural del Perú. Lima, Perú.Recuperado de http://www.mcultura.gob.pe/documentosweb/c33f21060d2e664f5af5c231d046c21a/Gaceta_32.pdf
- ✓ ProyectoPerú.2021.MinisteriodeTurismodePerú.Recuperadodehttp://books.google.com.ec/books?id=w-WlSQAACAAJ&dq=proyecto+peru+2021+gastronomia&hl=

WEB-GRAFÍA

- ✓ http://cultura.iteso.mx/sobre/programa_difusion.html
- ✓ https://www.google.com.ec/#q=conceptos+de+gastronomia
- ✓ http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=8consultado el 20/10/13 hora 20:52
- ✓ http://fulvida.com/id-noajica/identidad/el-eterno-dilema-entre-comunicacion-y-difusion#sthash.9fmNgHFG.dpuf
- ✓ http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=303 consultado el20/10/13 21:00
- ✓ https://www.google.com.ec/search?q=www.diariovasco.com+GASTRONOMIA&ie=utf-8&oe=utf-8&rls=org.mozilla:es-ES:official&client=firefox-a&cha
- ✓ http://guiagastronomika.diariovasco.com/noticias/cocinas-mundo-201303051044.php

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, me encuentro realizando un trabajo investigativo a fin de obtener datos sobre la difusión de la gastronomía en las parroquias Sur Orientales del Cantón Loja; por lo que en forma muy comedida le solicito dar respuesta al siguiente cuestionario

Marcar con una x donde crea conveniente:

Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )

Edad……. años

Profesión/Ocupación…….

Nivel de instrucción……..

Sector de residencia……

1. **Usted cree que la gastronomía de las parroquias sur orientales de Loja, deben de ser difundidas.**

Si ( ) **No ( )**

¿Porqué?……
……
……

2 ¿Qué entiende usted por programas de difusión de la gastronomía?

……
……

3 Cree usted que se está promocionando los potenciales gastronómicos de las parroquias surorientales de Loja

Si ( ) **No ( )**

4 ¿Qué entiende usted por gastronomía?

……
……..

5 **Usted piensa que se debe mantener las tradiciones gastronómicas de las parroquias surorientales.**

……
……..

6 **Cree que usted qué se debe conocer y difundir las diferentes manifestaciones gastronómicas**.

Si ( ) No ( )

7 **Usted, está de acuerdo que se debe implementar un plan de programas de difusión de la gastronomía en las parroquias surorientales de las parroquias surorientales del cantón Loja.**

……
……

8 **¿Qué plato típico cree usted que debe representar a la gastronomía de las parroquias sur orientales?**

…….

9 **A través de qué medios cree usted que debería utilizarse la difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja**

Internet ( ) Televisión ( ) Periódico ( )

Revistas ( ) Radio ( )

GRACIAS

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA…… i

CERTIFICACIÓN…… ii

AUTORIA…… 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 (CASTELLANO E INGLES) SUMMARY…… 2

c. INTRODUCCIÓN…… 4

d. REVISIÓN DE LITERATURA…… 5

Difusión…… 5

Propósitos de la difusión..... 6

Medios…… 7

Televisión …… 7

Radio …… 7

Internet…… 7

Prensa…… 8

La revista…… 8

Gastronomía..…… 9

La gastronomía en el mundo…… 10

Difusión de la gastronomía de las parroquias sur orientales del cantón Loja…… 13

Vilcabamba…….. 14

Malacatos…… 14

Yangana…….. 14

Platos tradicionales de las parroquias sur orientales del cantón Loja…… 16

e. MATERIALES Y MÉTODOS …… 19

f. RESULTADOS……..... 21

g. DISCUSION……..... 36

h. CONCLUSIONES …….. 38

i. RECOMENDACIONES …….. 40

PROPUESTA ALTERNATIVA…… 42

j. BIBLIOGRAFIA…….. 66

k. ANEXOS…….. 68

a. TEMA……..... 69

b. PROBLEMÁTICA. ……..... 70

c. JUSTIFICACIÓN. ……. 73

d. OBJETIVOS. ……. 75

e. MARCO TEÓRICO. ……. 76

f. METODOLOGÍA……..,……..……... 91

g. CRONOGRAMA…….…….…..... 97

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO…… 98

i. BIBLIOGRAFÌA…….……. 99

ÍNDICE…….. 103