



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

``LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE
LOJA Y SU INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA
DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS``

AUTORA:

Lorena del Cisne Labanda Ordoñez

TESIS, PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

DIRECTOR DE TESIS:

Lic. Sybel Ontaneda.

LOJA-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Licdo.

Sybel Ontaneda,

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de investigación acción titulado, "LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS", realizado por la alumna – Licenciada Lorena del Cisne Labanda Ordóñez, ciudad de Loja, ha sido revisado oportunamente y cumple con los requisitos exigidos por la Institución; por tal motivo, autorizo su presentación para los fines reglamentarios.

Loja, junio del 2015.



.....
Liendo. Sybel Ontaneda

Director

AUTORÍA

Yo, Lorena del Cisne Labanda Ordóñez con número de cedula 110557146-5, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a su representantes jurídicos de posibles reclamos, de 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 y/o biblioteca virtual

Autor: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Firma:.....

Cedula: 110557146-5

Fecha: junio de 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo; **Lorena del Cisne Labanda Ordóñez**, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS”**. 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 contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 05 días de Junio del 2015, firma la autora.

Firma:

Autora: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Cédula: 1105571465

Correo electrónico: lorys_ran1518@hotmail.com

Dirección: Loja – Loja. Barrio: San Vicente Alto

Teléfono: 0969208918

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Lcdo. Sybel Ontaneda.

Tribunal de tesis:

Ing. Wilmer Merino Alberca, Mg. Sc.

Licda. Almudena López F., Mg. Sc.

Licda. Isabel Enrríquez Jaya Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

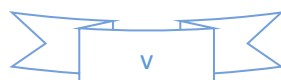
Al culminar el presente trabajo de investigación, dejo constancia de mi sincero reconocimiento y gratitud a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, como entidad formadora de profesionales en diferentes campos educativos y uno de ellos la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social.

A la Dra. Bélgica Aguilar, Coordinadora de la carrera en Ciencias de la Comunicación Social, y a todos los docentes de la institución en mención, quienes han aportado con sus valiosos conocimientos en el desarrollo del trabajo.

De manera especial al Licdo. Sybel Ontaneda docente asesor, por haber guiado, orientado y compartido acertadamente sus saberes, en el presente trabajo investigativo.

Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

AUTORA



DEDICATORIA:

EL presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios por ser el ser superior que todo lo permite, luego de manera especial a mis padres, familiares y amigos quienes con su empeño, sacrificio y cariño me brindan su apoyo incondicional.

De igual manera lo dedico a mis maestros y maestras, a mis compañeros y compañeras de la Universidad Nacional de Loja.

Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

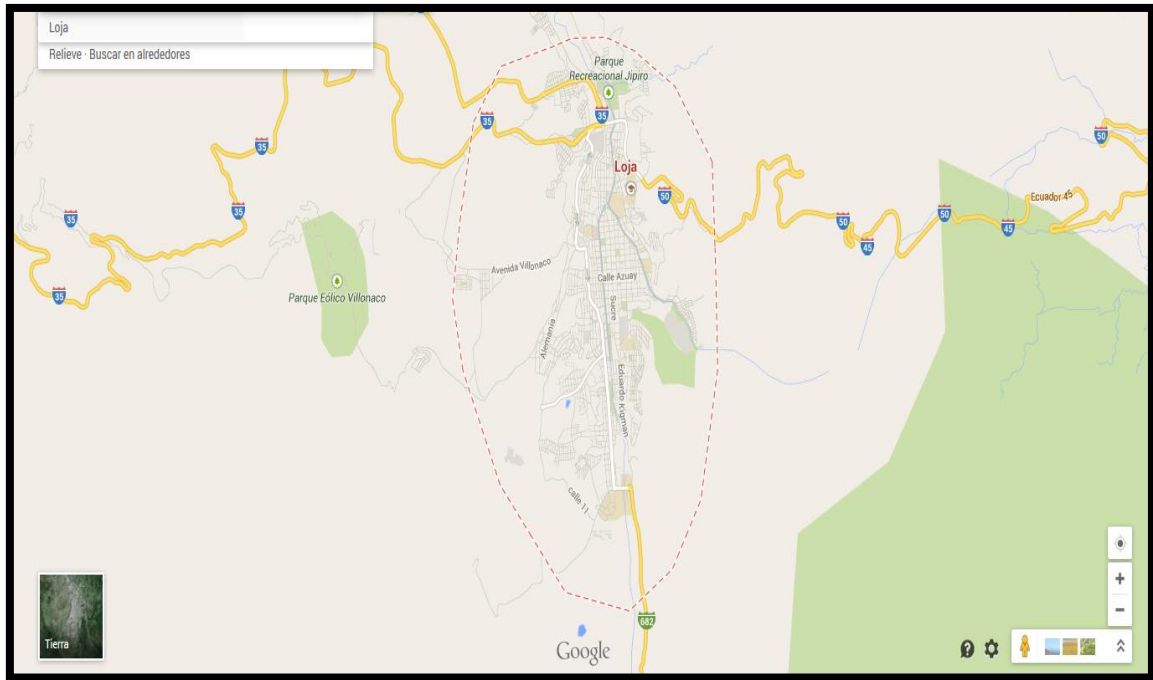
AUTORA

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
Biblioteca: Área de la Educación, Arte y la Comunicación											
Tipo de Documento	Autor / Nombre del Documento	Fuente	Fecha año	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS	NOTAS
				Nacional	Regional	Provincia	Cantón	Parroquias	Barrio Comunidad	DESAGREGACIONES	OBSERVACIONES
TESIS	Lorena del Cisne Labanda Ordóñez / "LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS."	UNL	2014	Ecuador	Zona 7	Loja	Loja	San Sebastián Sucre	San Sebastián Sucre	CD	Lic. Comunicación Social, mención Ciencias de la Comunicación Social

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

MAPA DE LOJA



Mapa de loja recuperado: <https://www.google.com.ec/maps/place/Loja/data>

CALLES DE LOJA



Mapa de las calles de Loja recuperado:
<https://www.google.com.ec/maps/place/Calle+Lourdes,+Loja>

ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
 - ii. CERTIFICACIÓN
 - iii. DECLARACIÓN
 - iv. AUTORÍA
 - v. AGRADECIMIENTO
 - vi. DEDICATORIA
 - vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
 - viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
 - ix. ESQUEMA DE CONTENIDOS
 - a. TÍTULO
 - b. RESUMEN EN CASTELLANO Y TRADUCIDO EN INGLÉS
 - c. INTRODUCCIÓN
 - d. REVISIÓN DE LITERATURA
 - e. MATERIALES Y MÉTODOS
 - f. RESULTADOS
 - g. DISCUSIÓN
 - h. CONCLUSIONES
 - i. RECOMENDACIONES
 - j. BIBLIOGRAFÍA
 - k. ANEXOS
- PROYECTO
- ÍNDICE

a. TEMA

**“LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU
INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE
EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS”.**

b. RESUMEN

La falta de difusión de programas de expresión artística nativa de la música en los medios audiovisuales de la ciudad de Loja, hace que la juventud lojana desconozca en gran parte de las raíces musicales. Este trabajo fue realizado en la ciudad de Loja, cuyos objetivos estaban orientados a realizar un análisis de la situación real de los medios audiovisuales de la urbe lojana, además de identificar como coadyuvan a la difusión de los programas y proyectos que tiene la expresión musical nativa de nuestra ciudad, hacia la comunidad y determinar la efectividad de la comunicación que actualmente utiliza con sus públicos, analizar la participación y vinculación de los jóvenes en los programas, proyectos y propuestas de los medios para difundir nuestra música; reconocer las expectativas de los jóvenes; que le permitan a los medios un posicionamiento y reconocimiento en el medio; elaborar una propuesta encaminada a fortalecer nuestra música; en procura de que en el mismo se genere la expectativa y se la difunda oportunamente y de esta manera tengan informada a la juventud lojana y que conozcan sobre la cultura musical de nuestra ciudad. Con el propósito de obtener la información requerida para el cumplimiento de los objetivos se realizaron varias encuestas a los ciudadanos de la ciudad, así como a los gerentes de UV. Televisión y Ecotel TV., dicha información se la analizó y se procedió a realizar la interpretación estadística, correspondiente. La población o universo que se tomó en cuenta para la realización de la presente investigación fueron los 214 mil habitantes del cantón Loja, la muestra estuvo representada por cada uno de los ciudadanos lojanos tanto en área urbana como rural. Con la información recopilada se llegó a las conclusiones siguientes basadas en sus resultados tales como: la determinación de que 87% no conocen nada sobre programas nativos musicales que se transmitan en los canales de televisión local y un 12% sí y el 1% un nada, con ello nos hemos propuesto a desarrollar un programa para tratar de solucionar el problema de esta investigación que es la falta de programas musicales nativos de nuestra ciudad.

Palabras claves: canales, comunicación, lojanos, música, programas.

SUMMARY

The lack of native broadcasting of artistic expression of music in the media of the city of Loja, Loja makes youth largely unknown musical roots. This work was conducted in the city of Loja, whose objectives were oriented to an analysis of the real situation of the audiovisual media of Loja city, and identify and contribute to the spread of programs and projects that the native musical expression of our city, to the community and determine the effectiveness of communication currently used with their audiences, analyze the participation and involvement of young people in programs, projects and proposals of the media to spread our music; recognize the concerns of young people; that allow the media positioning and recognition in the environment; develop a proposal to strengthen our music; in pursuit of that same expectation it is generated and the spread timely and thus have informed the lojana youth and who know about the musical culture of our city. In order to obtain the information required for the fulfillment of the objectives several surveys the citizens of the city were made and UV managers. Television and TV Ecotel., That information is analyzed it and proceeded to statistics, corresponding interpretation. The population or universe that was taken into account for the realization of this research were 214 thousand inhabitants of Canton Loja, the sample was represented by each lojano citizens both urban and rural areas. With the information gathered it was reached the following conclusions based on results such as determining that 87% do not know anything about music native programs that are transmitted on local television channels and 12% yes and 1% a nothing thereby we intend to develop a program to try to solve the problem of this research is the lack of native music programs in our city.

Keywords: channel, communication, Loja, music, programs.

c. INTRODUCCIÓN

Desde siempre las formas de expresión musical nativas forman parte de cada ciudad, región y país, una costumbre que identifica a cada lugar o población, esto ayuda a que las personas nos hermanemos con la música o tradición de su ambiente natural.

Los medios de comunicación audiovisuales, públicos o privados poco o casi nada se preocupan por transmitir a sus usuarios y población local, una visión integral de lo que es la expresión de nuestra música nativa, de su desarrollo, historia, cultura, misión, etc. y esto presentaba algunos inconvenientes, puesto que la institución no se proyectaba hacia el exterior. Ahora, todos los medios de comunicación buscan, además de colocar sus servicios, crear una imagen integral que pueda ser transmitida a su público meta y al público en general, además de ser transmitida también hacia los usuarios y toda la gente que en ella labora.

La falta de difusión de programas de expresión artística nativa de la música en los medios audiovisuales de la ciudad de Loja hace que la juventud lojana desconozca en gran parte de las raíces musicales, impidiendo que los jóvenes que aman o poseen el don por esta melodía desconozcan sus raíces y no tengan apoyo de ninguna institución para difundir su arte cultural ‘‘La Música’’.

En este trabajo se busca dar a conocer lo que es la música nativa de nuestra ciudad, cómo se lleva a cabo en la actualidad, que es lo que pretendemos, a través de programas de difusión, promoción y posicionamiento de nuestra música nativa. Con ello se planteó los siguientes objetivos: objetivo general, determinar la incidencia de los medios audiovisuales de la ciudad de Loja en el conocimiento de la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas. Objetivos específicos, Identificar los programas de los medios audiovisuales de Loja, explicar cómo influye el medio

audiovisual en los jóvenes y como se adaptan a sus programas que presenta cada uno de los medios locales de la ciudad de Loja, elaborar y diseñar una propuesta alternativa de un programa de las formas de expresión artística nativa de la música para que los medios audiovisuales transmitan, tengan informado a la juventud lojana y que conozcan sobre la cultura musical de nuestra ciudad, para llegar a tener un amplio conocimiento de todo lo que hemos realizado, y así poder dar soluciones a las problemáticas de este tema propuesto.

A través de la propuesta alternativa que se planteó en esta investigación se espera que servirá como base para una buena proyección y permanencia de nuestra música. También se busca exponer cómo los medios de comunicación social de Loja, no han considerado, que estos programas sean prioridad para el ranking de sintonía, sino que han pensado siempre su economía dejando de lado a los usuarios que gustan de este género musical.

Dentro de la revisión literaria se hace un enfoque explicativo de los medios de comunicación con amplios contenidos y dando respuesta a las incógnitas presentadas así como también se explica lo que son las formas de expresión musical, con conceptos bien definidos y elaborando respuestas determinadas dentro de este trabajo de investigación.

Seguidamente se procede a ser referencia a la metodología utilizada en la cual se establece la forma, las técnicas y métodos utilizados dentro de la investigación dándole un enfoque cualitativo e instrumentos cuantitativos. Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a los directivos de UV-Televisión y ECOTEL-TV, y una encuesta a los jóvenes de la ciudad de Loja.

Posteriormente procedimos a realizar un análisis y discusión de los resultados obtenidos en el proceso investigativo, se procede luego a realizar la verificación de los objetivos propuestos, para luego con toda esta información realizar un compendio de todo a través de las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

d. REVISIÓN LITERARIA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL

Cuando nos referimos a los medios, aludimos a los espacios de comunicación de masas que propagan mensajes a grandes públicos: prensa, cine, radio y televisión. Los medios de comunicación implican audiencias y éstas, a su vez, recursos técnicos para recibir los mensajes a través de aquellos instrumentos de propagación masiva. (Delarbre, 2015, p.5)

En la actualidad, los dos medios de comunicación más consumidos son sin duda alguna internet y la televisión. Esto tiene que ver con el hecho de que los mismos permiten el uso de una diversa gama de recursos audiovisuales que atraen la atención mucho más fácil del consumidor. Por otro lado, son mucho más accesibles en términos económicos. Finalmente, en el caso de internet, debemos sumar también un detalle importante y significativo que es la inmediatez con la que llega el mensaje al destinatario, pudiéndose enviar un e-mail y recibirlo al instante, pudiéndose también leer noticias actualizadas a último momento en un sitio de noticias de internet o pudiéndose escuchar o conseguir material audiovisual en el instante en que es publicado. (Germán Rey, 2014, p.9)

Dentro de la revisión de literatura se hace una referencia a los medios de comunicación y las formas de expresión musical y por ende se han señalado criterios específicos para dar un mejor entendimiento a la misma.

Las formas de expresión según Jakobson, (2010). ``Son vivencias significativas y su residuo memorístico también juega un papel fundamental en la expresión y esta se convierte en comunicación cuando las barreras que separan una

conciencia de la otra están más o menos superadas y permiten la transmisión de ideas, sentimientos, deseos de uno o varios sujetos a otros u otros``. (p.12)

A partir de los conceptos de comunicación y formas de expresión musical se pretende dar a explicar a cerca del tema investigado para dejar claro las interrogantes presentadas en esta investigación.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Pierre Bourdieu, (2008, p, 7) señala que esto de los medios de comunicación es como un juego de espejos en el cual cada medio debe observar al resto para saber qué temas tiene que tocar, que noticias difundir.

Los medios de comunicación son una manera de hacer referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación entre personas o de la sociedad.

Estos medios de comunicación son de constante evolución, las primeras formas de comunicarnos en años atrás fueron la de los signos, luego con el paso del tiempo surgieron grandes innovaciones hasta contar ahora con la tecnología de la comunicación que es radio, prensa y televisión.

El propósito de estos medios es de comunicar, de informar, educar, entretener, formar, enseñar, controlar, transmitir una excelente información, entre otras cosas más que pueden hacer estos medios.

FORMAS POSITIVAS Y NEGATIVAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según, Nazareth, (2014), existen en los medios de comunicación dos formas, positivas y negativas.

FORMA POSITIVA: son características de los medios de comunicación que la información llegue a los diferentes lugares del mundo, en forma inmediata. Además de mantener en constancia permanencia unida las relaciones personales, ofrecen información, cultura y recreación, comunican con otras culturas, creencias, conocimientos, entre otros y son excelentes medios para desarrollar programas de cultura y educación

FORMAS NEGATIVA: estas características recaen en la manipulación de la información que a diario se quiere transmitir en los diferentes medios, a más de ser intereses de los mismos dueños de los medios de comunicación, presentan algunos programas con poco o ningún contenido educativo, presentación de novelas cuyos dramas y escenas violentas no dejan enseñanzas o mensajes positivos a la sociedad, transmisión de programas que distorsionan los valores atentando así contra la paz y el bienestar social.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

Los medios de comunicación audiovisuales, para Marqués, (2012), es un lenguaje audiovisual y un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) integrado por un conjunto de símbolos y con unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas.

Los medios audiovisuales han evolucionado desde muchos años atrás con la finalidad de ser mejores y poder mejorar su tecnología y así poder tener más acogida de los televidentes brindando una buena calidad de información y sobre todo ayudando a entender lo que se quiere informar.

Nunca se ha precisado un solo concepto de los medios de comunicación audiovisuales porque cada vez se abordan nuevos y con mayor fuerza. Por lo que se han visto obligados a ser educativos y a informar de una manera adecuada y cada día mejor sin dejar de lado todos los instrumentos importantes de una buena información.

Cabero, (1994), en su libro nos comenta como en la década de los cincuenta, se presentó la televisión ante la sociedad y cómo ha evolucionado hasta la actualidad:

En la década de los cincuenta la televisión se presentó ante la sociedad en general, y ante los profesores en particular, como un medio que podría resolver muchos de los problemas educativos que se estaban planteando: necesidad de extender la educación al mayor número de alumnos como consecuencia del aumento de la población infantil, (...), falta de cualificación del profesorado en determinadas áreas de contenidos, falta de materiales educativos, la demanda de profesorado, los estilos de gobierno democrático que empiezan a introducirse en diferentes países que perciben a la educación como un bien social generalizable a toda la población y la necesidad de potencial los niveles culturales en las zonas rurales.(p, 35)

De acuerdo a serios análisis en la actualidad los programas de televisión ya no llaman mucho la atención a la juventud, por lo que se dedican a explorar nuevas tecnologías en las redes sociales y así buscar otro pasatiempo en sus vidas y dejar de lado al politiquero de siempre al verlo en televisión. Además de ver lo mismo de

siempre y no tener que ver cosas nuevas como nuevos programas que eduquen y sobretodo que llamen la atención a toda una sociedad.

La tecnología de la televisión y los demás medios han evolucionado con un auge muy alto y a la vez con ventajas y desventajas en el mundo de la comunicación, lo que ha permitido llevar a un alto grado de información y de desinformación en los jóvenes, la internet se ha convertido en su aliado para la comunicación y han dejado de lado la información como noticias y programas educativos, Montagu, (2009, p.29) nos explica cómo ha evolucionado los procesos de la virtualización y como estos están acabando con la comunicación en los jóvenes:

Los procesos de virtualización pueden ser considerados o bien en relación a la operatividad de los sistemas de edición de textos, sistemas CAD y sistemas de visualización 3D, tratamiento de imágenes y animación, (.....). A su vez la posibilidad de construir “aulas virtuales” aumenta el nivel de complejidad pero permite sumar “diversidades creativas” producto de otras culturas y otros escenarios, lo que constituye uno de los desafíos de la actual globalización de la cultura.

Se debe tomar muy en cuenta los cambios que ha hecho la tecnología para no dejarnos acabar con ello, saberla utilizar y manejar es algo que debemos aprender mas no utilizarla como un pasatiempo que no nos conduce a nada, dedicarnos y darle tiempo a las cosas q nos gustan hacer es bueno para no abatirnos con los problemas, la información es buena cuando la sabemos aprovechar.

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Definición: La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta. En otras

palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado. Generalmente, la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación (Martínez & Nosnik. 2008)

Dentro de ellos existen medios de comunicación audiovisuales que son: el cine, la radio y la televisión.

TELEVISIÓN: La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento. (Fernández, 2008)

Durante años la evolución de la televisión ha sido uno de los mejores instrumentos en la comunicación y el que ha tenido una mayor acogida de la sociedad que expresa un conjunto de relaciones que transmiten información constante:

La televisión es una institución comunicacional más que un medio. Expresa un conjunto de relaciones que trascienden la tarea de la información o el pasatiempo, por lo mismo su carácter e historia no se explica únicamente por su impacto cultural, sino también por su vínculo político y económico con la modernización.(...) Desde su nacimiento diversas concepciones han intentado atrapar en un conjunto sistemático de ideas el rol social, la función, la estructura, el régimen económico, la innovación tecnológica del proceso televisivo, sin embargo pocas interpretaciones han intentado unirla con un régimen escópico donde confluyen vida cotidiana y visualidad. (Swears, 2009, p.1.)

Dentro de los medios audiovisuales la televisión aporta más en la sociedad ya que es uno de los más vistos por sus imágenes y porque aportan a un mejor entendimiento de lo que se va informando a la sociedad.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES PRIVADOS, PÚBLICOS Y COMUNITARIOS

Los medios de comunicación tanto privados, públicos y comunitarios tienen el deber de informar con veracidad, claridad y exactitud, a toda una sociedad que necesita una información para conocer lo que sucede en su ciudad, comunidad, provincia y el mundo entero.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

Según, Sánchez & Tabernero (2008), intereses económicos, políticos y sociales, los multimedia son utilizados para la consecución de objetivos que trascienden la comunicación objetiva. Como forma de contrarrestar esta subordinación a intereses privados, han surgido redes de información autodenominados "independientes", colectivos sin fines de lucro y basados en voluntarios. Entre los más conocidos se encuentra Indymedia. Donde los jefes o dueños de los medios de comunicación deciden qué hacer con sus televisoras y cómo manejarlos.

Los dueños de medios de comunicación privados miran sus intereses y el alza de sus bienes económicos para el fortalecimiento de su medio que se les hace muy fácil:

Es fácil cuantificar el incremento del consumo de información y entretenimiento: los espectadores dedican ya más de tres horas y media diarias a ver la televisión;(....),

generalistas y especializadas, lineales e interactivas, y de carácter local, nacional o internacional; también han surgido nuevos soportes para distribuir contenidos como Internet o los teléfonos móviles.

Todos debemos hacer el bien a los demás, y que mejor manera de llevar una buena información y no con el propósito solo de generar más bienes económicos y entregar una mala información.

Dentro de los medios de comunicación privados se debe tomar en cuenta que estos solo tienen fines lucrativos para su propia empresa ellos no comparten sus intereses financieros con otras organizaciones o con otros medios de comunicación de otros países o del mismo país.

Sánchez & Taberner (2008) en su libro expresa, sobre los grupos de comunicación que quieren y tratan de hacer en la sociedad:

En este contexto de cambio, impulsado sobre todo por los grupos de comunicación de capital privado, han aumentado las voces que critican la evolución de los medios: proliferan las informaciones superficiales; los contenidos de entretenimiento se deterioran (...), la bolsa acentúa el empeño de los empresarios por mejorar sus resultados a corto plazo; y los periodistas, guionistas y –en general- la parte creativa de las empresas pierde protagonismo frente a los gestores y directores financieros.

Los medios privados se preocupan por crecer su bolsa financiera sin darse cuenta de lo que pueden transmitir a una sociedad, pero siempre y cuando este regido a la ley de cada país, porque si no serán sancionados y posiblemente con el riesgo de que su medios de comunicación sea clausurado hasta que el dueño arregle su procedimiento.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Los medios de comunicación públicos son los que ayudan a mantener vivos a un estado y a una sociedad porque están a manos de quienes quieren transmitir una buena información a la sociedad y transmitir una información de calidad que eduque y enseñe a la ciudadanía.

Según Fiol (2010, pág2, p7) nos comenta como fueron subsidiados los servicios públicos como la radio y televisión:

Al mismo tiempo, la filosofía liberalizadora y su activa implementación por parte del FMI, el Banco Mundial y la Organización Internacional del Comercio, forzó a los gobiernos a través de “condiciones”(…), Los servicios públicos de radio y televisión –tradicionalmente muy subsidiados– están entre las primeras víctimas de los recortes presupuestarios. La presión por ser competitivos comercializa los servicios públicos y las ganancias pesan más que la promoción de la ciudadanía.

Servicios que nunca se le deben negar a una sociedad un servicio público es una herramienta para defender sus derechos e intereses bien definidos, mas no tomarlo como un arma para abatir a la gente y callarlos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Para Freire, & Kaplún, (2014), Un medio de comunicación comunitario es aquel que no tiene esfuerzo de lucro y su finalidad principal es mejorar la sociedad de la comunidad a la que pertenece. Esta comunicación comunitaria también se le denomina alternativa, participativa, horizontal, dialógica, popular y radical.

Estos medios principalmente la radio, televisión y la prensa escrita forman el llamado del tercer sector, siendo los medios de comunicación públicos el Primer Sector, y los privados, el Segundo Sector.

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos que cumplen las siguientes características: informar a su comunidad a la que pertenecen, tratar los temas de mayor importancia en su sociedad entre otros puntos principales como los que se detallan:

- Su gestión y funcionamiento lo lleva a cabo un colectivo ciudadano.
- No existe reparto de beneficios de ningún tipo, y la financiación se destina íntegramente al proyecto.
- La gestión de estos medios de comunicación se realiza de forma participativa y horizontal, sin estructuras jerárquicas en la toma de decisiones.
- Tienen como objetivos profundizar en la democracia, transformar los procesos sociales y hablar de lo que otros medios no hablan.
- Estos medios no realizan proselitismo religioso ni partidista.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES NACIONALES

La televisión llegó al Ecuador a finales de los años 50 gracias a una casualidad: en 1959 un ingeniero de apellido Hartwell, encontró un transmisor de televisión abandonado en las bodegas de la General Electric en Siracuse – New York, en su casa empezó a repararlo y una vez que lo hizo funcionar, resolvió su donación a la emisora de radio HCJB que ya transmitía desde los años 30 en la ciudad de Quito. (SUPERTEL, 2014)

En los años cincuenta el Ecuador empezó a utilizar la tecnología con los primeros equipamientos de una televisora reconocida actualmente como RTS. La

televisión en el país nace con la producción de Linda Zambrano de Rosenabum y su esposo Michael Rosenbaum que fueron los pioneros en estos negocios.

Hablar de la Televisión en Ecuador nos tenemos que remontar 50 años, y preguntarse, quien tuvo el idea de tener la empresa televisora y hasta del primer televisor, esta industria a lo largo de la historia se convierte en la más grande fuente de ingresos, rentable y seguras, empresas del país, ya que las grandes cantidades de dinero que en ella mueven e invierten son inimaginables en cuanto a lo económico se refiere, tienen constante movimiento al marketing mundial, constituyéndose en poder, influyendo en el destino de la Nación.

Es así que la televisión entra a formar parte de la impresionante red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, actualmente se encuentran al aire más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales compitiendo con el mundo globalizado, a esto se suma la televisión por cable que suman más 160.000 suscriptores en todo el país.

La televisión en el Ecuador crece a ritmo vertiginoso, manteniendo la lucidez y capacidad de ofrecer al público entretenimiento, información con credibilidad, veracidad, educación.

El líder de la estación televisiva y el líder del canal de televisión más grande del Ecuador Ecuavisa, es la empresa que posee señal internacional empezó a transmitir desde el emblemático cerro del Carmen en Guayaquil un miércoles 1 de marzo de 1967, con esto la llegada de los nuevos avances en la tecnología de los medios de comunicación, y es en la década de los setenta en donde capta la atención

de un proporcionable cantidad de público, y ahora en señal DIRECTV para todo el país, toda América Latina y Europa.

El estudio sobre usos y preferencias de medios de información en sectores populares de Ecuador, realizado en 1989 por CIESPAL, informa de la costumbre socializada al ver televisión, pues su sintonía se produce dentro de espacios familiares o comunitarios, lo que determina la existencia de relaciones sociales específicas dadas por y en torno al medio, se muestra también que la necesidad de los campesinos de insertarse en el mundo hace que sean las noticias nacionales como mediación con el ámbito más inmediato las que se prefieran más, en áreas rurales respecto a sectores urbanos.

Alfonso Espinosa de los Monteros, Director Nacional de Noticias de Ecuavisa, indica en cuanto al origen de la televisión en Ecuador que la existencia de medios de comunicación privados responde a la necesidad social de proveer contenidos informativos y de entretenimiento en un ambiente de libre competencia, las necesidades de programación en la televisión privada son resueltas en base a los recursos que se pueden disponer del mercado publicitario, relación que se refleja cuantitativamente en el número de programas al aire y cualitativamente en los criterios que se aplican para definir los horarios de difusión según el resultado de sintonía, los servicios informativos van ganando más sintonía y, consecuentemente, más mercado, en el caso de Ecuador, la tarifa más alta de publicidad se paga en los noticieros de televisión; la competencia abierta de la televisión privada ha generado un resultado muy positivo para el público, puesto que encuentra siempre la alternativa de escoger lo que desea ver, lo que ha producido cierta educación, del televidente, para volverse más exigente cada vez.

Del panorama que este abandono ha tenido sobre la diversidad cultural y el impacto de los medios en la configuración de sociedades al margen de los individuos y los colectivos ha dado buena cuenta la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información celebrada en dos fases: Ginebra (2003) y Túnez (2005). (Eyzaguirre, 2009 – pág2, p3)

CADENAS Y CANALES

Hay diez privados (Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Canal Uno, Telerama, RTU, Radio y Televisión Unidas, UCSG Televisión, Latele, Canela TV y Oromar Televisión) y tres canales operados por el estado (TC Televisión, Gama TV y Ecuador TV) disponibles en todo el país. También existe una amplia gama de canales regionales y locales, algunos de carácter estatal y otros privados y comunitarios.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES LOCALES

Uno de los fines de la televisión local, que también se espera que ocurra en la región sur de Ecuador, es que genere contenidos propios en función de su identidad social y cultural. Los programas serían propuestos y realizados por ciudadanos, colectivos o asociaciones en el marco del respeto a los derechos humanos y principios éticos de la comunicación. El potencial político, creativo e industrial de la televisión estaría en comunicar para ciudadanos y no para consumidores. (Chaparro, 2002)

Canal 4, hoy UV Televisión, realiza la primera emisión de televisión en la ciudad de Loja, en 1968. El contexto económico-político en que nace es de bipolaridad entre grupos de poder de Guayaquil y Quito que tenían fuerte incidencia en el marco regulatorio de país. El impulso inicial lo dio Presley Norton quien pensó

se podía crear un canal de TV-Local en Loja como parte de una red nacional. El propósito fue alejarse del concepto de repetidora para públicos periféricos. El Sr. Norton conoció a Walter Jaramillo Zarye, entonces locutor de radio en Guayaquil, y le propuso iniciar el proyecto de un canal de televisión en Loja. La propuesta de Norton incluía básicamente la provisión de contenidos a una cadena nacional de canales locales.

UV- Televisión: nunca operó como parte de una red de canales locales, funcionó de manera autónoma. Suspendió su emisión en 1978 afectada por la falta de recursos económicos para incorporar las actualizaciones tecnológicas. No podía filmar y procesar en el mismo día para tener un informativo. Dependía del mercado local y se enfrentó a la presencia de canales nacionales que instalaron repetidoras con el apoyo del Municipio de Loja. El público prefería una televisión de mayor calidad técnica y a color. El cierre duró hasta 1988 en que las condiciones técnicas y de formación del recurso humano cambiaron.

Un elemento interesante en la trayectoria de UV-Televisión es que pertenece a la Asociación de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados (CCREA) desde su fundación, lo que hace evidente su tendencia hacia la creación de contenidos locales y el intercambio con otras estaciones similares.

UV Televisión: es un canal regional de televisión ecuatoriano, creado en 1994. Inició transmisiones en 1984, con 18 horas diarias semanales de programación. Fue el undécimo canal regional del país, después de Telecosta creado en 1972, Telecuenca creado en 1975, Teletrece (luego Canal Ecuador Canal 40, hoy Canal Uno Internacional) creado en 1979, Manavisión creado en 1984, Ambavisión creado

en 1988, Asomavisión creado en 1993, Telesucesos creado en 1994, Expovisión (hoy Caravana Televisión) creado en 1994, Unimax Televisión creado en 1994, OK Televisión creado en 1994. El canal cubre las provincias de Loja y Zamora Chinchipe. Emite 18 horas diarias de programación, la mayor parte de ella educativa y cultural. Transmite desde la ciudad de Loja.

Amparado en la Ley de Telecomunicaciones, nace el Canal Lojano en el año de 1968 con el nombre de Canal 4, Ciudad de Loja, con transmisiones en blanco y negro, siendo parte de una red nacional de canales locales, cuya matriz fue Canal 4 de Guayaquil.

A partir del 1994 pasó a denominarse UV Televisión y desde entonces, incrementó sus emisiones diarias a color como sus programaciones informativas. En el año de 1995, se inicia la reingeniería de esta empresa televisiva, con la implementación de varios informativos locales, programas deportivos y musicales. UV Televisión posee los derechos de exclusividad del Campeonato de Segunda Categoría de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Loja (AFNAL). (Egas, 2014)

ECOTEL: TV comenzó con emisiones de prueba en febrero de 1997. La inauguración del canal se realizó el 10 de mayo de 1997, la programación de arranque fueron 8 espacios en vivo, 4 de ellos fueron noticieros. Además es una estación de propiedad privada y de servicio público. Hay un sentido de apropiación en la medida de identificarlo como vía para la solución de problemas comunitarios. Los ciudadanos dan validez e influencia a la estación en la comunidad al hacer públicas sus necesidades por su intermedio. Convocan su participación como un derecho que les asiste.

ECOTEL TV: un canal dirigido por su gerente propietario Ramiro Cueva transmite información de toda la provincia de Loja, nacional e internacional tiene una gran acogida por los televidentes lojanos. (Egas, 2014)

Ambos canales locales de la ciudad de Loja cuentan con una programación muy bien definida, que transmiten a la ciudadanía lojana.

FORMAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS NATIVAS DE LA MÚSICA

Para León, (2014), la expresión musical es el arte de organizar una combinación coherente de sonidos y silencios utilizando los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo, mediante la intervención de complejos procesos psico - anímicos.

Las formas de expresión musical se han constituido en uno más de los diferentes ámbitos culturales de una sociedad, donde los niños, jóvenes, adolescentes y adultos tienen inclinación por las artes musicales de su nacionalidad o ciudad a la cual pertenecen.

Las formas de expresión musical nativas, son una forma de expresar los sentimientos que sienten los jóvenes en su diario vivir, no se necesita que sean respuestas prefabricadas y que surjan nuevos acontecimientos musicales para darnos cuenta de cuanto es importante hacer música.

No pueden existir respuestas prefabricadas a las preguntas que surgen en la ejecución de la música temprana. El problema en sí sólo se ha planteado a partir del último siglo y medio, dado que hasta los primeros años del siglo XIX ningún músico estaba interesado en nada que no fuera música nueva, es decir, música escrita durante los cuarenta o cincuenta

años anteriores. Los manuscritos y libros impresos antiguos eran algo para anticuarios, historiadores y "snobs" musicales: los instrumentos musicales antiguos, a menos que fueran violines, eran tan sólo pasados de moda y carentes de interés y la idea de incluir, así fuera una única pieza de música antigua en un programa de concierto, hubiera sido considerada fuera de moda y excéntrica. (Dart & Berdonés, 2011, pág1)

En los años atrás, las formas de expresión se constituyeron como un símbolo, una costumbre que identificaba a la ciudadanía o a la sociedad a la cual pertenecían. Expresando sus propias culturas y sobretodo su identificación en cada nación, pueblo o región del mundo.

“En el arte prehispánico los artistas expresaron sus propias culturas, sus maneras de vivir, de humanizar su mundo, y crearon obras de arte que son expresión de sus conciencias, de su vida, de su visión del mundo, físico, humano y divino”. (Fernández & Justino, 2009)

En la historia siempre los antepasados tomaban en cuenta todo lo de sus comunidades para tener presente lo que se celebraba cada año y así recordar a sus dioses. Por eso las formas de expresión musical de notan naturaleza originalidad y sobre todo el volver a vivir y luchar por su lugar de nacimiento.

En este fragmento recordaremos un poco sobre las formas de expresión musical de una comunidad, región o país.

En la mayoría del arte prehispánico se puede ver la realización en conjunto de los objetos, ya sea por diferentes trazos, o por el hecho de que alguien debía encargarse a producir los materiales con los que se fuera a construir el objeto, o bien porque alguien debía organizar a todos los trabajadores, al igual que muchos otros oficios, el del artista o el del artesano tenía una organización y una obligación con su sociedad a la que pertenecía”. (Fernández & Justino, 2009)

Existen muchas clases y formas de expresarse, y la expresión artística musical es de alguna forma una respuesta a la necesidad de comunicar o expresar una idea o concepto con el resto del mundo, más allá de la respuesta, reinterpretación, repercusión que tenga o hagan los múltiples receptores de cualquier forma de expresión artística musical .

Según, Brites & Müller (2010, p6) La capacidad de gestar y partir símbolos, el echar a volar imágenes, el crear y recrear espacios de fábula y a la vez sentirse dueño de tanta creación, le permite al hombre desenterrar y hacer germinar la riqueza interior tan profunda, como solamente lo puede hacer aquel que se aventura a adentrarse en el mágico juego de lo imaginario.

Las "formas de expresión artística musical" serían las actividades que expresen arte. Para esto es primordial la vinculación de los sentidos unidos al sentimiento del autor o intérprete: imágenes con los ojos (visual), sonidos con los oídos (música), tacto con las manos (creación de esculturas, arquitectura, grabado, etc.), gusto con la lengua (gastronomía), aromas con la nariz (perfumería), etc. Así como el pensar y el cuerpo en su conjunto: expresión corporal con el cuerpo (danza), literatura (pensamientos más sentimientos), etc.

A medida que se avanza en los tiempos, tanto en tecnología, como en originalidad, se agregarán más expresiones artísticas al arte que ayudan a la persona a desenvolverse y a desarrollar su creatividad en esta materia.

La actividad del arte es posible por la aptitud humana para experimentar sentimientos y comienza cuando se utilizan signos exteriores para comunicar las emociones por medio de líneas, colores, imágenes verbales, etc.

LAS FORMAS Y TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS MUSICAL NATIVAS

Loja se ha distinguido por su clara vocación a la música. Sus habitantes han cultivado con amor ese arte. Hombres y mujeres de todas las clases sociales, en retiro de sus hogares o en la soledad de los campos, han entonado canciones, muchas veces de su propia inspiración acompañándose con el trinar de la guitarra española.

El pasillo lojano es muy sentimental y expresivo en cuyas letras aflora el alma de los compositores y poetas que escribieron tan bellos y tiernos versos, y en su música, la cadencia armoniosa y sublime de hombres que cultivaron con amor y devoción tan bello arte. (Condolo, 2014)

Las técnicas y formas que se utiliza en las formas de expresión artísticas musical nativas de la ciudad de Loja depende de cada una de las habilidades de los que aman este arte porque ellos tienen en su alma el sentir de la música y pueden crear muchas cosas con tan solo su imaginación y con el ritmo de la música.

La actividad educativa en las técnicas de expresión gráfico-plástica contribuirá al desarrollo general de la mente, de las capacidades cognitivas que se desarrollan a través de los esfuerzos de los individuos para crear, comprender e interpretar las obras de arte.

En la ciudad de Loja cuentan con dos canales de televisión que aportan a la comunicación de lo que sucede en la ciudad, tienen una programación muy definida desde hace mucho tiempo pero no tiene un programa que denoten las formas de expresión artísticas musical nativas de nuestra ciudad.

El problema que se trata de solucionar esta problemática donde se ha planteado desde varias perspectivas, el rescate patrimonial, la proyección económica y de desarrollo, rematando con un enfoque de carácter urbanístico para un aporte sobre el desarrollo y las fuentes de trabajo sobre la inclinación de los jóvenes por la música.

LEY DE COMUNICACIÓN

Con la Ley de Comunicación, se abre un abanico de oportunidades para la industria musical ecuatoriana. Para empezar, el artículo 103 manda que las emisoras de radio que emitan programas musicales deberán rotar el 50% de “la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador”. Este único mandato implica un giro de 180° en la lógica de radiodifusión, en las prácticas clientelares de medios y promotores, y en la lógica misma de producción musical.

En Ecuador no existen empresas de producción musical, por lo que los músicos buscan maneras propias de financiar sus discos, sin que pasen por un filtro de estudios de mercado y de tendencias, de modo que las producciones no se trabajan en función de la demanda. La realidad previa a la vigencia de la nueva ley, es que las radios, al ser la plataforma que aún domina en el consumo de música por encima de la web, son quienes de alguna manera condicionan sobre la música que se produce en Ecuador, y que por lo general está basada en modelos extranjeros poco acordes con nuestra realidad socio-cultural”. (Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio. Ecuador 7 de julio de 2013)

SECCIÓN VI

Producción nacional

Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.

La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual.

Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta.

La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Art. 99.- Concentración del espacio para la producción nacional.- Un solo productor no podrá concentrar más del 25% de la cuota horaria o de la cuota de adquisiciones de un mismo canal de televisión.

Art. 100.- Producción nacional.- Una obra audiovisual se considerará nacional cuando al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente residentes en el país hayan participado en su elaboración.

Art. 101.- Productores nacionales independientes.- Productor nacional independiente es una persona natural o jurídica que no tiene relación laboral, vínculo de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, ni vinculación societaria o comercial dominante con el medio de comunicación audiovisual al que licencia los derechos de difusión de su obra.

Se entenderá que existe vinculación societaria o comercial dominante cuando:

1. El productor nacional independiente y el medio de comunicación audiovisual pertenezcan al mismo grupo económico;

2. Una misma persona sea titular de más del 6% del capital social del medio de comunicación audiovisual y de la empresa productora.

Habrá vínculo entre el productor nacional independiente y los propietarios, representantes legales, accionistas o socios mayoritarios del medio de comunicación audiovisual, cuando haya parentesco de hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Las sociedades productoras, de capital extranjero o que dependan de una empresa extranjera en función de sus órganos ejecutivos, su capital social o su estrategia empresarial, no se considerarán productores nacionales independientes.

Art. 102.- Fomento a la producción nacional y producción nacional independiente.- Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano, adquirirán anualmente los derechos y exhibirán al menos dos largometrajes de producción nacional independiente. Cuando la población residente o el número de suscriptores en el área de cobertura del medio de comunicación sea mayor a quinientos mil habitantes, los dos largometrajes se exhibirán en estreno televisivo y sus derechos de difusión deberán adquirirse con anterioridad a la iniciación del rodaje.

Para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente, los medios de comunicación de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción destinarán un valor no menor al 2% de los montos facturados y percibidos por el medio o sistema y que hubiesen declarado en el ejercicio fiscal del año anterior. Cuando la población residente en el área de cobertura del medio de comunicación sea mayor a quinientos mil habitantes, el valor que destinará el medio de comunicación no podrá ser inferior al 5% de los montos facturados y percibidos por el medio o sistema.

Para el caso de los sistemas de audio y video por suscripción, el cálculo para la determinación de los montos destinados a la adquisición de los derechos de difusión se realizará en base a los ingresos percibidos por la comercialización de espacios publicitarios realizados por medio de los canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano.

En el caso de medios de comunicación públicos, este porcentaje se calculará en relación a su presupuesto.

Cuando el volumen de la producción nacional independiente no alcance a cubrir la cuota prevista en este artículo, las producciones iberoamericanas la suplirán, en consideración a principios de reciprocidad con los países de origen de las mismas.

Para los canales de televisión que no sean considerados de acuerdo a esta ley como medios de comunicación social de carácter nacional, la producción nacional independiente incluye la prestación de todos los servicios de producción audiovisual.

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado. (Ley de comunicación, 2008)

Los artículos antes mencionados nos hacen referencia a la pauta publicitaria, programas televisivos tanto musicales como de información, donde se explica que un 80% deben ser o contener producción nacional y el 20% de carácter extranjero, además no se permite que los programas sean de índole internacional por lo que todo programa debe ser hecho en cada país.

Con mayor claridad la ley de comunicación, nos explica en sus artículos antes mencionados sobre la producción musical nacional nativa del país, en la misma que nos permite difundir espacios de la música de nuestro origen y país.

Esta ley permite que en nuestro país se de la producción de contenidos propios donde la sociedad y los dueños de los medios esperan un producto que sea bien estructurados, donde la información y los contenidos ya sean de música, noticias deportes entre otros segmentos sean bien planificados para la trasmisión y difusión del mismo.

La presente Ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la

promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la sociedad de la Información.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

Material de escritorio fueron hojas de papel Bond A4, computadora. Impresora. Carpetas, perfiles.

Material de campo fue una encuesta y la entrevista para obtener las respuestas a las interrogantes que nos planteamos en esta investigación y así poder elaborar la propuesta alternativa.

Métodos: la presente investigación con el tema **Los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y su incidencia en la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas**, se apoyó en el **método científico** Se utilizó para el procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la correcta información que se necesitó y para la realización del proyecto en investigación.

La presente investigación nace de la necesidad de establecer un programa de expresión artística nativa de la música de Loja, con la finalidad de dar una oportunidad a los jóvenes que lo necesitan y requieren de este ámbito social para desarrollar sus habilidades por la música, a partir de los procesos de los que se valió del método científico que son observación y recolección de información, permitirá la ventaja de la información de campo necesaria para luego exponer los resultados de los indicadores calculados.

Es el método más general y realizable para la construcción de los objetivos generales y específicos, para la construcción de instrumentos y técnicas que permitan rescatar la información, sistematizarla a partir del razonamiento lógico, analizarla y generalizarla para llegar a conclusiones. **Método Inductivo**, La inducción es ante todo una forma de reflexión, a partir de verdades particulares se

llegan a establecer verdades generales, permitió la observación de hechos particulares y concluir propuestas que explican el problema investigado.

Así a partir de la observación y del análisis de la información recolectada en el campo, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre las formas de expresión artística nativa de la música de Loja, se pudo determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y establecer cuál es el porcentaje de los mismos, para poder llegar a una conclusión general acerca de lo que se requiere en el tema mencionado. **Método Deductivo**, Se complementó con el método inductivo. El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas.

Además se dio a conocer los factores y cuáles son los desniveles de las formas de expresión artística nativa de la música de la ciudad de Loja para dar una solución a este problema de ámbito social. **Método Analítico – Sintético**, El análisis y síntesis son procesos que permitió al investigador conocer la realidad, con métodos que se complementan, en el cual la síntesis debe seguir al análisis.

En la presente investigación el análisis partió de la identificación de cada uno de los factores que permitieron que se dé a conocer los programas de las formas de expresión artística nativa de la música en la ciudad de Loja y por la técnica de observación se estableció las causas de dichos resultados y cuáles son los efectos que pasan en la difusión de programas de la música de Loja.

La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.

TÉCNICAS

Para el uso de los métodos de investigación, se utilizó recurrir a las técnicas de investigación, mismas que cumplen la tarea de recolectar la información que luego con la aplicación de los métodos se les dará el método correspondiente. **Observación**, es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación.

La observación como técnica de la investigación científica conoce la realidad y permito definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación. **Técnica Bibliográfica**. Permito obtener información a través de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. Ayudó a encontrar los ejemplos y herramientas necesarias para desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación. **Técnica de Encuesta**, La encuesta es una técnica muy útil dentro de la práctica de investigación para argumentar algunos contenidos y sobretodo un manejo de conocimiento sobre qué opinan los jóvenes sobre las formas de expresión artísticas naticas de la música lojana. **Técnica de la Entrevista**. Es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitió conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de la investigación fueron los jóvenes encuestados en la ciudad de Loja se tomó una muestra de 100 jóvenes se trabajó en este proceso de investigación, y los cuales facilitaron el trabajo de dicha investigación los mismos que fueron encuestados y se pudo obtener los resultados esperados, de toda la encuesta se contaron todas las preguntas y se construyeron cuadros para representar

la información y con su respectivo gráfico para observar la tendencia de las respuestas obtenida y luego dar una conclusión de los resultados. Las formas de expresión musical nativas de Loja, es una cultura de la música y por ende los jóvenes conocen muy poco sobre este tema.

Para la tabulación de los datos se utilizó un cuadro haciendo un análisis individual por cada pregunta y una representación gráfica de los mismos, su cuantificación se realizó con el estadístico porcentaje cuya fórmula es:

% = Tanto por ciento que se encuentra en el total del estudio.

F = Número de veces que se repite el dato.

100 = Constante de la muestra

N = Total de Datos.

Fórmula

$$\frac{N=f*100}{\%}$$

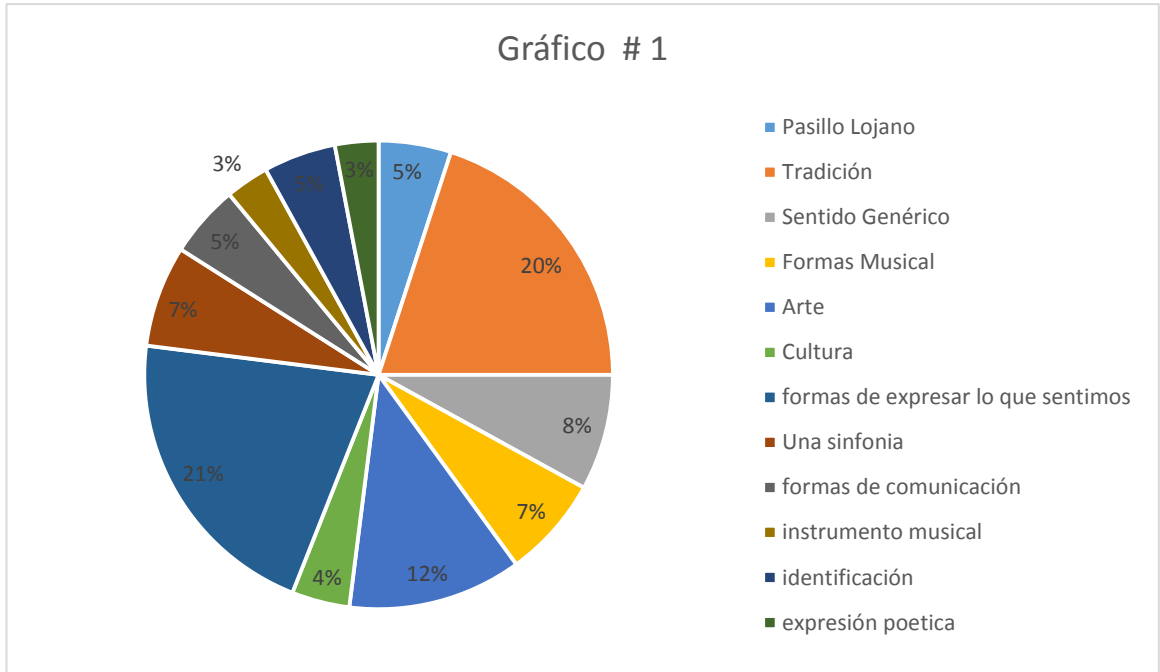
f. RESULTADOS

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A LA JUVENTUD LOJANA SOBRE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS DE LOJA.

¿Qué es para usted las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

TABLA # 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pasillo Lojano	5	5%
Tradición	20	20%
Sentido genérico	8	8%
Formas musical	7	7%
Arte	12	12%
Cultura	4	4%
Formas de expresión musical	21	21%
Una sinfonía	7	7%
Forma de comunicación	5	5%
Instrumento musical	3	3%
Identificación	5	5%
Expresión poética	3	3%
Total	100	100%



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados nos manifestaron, que las formas de expresión musical nativas de Loja es una forma de expresar lo que sentimos mediante la melodía musical. Además de ser una cultura porque Loja es la ciudad de cuna de artistas y que por ende la música es lo principal, que caracteriza a una persona. Por otra parte los jóvenes se identifican con la música porque les gusta hacer armonía. Mientras que para una mayor especificación en la gráfica se muestre que el 21% es una forma de expresar lo que sentimos, el 20% contestaron que la música es una tradición, mientras que un 12% un arte, el 8% un sentido genérico, el 7% una sinfonía, el 6% que son formas musicales, el 5% un pasillo lojano, el 5% una forma

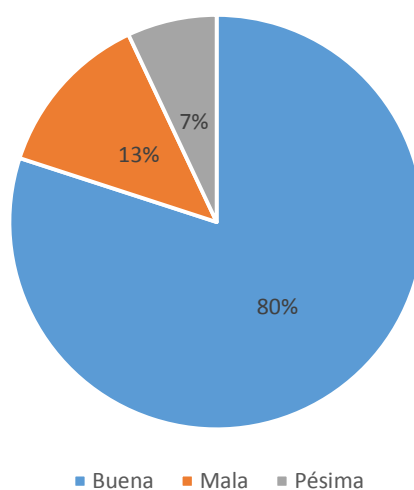
de comunicación, el 5% una identificación, el 4% que es una cultura, un 3% un instrumento musical, y otro 3% una expresión poética.

¿Cómo inciden las formas de expresión musical nativas en el desarrollo social de una persona?

TABLA # 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buena	80	80%
Mala	13	13%
Pésima	7	7%
Total	100	100%

Gráfica # 2



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

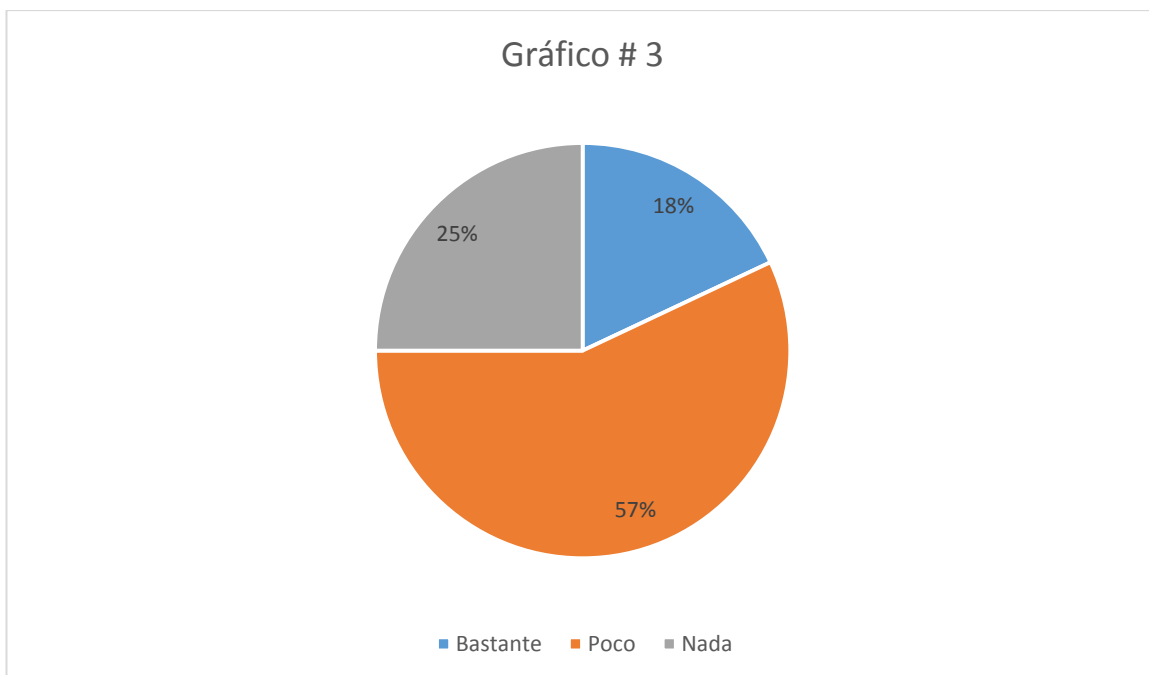
Análisis e interpretación

Los jóvenes encuestados nos supieron decir, que este tipo de temas es buena y que es necesario hablar más sobre estos proyectos para orientar a los jóvenes, ya que hoy en día buscas las malas compañías y hacen de su vida un calvario sin disfrutar de lo que la vida les ofrece, mientras que otro porcentaje dice que es mala porque no se da a conocer sobre lo nuestro y que lo único que se difunde en los medios locales es lo que más se vende ósea programas de otros país. Mientras que en la gráfica especificamos que un 80% es buena, el 13% mala y un 7% pésima.

¿Qué tanto conoce de las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

TABLA # 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	18	18%
Poco	57	57%
Nada	25	25%
Total	100	100%



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

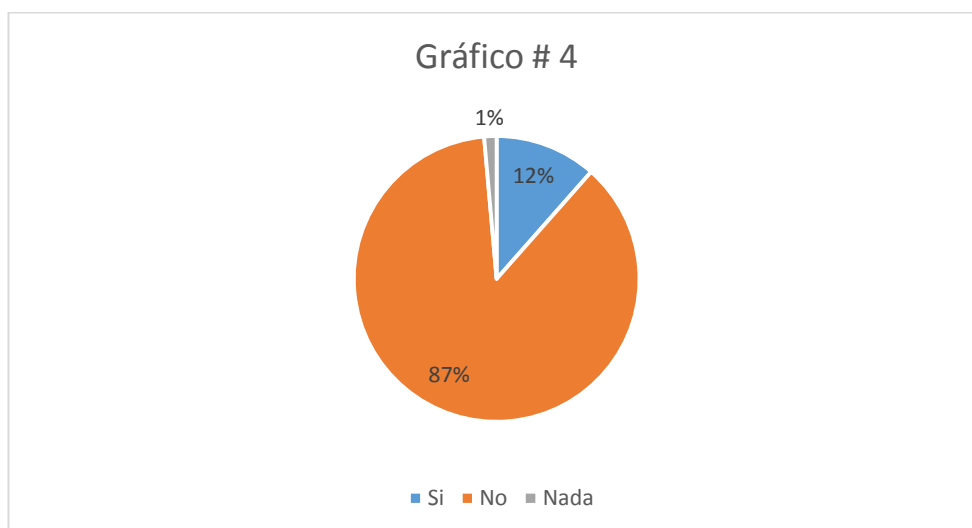
Análisis e interpretación

A pesar de que temas como estos son muy buenos, la mayoría de los encuestados dijo, conocer muy poco porque no hay difusión en ningún medio de comunicación temas como las formas de expresión musical nativas de Loja, porque la cultura en los jóvenes se está perdiendo y hoy en día hablan otros temas y no de las formas de expresión musical, tan solo un porcentaje muy pequeño dijo si conocer porque a ellos les interesa la música y es lo que les gusta hacer. La grafica especifica claramente que un 57% conoce de este tema, muy poco, el 25% nada y el 18% bastante.

¿Conoce usted, si algún canal de televisión local mantiene un programa dedicado a rescatar lo música nativa de Loja?

TABLA # 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	37%
No	62	62%
Nada	1	1%
Total	100	100%



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas de los jóvenes encuestados nos supieron manifestar que no conocen ningún medio de comunicación, que difundan este tipo de programas de

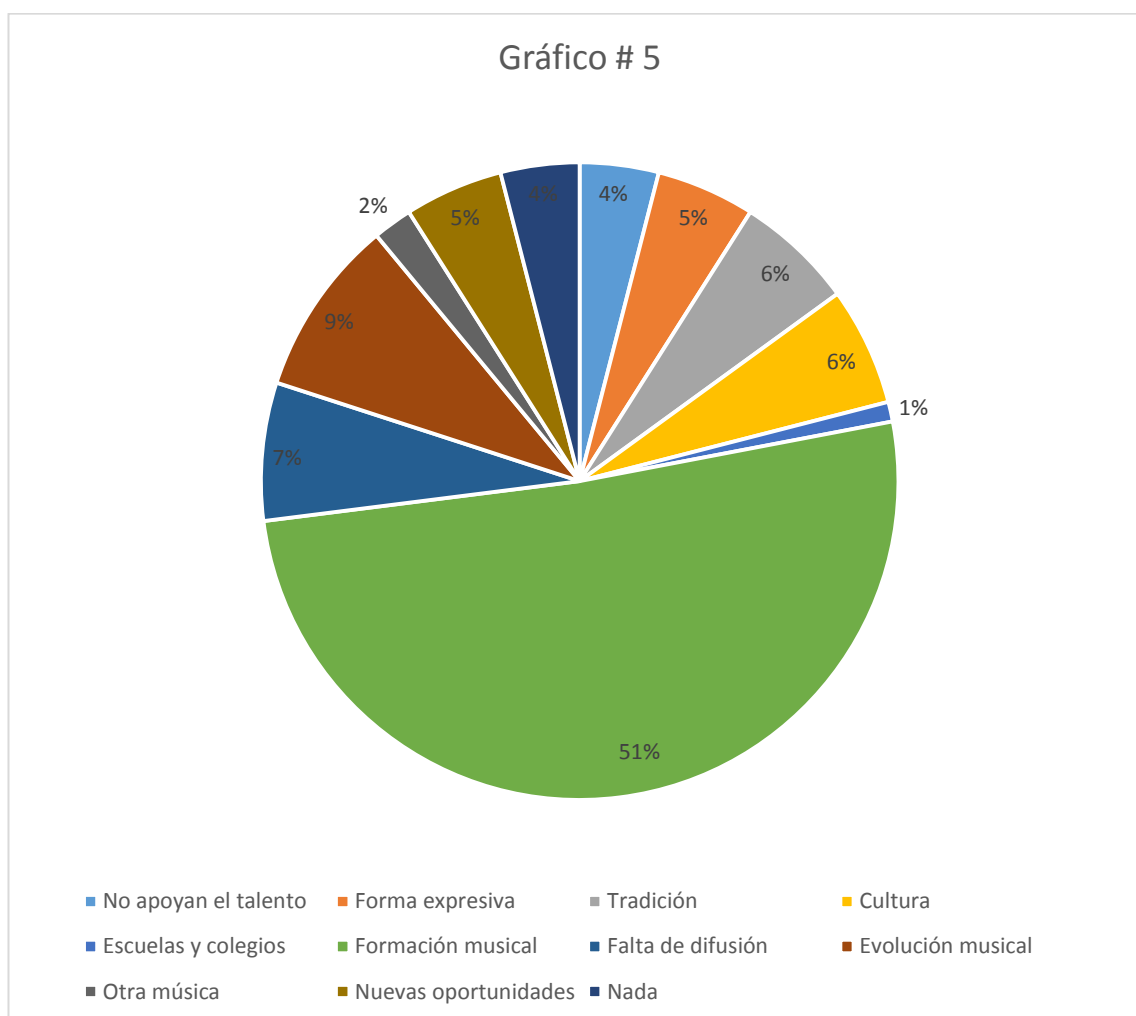
las formas de expresión musical nativas de Loja porque no hay interés y no hay creatividad para dichos programas o por lo general mencionaron no ver los canales locales porque la programación es aburrida. En cambio otros nos supieron decir que sí ven y que hay medios radiales y un medio de comunicación que trasmítia programas musicales pero que ahora ya no sale al aire. Así cómo podemos observar en la gráfica donde, se muestra que el 87% nos dijo que no, el 12% sí y el 1% un nada.

¿De qué manera influyen las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja en el conocimiento de los jóvenes?

TABLA # 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No apoyan el talento	4	4%
Forma expresiva	5	5%
Tradición	6	6%
Cultura	6	6%
Escuelas y colegios	1	1%
Formación musical	51	51%
Falta de difusión	7	7%
Evolución musical	9	9%

Otra música	2	2%
Nuevas oportunidades	5	5%
Nada	4	4%
2Total	100	100%



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

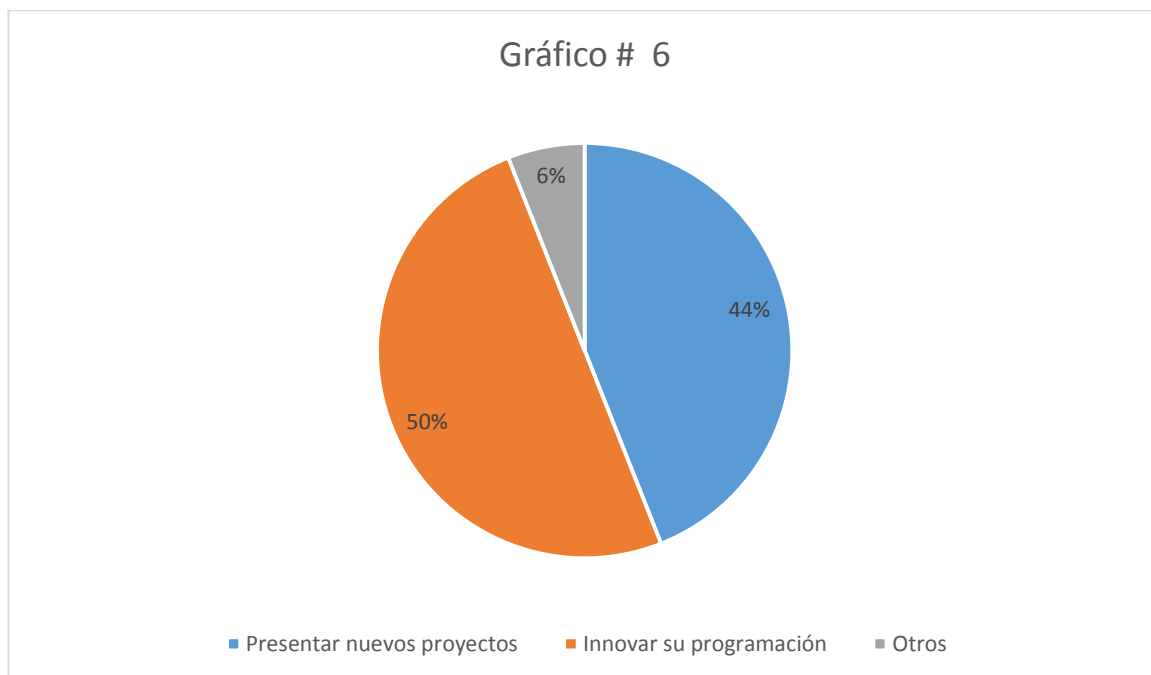
Análisis e interpretación

Los encuestados nos supieron manifestar que las formas de expresión musical nativa de Loja influye de una manera positiva pero que no se apoya el talento que tienen cada ciudad, y además que esto es una manera tradicional cultural y que la falta de difusión de estos programas hacen que los jóvenes dejen de hacer lo que les gusta la música, también nos mencionan que estos temas deberían ser tratados en escuelas colegios como formación musical que es un tema muy bueno y que hacer música no es fácil pero que es muy hermoso y que se requiere de un gran esfuerzo para estos temas y que se debería crear nuevas ideas. En la gráfica se muestra que no apoyan el talento 4%, forma expresiva 5%, tradición 6%, cultura 6%, escuela y colegio 1%, formación musical 51%, falta de difusión 7%, evolución musical 9%, otra música 2%, nuevas oportunidades 5%, nada 4%.

¿Qué deberían hacer los medios de comunicación audiovisual de la ciudad de Loja frente a este tema?

TABLA # 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Presentar nuevos proyectos	44	44%
Innovar su programación	50	50 %
Otros como cuales	6	6%
Total	100	100%



Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Análisis e interpretación

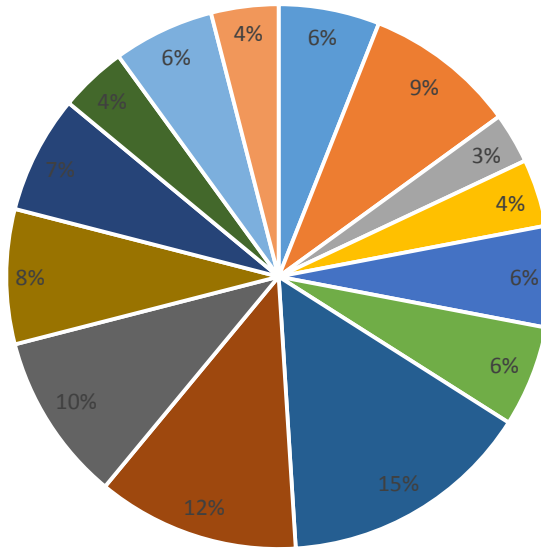
Dentro de este contexto los jóvenes manifiestan que deberían ser más creativos los dueños de los medios para que se innove su programación o presenten nuevos proyectos como ídolos, un programa musical que lo transmiten en el canal de GAMA TV y reallitys para que los jóvenes expresen en la música sus ideas y así comuniquen a través de la melodía sus mensajes a la sociedad y a todo el mundo, pero partiendo desde lo nuestro, nuestras raíces que es lo esencial. La gráfica muestra que un 50% que deberían innovar su programación, el 44% presentar nuevos proyectos y el 6% otros como ídolos de GAMATV y reallitys.

¿Para su criterio como deberían ser presentados los nuevos programas de las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

TABLA # 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Artistas nuevos	6	6%
Fuentes de trabajo	9	9%
Claridad a la presentación	3	3%
Programas lojanos	4	4%
Capacidad de lenguaje	6	6%
Enfoque a la música	6	6%
Evolución musical	15	15%
Horario	12	12%
Mas sociables	10	10%
Gente nueva	8	8%
Ideas nuevas	7	7%
Cursos musicales	4	4%
Coliseo y anfiteatros	6	6%
Nada	4	4%
Total	100	100%

Gráfico # 7



- | | | |
|-------------------------|-------------------------|------------------------------|
| ■ Nuevos artistas | ■ Fuentes de Trabajo | ■ Claridad a la presentación |
| ■ Programas lojanos | ■ Capacidad de lenguaje | ■ Enfoque a la música |
| ■ Evolución Musical | ■ horario | ■ Mas sociable |
| ■ Gente Nueva | ■ Ideas Nuevas | ■ Cursos Musicales |
| ■ Coliseo y anfiteatros | ■ Nada | |

Fuente: Encuesta

Elaboración: Lorena del Cisne Labanda Ordóñez

Análisis e interpretación

Que los nuevos proyectos sean fuentes de trabajo para los jóvenes en la incursión de la música como para también jóvenes que están en el campo del desarrollo de la comunicación, que expresen con un lenguaje firme y claro, nuevas ideas nueva gente es la que se requiere para este tipo de programas los jóvenes son más los interesados como toda la sociedad lojana que ama la música y que sobretodo es uno de los valores más importantes que resalta la ciudad de Loja por ser capital musical del

ecuador. Se muestra en la gráfica que el 6% nuevos artistas, 9% fuentes de trabajo, 3% claridad a la presentación, 4% programas lojanos, 6% capacidad de lenguaje, 6% enfoque a la música, 15% evolución musical, 12% horario, 10% más sociables, 8% gente nueva, 7% ideas nuevas, 4% cursos musicales, 6% coliseos y anfiteatros, 4% nada. Expresaron que deberían ser unos lineamientos para la elaboración de nuevos proyectos sobre estos temas de las formas de expresión musical nativas de Loja.

a. ENTREVISTA.

DIRECTIVOS DE LOS MEDIOS AUDIVISUALES

Como estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, me he permitido realizar el tema “ Los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y su incidencia en la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas ” con el fin de conocer cuál es la falencia que existe en la difusión de programas del tema en mención, por lo que le solicitamos encarecidamente se digne contestar el siguiente cuestionario.

Los dueños de los medios de comunicación audiovisuales en la entrevista realizada mencionaron sus puntos de vista para dar a conocer a la ciudadanía porque no hay programas de expresión musical nativas de Loja. Pero que a la vez son muy importante para los que aman la música y que existen grandes oportunidades que se presentan día a día.

Así los jóvenes dediquen su tiempo a cosas buenas como la música y sobretodo no dediquen su tiempo a malos vicios. Esto no es solo para quienes les guste la música sino para toda la sociedad lojana ya que ayudara a conocer las raíces nativas de nuestra ciudad y a tener en cuenta como una materia de cultura general que es importante saber y aprender.

Preguntas

1. ¿Qué opina usted de los programas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

La directora del canal de televisión UVTELEVISIÓN, Petronila Valdivieso expresó que no existen dichos programas por falta de dedicación de los jóvenes, mientras que por otro lado Ramiro Cueva del canal ECOTEL TV, dijo que son importantes y ayudan a promocionar el talento de los músicos lojanos por lo que se está presentando nuevas ideas para estos programas.

2. ¿De qué medida se difunden en un su medio de comunicación este tipo de programas?

La licenciada Petronila Valdivieso dijo no que no se difunden estos programas pero sin embargo que tienen mucha importancia en la vida social de una persona que ama el hacer música, algo similar expresó Ramiro Cueva y que por lo menos se difunda una vez a la semana.

3. ¿Cree usted que estos programas tienen menos importancia o son importantes dar a conocerlos a la ciudadanía lojana?

La directora de UVTELEVISIÓN, manifestó que, el grupo de incidencia es mínimo por lo que no representa un espacio de interés para producirlo, mientras que Cueva mencionó dar a conocer lo nuestro siempre será una misión importante Loja es la capital musical y con estos programas se demuestran al país.

4. ¿Qué medidas se debería tomar ante esta situación?

Ramiro dijo que mantener e incentivar a la población juvenil por el gusto a la música nativa para que los que aman esto de la melodía sobresalgan en su vida profesional y sobretodo dejen en alto el nombre de nuestra ciudad, la directora de UVTELEVISIÓN dijo que se está presentando propuestas y se realizará más programas en medios radiales y televisivos además fomentar a través de capsulas los logros obtenidos por músicos lojanos.

5. ¿Al difundir nuevos programas sobre este tema podría bajar el nivel de audiencia o ayudaría a crecer más televidentes?

Todo depende de la calidad del programa y de la estructura que se le dé dijo Petronila Valdivieso gerente propietaria de UVTELEVISIÓN, mientras que Cueva manifestó que esto depende del enfoque y producción final que el programa tenga en lo posible debería primar la innovación en conjunto con la actividad para atraer al público.

6. ¿Usted como dueño/a del medio televisivo incrementaría nuevos programas de las formas de expresión artísticas nativas de la ciudad de Loja?

Con la nueva ley de comunicación es lo que debemos ejecutar a corto plazo, pese a las consecuencias negativas que tengamos pero que es importante tanto para nosotros como para la comunidad lojana dijo la licenciada Valdivieso, por supuesto, como medios de comunicación estamos llamados a promocionar el arte y cultura de la ciudad. Y así poner en alto nuestro origen nativo que es la música dijo Cueva.

7. ¿El presupuesto es una de las falencias para que se den a conocer estos programas?

Tanto la gerente de UVTELEVISIÓN, como el gerente de ECOTEL TV, manifestaron lo siguiente y que es importante para nuestra ciudadanía lojana. Si a los auspiciantes les interesa pautar en programas con alta sinfonía en este caso le tocaría asumir a la empresa el costo total de producción, al presupuesto también se sumaría la falta de interés que las nuevas generaciones dan a estos temas.

g. DISCUSIÓN

EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS

Al realizar un análisis de la situación real de la las formas de expresión musical nativas en la ciudad de Loja, se pudo definir varias acciones que generan en la ciudadanía la no promoción a través de programas audiovisuales de nuestra música, tales como:

- La falta de programas
- Falta de interés en la juventud.
- No hay receptibilidad
- La comunidad no participa
- La falta de interés de parte de los cantautores de la ciudad
- Programas no planificados
- Falta de apoyo para el financiamiento de los programas.

Se pudo identificar los medios de comunicación no coadyuvan a la difusión de los programas y proyectos por falta de espacios, financiamiento y no llaman la atención de los jóvenes, se pudo determinar que del 100% de los encuestados señalan que no hay programas de promoción y difusión de nuestra música, lo que consideran como un hecho negativo que va en contra de nuestra propia identidad considera a nivel nacional e internacional como, Loja capital musical y cultural de País.

Durante el desarrollo de la investigación se hizo hincapié sobre la participación y vinculación de la comunidad en los programas, proyectos y propuestas para la difusión y promoción de nuestra música, se pudo determinar que la mayoría de los jóvenes encuestados no participa de este tipo de música porque nos le llama la

atención y porque lamentablemente no hay programas que den a conocer la misma. Los gerentes y directores de los medios audiovisuales tienen que trabajar en una nueva propuesta musical para poder fomentar nuestra música nativa y así poder cumplir con lo que las leyes que regentan a nuestro país exigen de los medios.

Otro de los aspectos es el reconocer las expectativas de la juventud, es que le permitan realizar programas de este tipo para difundir lo nuestro, claro con el apoyo de los gerentes o directores de los medio de comunicación audiovisuales. Frente a este requerimiento se pudo discernir que lo que quiere la juventud es ser partícipe del accionar musical a través de la difusión, promoción y permanencia de la misma que debe ser orientada hacia los requerimientos reales de los jóvenes de una determinada comunidad, para ellos es muy importante tomarlos en cuenta en todo este proceso, además que todos los medios de comunicación participen activamente en la difusión de lo que se pueda hacer en su beneficio.

Con la finalidad de dar alternativas que mejoren la programación de los medios audiovisuales, se realiza una propuesta en procura de que en el mismo se genere programas y se la difunda oportunamente en cumplimiento de las leyes de nuestro País.

Como se puede observar luego del análisis realizado, se pudo lograr discernir todos cada uno de los objetivos propuestos para la realización de la investigación, los mismos que han sido verificados de acuerdo al alcance del trabajo ejecutado.

Después de realizar una investigación de campo, y obtener resultados del trabajo realizado y de lo que se ha buscado, procedemos a la discusión de resultados para tener una mejor claridad del tema.

OBJETIVO 1,

- Determinar la incidencia de los medios audiovisuales de la ciudad de Loja en el conocimiento de la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas.

Tiene relación con la pregunta de la encuesta número 2 realizada a los jóvenes de la ciudad de Loja.

En este objetivo se plantea determinar la incidencia de los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y poder tener una mayor claridad que concuerda con la respuesta de la pregunta dos de la encuesta donde la mayoría de encuestados, dice que este tipo de temas es buena y que es necesario hablar más sobre estos proyectos para orientar a los jóvenes mientras que otro porcentaje dice que es mala porque no se da a conocer sobre lo nuestro. Y así los medios de comunicación inciden en un porcentaje muy bajo porque no se da programas de expresión musical nativa de Loja.

OBJETIVO 2

- Identificar los programas de los medios audiovisuales de Loja

Este objetivo concuerda con la pregunta número 4 de la encuesta realizada a los jóvenes donde nos manifestaron que un 87%, no conoce ningún programa musical que mantenga el medio audiovisual de la ciudad de Loja, el 12% sí y el 1% un nada.

La mayoría manifestó que no conocen ningún medio de comunicación, que difundan este tipo de programas de las formas de expresión musical nativas de Loja porque no hay interés y no hay creatividad para dichos programas o por lo general mencionaron no ver los canales locales porque la programación es aburrida. En cambio otros supieron decir que si ven pero no existen tipos programas, en UV televisión existía un programa musical llamado ``SERENATA`` pero que ahora ya no sale al aire. Porque no tiene mayor interés en la sociedad lojana.

OBJETIVO 3

- Explicar cómo influye el medio audiovisual en los jóvenes y como se adaptan a sus programas que presenta cada uno de los medios locales de la ciudad de Loja.

Este objetivo tiene relación con la pregunta 5 de la encuesta realizada a los jóvenes donde manifiestan que las formas de expresión musical nativa de Loja influye de una manera positiva pero que no se apoya el talento que tienen cada ciudad, y además que esto es una manera tradicional cultural y que la falta de difusión de estos programas hacen que los jóvenes dejen de hacer lo que les gusta, la música, también nos mencionan que estos temas deberían ser tratados en escuelas colegios como formación musical que es un tema muy bueno y que hacer música no es fácil pero que es muy hermoso y que se requiere de un gran esfuerzo para estos temas y que se debería crear nuevas ideas.

OBJETIVO 4

- Elaborar y diseñar una propuesta alternativa de un programa de las formas de expresión artística nativa de la música para que los medios

audiovisuales transmitan, tengan informado a la juventud lojana y que conozcan sobre la cultura musical de nuestra ciudad.

Este objetivo concuerda con la pregunta 7 donde expresan que deberían ser unos lineamientos para la elaboración de nuevos proyectos sobre estos temas de las formas de expresión musical nativas de Loja. Que los nuevos proyectos sean fuentes de trabajo para los jóvenes en la incursión de la música como para también jóvenes que están en el campo del desarrollo de la comunicación, que expresen con un lenguaje firme y claro, nuevas ideas nueva gente es la que se requiere para este tipo de programas los jóvenes son más los interesados como toda la sociedad lojana que ama la música y que sobretodo es uno de los valores más importantes que resalta la ciudad de Loja por ser capital musical del Ecuador.

h. CONCLUSIONES

Al término de la presente investigación se llegó a formular las siguientes conclusiones:

- Luego de aplicar la encuesta a los jóvenes de la ciudad de Loja se pudo concluir que la juventud desconocen en gran parte lo que son las formas de expresión musical nativas de nuestra ciudad.
- Insuficiente promoción de los medios audiovisuales de Loja al difundir contenidos de las formas de expresión nativa lo que provoca un aumento de desconocimiento en los jóvenes y la ciudadanía lojana de estos temas.
- Que los medios de comunicación audiovisuales lojanos utilicen a las formas de expresión como estrategia en las programaciones ayudando a los jóvenes a inclinarse por las cosas que les gusta hacer y dejen de lado los malos hábitos que en la sociedad se presentan.
- Las formas de expresión musical nativas es el proceso enseñanza-aprendizaje, la misma que logra un recurso para el efectivo desempeño de la enseñanza en los jóvenes, utilizando la expresión musical y la relajación se convierte en un canal para reducir la ansiedad y a la vez facilita la asimilación de contenidos de los medios audiovisuales y permite la asimilación de los mismos.
- En la investigación realizada se determinó un alto porcentaje de interés por conocer más acerca de las formas de expresión musical ya que es muy importante porque les gusta y les enseña a expresarse mediante la melodía.

- Los medios de comunicación deben ser el enlace y elemento integrador de los jóvenes ya que se interesaran por temas como las expresión musical y así se inclinan por ver más su programación y no la de otros canales televisivos.

i. RECOMENDACIONES

De las conclusiones a las que se llegó en el proceso de investigación se propone las siguientes recomendaciones:

- Realizar programas de proyección y ejecución para los jóvenes sobre expresión musical para que ellos puedan expresarse mediante su arte de hacer melodía.
- Que los jóvenes sean orientados por quienes con estos temas ya que son muy importantes en la vida personal y en la profesional, porque la música es una forma de expresar lo que una persona siente y más aun a los que aman la melodía.
- Que los medios de comunicación audiovisuales, presenten su mayor aporte con estos temas ya que son muy importantes, dar a conocer a la ciudadanía lojana sobre las formas de expresión musical, y así los jóvenes conozcan más sobre estos argumentos.
- Los medios de comunicación deben contribuir con el manejo de programas musicales y más aún en nuestra ciudad ya que Loja es conocida como la capital musical del Ecuador.
- Que los medios de comunicación televisivos de Loja creen programas de promoción y divulgación de las formas de expresión musical para prevenir que los jóvenes se dediquen a otras actividades que los lleva por mal camino.
- Que no solo los medios de comunicación tomen el mando de estos programas sino también los profesores que sean capaces y bien preparados en las teorías y práctica de la expresión musical ya que es muy importante para los jóvenes porque los ayuda a descubrir sus habilidades.

- Además se recomienda a los medios televisivos de la ciudad de Loja, elaboré programas o reality como los que presenta GAMA TV en su programa, ÍDOLOS, que es muy llamativo y que a la gente le gusta mucho.



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA

COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

ELABORAR Y DISEÑAR UN PROGRAMA MUSICAL DE
LAS FORMAS DE EXPRESIÓN NATIVO DE LOJA,
“NUESTRA MÚSICA”.

AUTORA:

Lorena del Cisne Labanda Ordoñez

LOJA-ECUADOR

2015

PROPUESTA ALTERNATIVA

a. TÍTULO

Elaborar y diseñar un programa musical de las formas de expresión musical nativo de Loja, ``Nuestra Música``.

b. ANTECEDENTES

Los medios de comunicación son una herramienta, que es utilizada para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales. Otros canales de comunicación se usan para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales. Todos estos medios tienen como objetivo, generar información y de todos los acontecimientos suscitados en nuestro país y el mundo.

Existen muchos medios de comunicación como: radio, prensa escrita, televisión, y sitios web que unen la información del mundo a la sociedad. (Delarbre, 2015, p, 6)

La televisión como medio de comunicación audiovisual que trasmite grandes acontecimientos y que la sociedad puede ver a través de sus imágenes y sonido.

No es posible hablar de televisión en el Ecuador sin dejar de mencionar a una pareja de visionarios, que tuvieron la iniciativa de hacer realidad un sueño. José Rosenbaum Nebel de origen judío-alemán y Linda Zambrano de Rosenbaum esposa manabita (Pioneros de la Primera Emisión y Transmisión de la Televisión Ecuatoriana).

En la ciudad de Loja existen dos medios de comunicación audiovisuales, UV TELEVISIÓN Y ECOTEL TV, medios que transmiten los hechos que suscitan en la ciudad, cantón, provincia, nacional y mundial.

Los dos canales tienen una programación diversa; sin embargo es evidente que en su parrilla de programación les hace falta un programa musical nativa de Loja, la misma que es conocida a nivel nacional y mundial como la capital musical por convertirse en cuna de artistas.

Por ello el propósito de esta propuesta es la elaboración y diseño de un programa de formas de expresión musical nativa de la ciudad de Loja, para dar a conocer a los televidentes los grandes talentos de los jóvenes y sobretodo brindar un aporte a la juventud lojana que expresan en su música lo que sienten. (Delarbre, 2015, p, 9)

Una de las principales falencias de los medios televisivos es no tener en cuenta programas musicales de nuestra ciudad porque no tienen una gran aceptación por los televidentes, darle una mayor importancia a lo nuestro y permitir que los jóvenes se expresen sería una idea muy acogedora en la sociedad lojana.

c. JUSTIFICACIÓN

Una vez realizado un proceso de investigación continua, el objetivo es crear un producto bajo las lógicas y tendencias actuales del entretenimiento y de la producción, en el que se pueda develar esos contenidos y modelos propuestos, buscando impactar a los televidentes.

Además es importante tener claro que el propósito fundamental de esta apuesta no radica en desarrollar un producto competente en el mercado y generoso para la industria, por el contrario, este proyecto tiene como premisa un pensamiento crítico

adquirido a través de la carrera y busca un beneficio social, persiguiendo la difusión de lo nuestro para que los jóvenes den a conocer sus ideales de igualdad y libertad entre los ciudadanos y sobretodo con la música.

Es una propuesta de creación y producción para un programa de entretenimiento que trata temas de actualidad, abordando aspectos musicales de nuestra ciudad de Loja. Esta oferta busca a través de la música nativa diferentes secciones de diversos programas, ubicarse entre los televidentes como un punto diferente de recreación para los jóvenes, un lugar en el cual la juventud lojana puedan tener una perspectiva paralela a lo que es presentado en los diferentes medios de comunicación.

El conocimiento adquirido a lo largo de la carrera fue la base para lograr la meta, diseñar un programa híbrido, que no corresponda a la tan conocida expresión “más de lo mismo”, un programa que logre oxigenar la franja musical que incluso la ley de comunicación lo ha dispuesto en los artículos que conforman esta ley. Algo que en el momento no encontramos en nuestra televisión.

Actualmente no existen programas musicales nativos de Loja, es por esto que es importante prestar mayor atención a lo que se emite en la televisión local buscando centrar las miradas en lo nuestro, ofreciendo productos competentes con lo de afuera. Es por eso, que después de pasar por un proceso de visualización de diferentes programas nacionales e internacionales y una etapa de revisión bibliográfica, es para mí un gusto poder presentar este proyecto de elaboración y diseño de un programa musical nativo de Loja, un programa irreverente, en el que se confrontarán los contenidos generados por los principales programas de creación, donde el talento es el ingrediente principal.

d. OBJETIVOS

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Mediante el programa de las formas de expresión musical nativas de Loja, es promover la participación de los jóvenes y personas interesadas en la participación de este producto. Originar la cultura musical dándole un toco especial a lo nuestro para la producción y generalización de este tipo de programas musicales.

General

- Crear un programa de las formas de expresión musical nativa de Loja con la finalidad de difundir nuestra cultura musical.

Específico

- Dar a conocer a los televidentes el talento de los jóvenes de la ciudad de Loja y así poder tener un mayor conocimiento de nuestra música lojana.
- Promover programas para que los jóvenes, expresen sus sentimientos en su música y así se dediquen a cosas productivas.
- Proporcionar un apoyo a los jóvenes lojanos que les gusta hacer música y difundirlo a través de los medios de comunicación audiovisuales de la ciudad de Loja.

f. VIABILIDAD

La visión de los medios audiovisuales de la ciudad de Loja es de transferir capacidades hacia la comunidad. No solo establecer una vía de contacto sino brindar la posibilidad a los ciudadanos de ejercer el derecho a ser escuchados, a través de contenidos que alimenten la señal. Que la audiencia pueda contar sus historias en su

lenguaje y forma de relato va de la mano de producir reformas legales para que las repetidoras sean canales comunitarios. La tarea es pensar cómo democratizar el acceso y la participación en televisión, planteada hoy como un horizonte a trabajar.

Además de ello este programa tiene como finalidad la aportación de los jóvenes y que los medios de comunicación audiovisuales de la ciudad de Loja, permitan la apertura de estos programas ya que van con un mensaje y una cooperación para la juventud lojana.

Es viable para los medios de comunicación porque ellos son los principales motores de dar a conocer este producto lojano, enmarcando un objetivo fundamental para la cooperación y difusión de temas como son las formas de expresión musical nativas de nuestra ciudad, no solo los medios de comunicación televisivos de la ciudad de Loja, tiene la prioridad de dar a conocer este producto sino los jóvenes como principales motivadores de este proyecto.

Este proyecto cuenta con un porcentaje económico de unos tres mil dólares ya que es un poco amplio y concierne grandes temas que se quiere contribuir con la juventud lojana y los medios audiovisuales de nuestra ciudad, y además se propone tener una buena acogida por la sociedad lojana para q este proyecto ayude a que los jóvenes se inclinen por cosas productivas y para un mejor desarrollo de la sociedad y el país.

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

Estructura:- El programa se dividirá en varias secciones:

Artistas invitados: artistas musical local o de la región que relate los inicios de su carrera musical, sus trabajos musicales, su proyección hacia el futuro e incluso

cuáles son sus ídolos musicales. El artista será entrevistado para que nos dé a conocer un poco más de su carrera musical.

Nota musical: en esta sección se incluirá las noticias más relevantes de artistas, lanzamientos, conciertos, infidencias, etc. Las nuevas proyecciones musicales de Loja que surgen, las que se desintegran y el futuro al que se someterá la música lojana a los nuevos géneros que siguen surgiendo.

Además de ello se tiene previsto transmitir información musical, se comentarán noticias y novedades de los trabajos discográficos de los artistas que están más de moda.

Recursos visuales y televisivos: El set del programa debe hacer referencia a lo que se va a transmitir un lugar donde el artistas o los grupos de artistas se sientan cómodos, y puedan expresar sus ideas con fluidez.

Un presentador, presentadora: quien será el guía de los jóvenes con las intervenciones que se realice durante el programa.

Un reportero, reportera: quien estará encargado de hacer el trabajo de campo y sobretodo de guiar a los jóvenes sobre este proyecto que se tendrá en consideración de ellos.

Un entrevistado, entrevistada: serán los jóvenes y personas que hacen canta autores autoras de nuestra música nativa, además de quienes deseen participar en este proyecto.

Horario: Se tiene previsto para que el programa se dé a conocer en la sociedad lojana, transmitirlo los días lunes, miércoles y viernes en una duración de una hora

15h00 a 16h00, vespertino para que los jóvenes observen y den su criterio si les gusta o no

Segmentos:

Dentro de este proyecto se difundirá música nativa de nuestra ciudad de Loja, cantantes que componen y cantan sus melodías con lo que les rodea de nuestra sociedad Lojana, consta de una presentación, una participación de entrevistas de artistas lojanos como Santiago Erraéz, Pueblo Nuevo, Alcívar Ortiz, la solista Joselyn Coronel entre otros artistas con sus temas inéditos y reconocidos temas a nivel nacional e internacionalmente, presentación de videos musicales de los artistas, notas, reportajes, historia, vida entre otras características de los participantes en este programa ya que es un proyecto para ellos.

g. PRODUCTO

El siguiente guion será una representación del programa que se realizará

FICHA TÉCNICA

TÍTULO: NUESTRA MÚSICA

SINOPSIS: Nuestra Música, es un programa musical, consta de dos segmentos: artistas invitados y notas musicales, con el objetivo de que los jóvenes den a conocer sus destrezas sobre el arte de la música lojana.

GÉNERO: MUSICAL

PRESENTADORA:

REPORTERO:

CAMARÓGRAFO:

MEDIO DE COMUNICACIÓN: (UV TELEVISIÓN)

FECHA DE EMISIÓN:

DURACIÓN: 60 minutos

VIDEO	AUDIO
<p>Plantilla de inicio</p> <p>00:00.00:002''</p> <p>Médium shot de Presentadora</p> <p>00:2'' a 00:5'</p>	<p>Música de inicio, dos segundos,</p> <p>FADE OUT</p> <p>EN VIVO</p> <p>NUESTRA MÚSICA. Es un programa que se difundirá los días lunes, miércoles y viernes, con la finalidad de promocionar y difundir la música nativas de nuestra ciudad de Loja, por ello en los minutos siguientes les presentaremos entrevistas, música, comentarios y algo más, a través de los cuales se podrán conocer varios motivos de nuestra música.</p>

<p>VTR: Titulares</p> <p>00: 6' a 00: 15'</p> <p>Plano General del entrevistado</p> <p>Música del entrevistado</p> <p>Criterio de sus temas</p>	<p>VOZ PROPIO</p> <p>SANTIAGO ERRAÉZ</p> <p>Vida, historia, trayectoria....</p> <p>Tema:</p>
<p>Médium Shot de presentadora.</p> <p>00:16´17” a 00: 20´42”</p>	<p>EN VIVO</p> <p>La música como un encanto de nuestra ciudad es la primordial, y que Loja es conocida como la ciudad de cuna de artistas.</p>
<p align="center">PAUSA PUBLICITARIA</p> <p align="center">Dos spots publicitarios</p> <p>1. 00;11;27</p> <p>2. 00;59;11</p>	

<p>Médium Shot de presentadora.</p> <p>00.25´14”a 00:30´49”</p>	<p>EN VIVO PRESENTADORA</p> <p>Si quiere retornar al pasado y llenarse de emociones tus pensamientos o decir con melodía lo que sientes por aquella persona no busques poemas ni frases extensas más bien busca una canción que lo dice todo, La música compone los ánimos descompuestos y alivia los trabajos que nacen del espíritu.</p>
<p>Presentación del dos temas musicales</p> <p>00:31’ a 00: 34’</p> <p>00: 35’ a 00: 40’</p>	<p>Aquí les traemos dos temas muy exitoso y muy conocido de la agrupación Pueblo Nuevo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Primer tema 2. Segundo tema
<p style="text-align: center;">PAUSA PUBLICITARIA</p> <p style="text-align: center;">Tres spots publicitarios</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 00;41’;26 2. 00;06’;19 	

3. 00;50';24	
Presentación de un video del grupo Stone 00: 51' a 00: 54'	Video princesa grupo Stone
Plano medio Presentadora	EN VIVO PRESENTADORA Bien, con esto nos despedimos, los esperamos el próximo miércoles en su programa “Nuestra Música ”,
VTR: Plantilla de cierre 00: 55' a 01: 00: 00	Música de cierre FADE OUT

h. PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

Para la ejecución del presente proyecto de difusión, se realizará los días lunes miércoles y viernes de la semana en el horario de una hora de producción, de 15h00 hasta las 16h00 de la tarde, se cumplirá bajo la responsabilidad de quien está bajo el cargo del proyecto en realización.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROGRAMA					
Año	2015				
MES	ENERO A JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Actividades					
Elaboración y estructura del proyecto	X	X			
Presentación del proyecto			X		
Difusión del proyecto				X	X

i. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

❖ Recursos humanos

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Directivos de los medios audiovisuales de Loja

❖ Recursos materiales

- Computadora
- Estudio
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Filmadora
- Hojas de papel bond.
- Internet
- Bibliografía

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO
SUMINISTROS DE OFICINA		
1	Caja de esferos	5,00
1	Resma de papel bond A4	4,00
2	Cartucho de tinta negra	60,00
1	Cartucho de tinta a color	30,00
500	Copias	15,00
2	Flash memory	40,00
1	Empastado	30,00
1	Anillado	10,00
TRANSPORTE Y MOVILIZACION		
	Pasajes	80,00
	Hospedaje	100,00
	Comida	100,00
	Transporte publico	200,00
	Imprevistos	300,00
TOTAL		974,00

- **FINANCIAMIENTO**

Todo será financiado por la autora de esta investigación

j. BIBLIOGRAFÍA

- Delarbre, 2015. Medios de comunicación y medios masivos, para el Fondo de Cultura Económica y otras instituciones
- Germán Rey, 2014. Medios de comunicación en la actualidad
- Jakobson, 2010. Expresión musical , como lenguaje y como medios de expresión
- Pierre Bourdieu, 2008, teoría de los medios de comunicación y la tv
- Nazareth J Blanca C, 2014 formas positivas y negativas de los medios de comunicacion Pere Marqués, 2012, medios de comunicación audiovisuales y la alfabetización audiovisual
- Martínez de Velasco A. y Nosnik A. 2008. Comunicación audiovisual
- Fernandez. 2008, Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión.
- Paulo Freire, brasileño, y Mario Kaplún, argentino-uruguayo. 2014. Medios de Comunicación Comunitarios “El comunicador popular”
- Supertel, 2014, - 1 - Informe para la definición e implementación de la televisión digital terrestre en el ecuador
- Chaparro, m. (2002). Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual. Barcelona. Los libros de la frontera ed.
- Egas, r. (1996). La televisión en ecuador. Recuperado el 20 de mayo de 2009 de: <http://www.tvyvideo.com>
- Reinibeth León, 2014, expresión musical para niños, jóvenes y adultos.

- Denisse e. Condolo p. 2014, música ecuatoriana y lojana.
- A MONTAGU, D PIMENTEL, M GROISMAN - 2004 - cumincades.scix.net
- CO Swears - 2009 , Libro desde nuestros origenes
- A SÁNCHEZ-TABERNERO - 2008 - iese.edu
- A FIOLE - REVISTA CHASQUI, 2001 , La Comunicación en el Ecuador
- L BENÍTEZ EYZAGUIRRE - Historia Actual Online, 2009 - historia-actual.org
- DEB MARTÍN - GAZETA DE ANTROPOLOGÍA, 2010 - gazeta-antropologia.es
- Libros de comunicación audiovisual del Ecuador
- A Cañizález - 2009 - Universidad Católica Andrés Bello, ``Tiempos de cambio: política y comunicación en América Latina``
- F Aguirre - Guía didáctica. Universidad Técnica Particular de Loja. ..., 2009, ``Comunicación educativa``
- MI Punín Larrea - Razón y palabra, 2011 - dialnet.unirioja.es, ``Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios``
- A a la Comunicación de Mirror, 2012 - grupodircom.com. ``Relaciones Publicas``
- Biblioteca municipal de Loja.
- Ley de comunicación del Ecuador 2008

k. ANEXOS

Anexo # 1



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema

“Los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y su incidencia en la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas”

Proyecto previa a la obtención del grado de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Autora: Lorena del Cisne Labanda Ordoñez

DIRECTOR DEL PROYECTO: Lic. José Santillán Mg. Sc.

LOJA-ECUADOR

2014

a. TEMA

**“LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU INCIDENCIA
EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL
NATIVAS”.**

b. PROBLEMÁTICA

Las formas de expresión artísticas nativas de la música del Ecuador es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos.

Estas formas de expresión reflejan los datos demográficos del país en sí mismo, y es una composición rica de varias influencias. Además de la cultura nacional, muchas de las comunidades indígenas existentes también practican sus propias culturas autóctonas.

Las expresiones artísticas nativas de Loja la música, representa en una de las experiencias artísticas más importantes que identifica su cultura. Destacados músicos y compositores han resaltado a nivel nacional e internacional en el campo cultural de esta ciudad.

La ciudad de Loja es conocida a nivel nacional e inclusive internacionalmente como “Loja cuna de artistas y poetas” por ser una ciudad con alto nivel cultural y por ser el lugar natal de varios artistas músicos y poetas. Los maestros que más se han destacado en la producción musical en la ciudad de Loja son Salvador Bustamante Celi (876- 1935) en cuyo honor se nombró al conservatorio de Loja, y Segundo Cueva Celi (1901- 1969), pues dieron origen a toda una escuela musical lojana, aportando a la música popular piezas que caracterizan el repertorio lojano.

El instrumento más importante en la música lojana es la guitarra. Un diez por ciento de sus habitantes toca o al menos tienen interés por el instrumento como es la guitarra, que se

difundió rápidamente hasta en las clases más humildes, y se ha arraigado tanto, que continúa siendo el instrumento popular por excelencia.

La diversidad de géneros musicales tanto autóctonos como populares, y de influencia extranjera, pero es el pasillo ecuatoriano el género más importante en la música lojana. Entre los demás ritmos se destacan el yaraví, el albazo, el bolero, el requinto, el pasacalle; ritmos de origen africano como la bomba del Chota, la marimba esmeraldeña, la salsa, guaracha, mambo; ritmos indígenas como el sanjuanito y música folclórica andina. De influencia extranjera como el pop, el rock, el merengue, el ska, la electrónica, el vallenato, cumbia, la bachata, el heavy metal y el merengue.

Loja cuenta con cuatro canales de televisión: uno local con cobertura en la hoya de Loja, denominado Ecotel TV; otro provincial, TV Sur, otro cantonal ubicado en el cantón Catamayo llamado Multicanal (cobertura únicamente por tv cable) y otro regional, con cobertura en las provincias de Loja y Zamora Chinchipe (además de la franja fronteriza norte del Perú) llamado UV Televisión.

En el 2013 la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, realizó una cobertura del Programa de Capacitación y Formación de Jóvenes de Ambos Sexos en Educación Musical, en convenio con el Gobierno Municipal de Cécica el mes de Julio de este año 2013.

Los medios audiovisuales tienen una programación bien definida pero con el objetivo de informar y entretener a la sociedad lojana pero no cuentan con programas musicales nativos de la urbe de Loja. Por ellos es que se ha realizado un estudio de campo donde se observó

y se analizó su programación que está bien estructurada de ocho de la mañana a diez de la noche pero que falta ver programas para los jóvenes en especial musicales y no tanto programas extranjeros.

La falta de difusión de programas de expresión artística nativa de la música en los medios audiovisuales de la ciudad de Loja hace que la juventud lojana desconozca en gran parte de las raíces musicales impidiendo que los jóvenes que aman o poseen el don por la música desconozcan sus raíces y no tengan apoyo de ninguna institución para difundir su arte cultural ‘‘La Música’’.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja, desde sus inicios se ha propuesto como meta ofrecer una educación de excelencia brindando una información de calidad con alto sentido humanístico, eficacia, evaluada y acreditada apoyando a la profesionalidad del estudiante, partiendo de acciones que le permitan el mejoramiento de factores influyentes en la calidad de vida académica. Eje principal para lograr conocimientos crear actitudes, desarrollar habilidades y destrezas de formación humana, cultural, social y productiva generando pensamiento, ideas y saberes que serán difundidos e nuestra sociedad.

En este contexto, como estudiante de la carrera en ciencias de la comunicación social del 7mo módulo paralelo "B" en forma organizada y poniendo en consideración la importancia de conocer sobre nuestra cultura lojana he considerado pertinente realizar el proyecto de investigación titulado **"LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE LA CIUDAD DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN LA JUVENTUD LOJANA DE LAS FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL NATIVAS"** Periodo febrero-julio de 2014, desde este punto de vista académico se justifica esta investigación, porque se trata de consolidar, fortalecer la aplicación y la difusión de programas culturales de nuestra ciudad la misma que es una herramienta de innovación y critica en los procesos de aprendizaje en la juventud lojana.

La importancia de esta investigación se refleja la necesidad de conocer sobre las formas de expresión artísticas nativas de la música de la ciudad de Loja, tomando en base los problemas que se presentan en su entorno social, como por ejemplo la falta de discusión de

programas culturales musicales que no se difunden en los medios audiovisuales de la ciudad de Loja.

El resultado de la investigación beneficiaría a los jóvenes de la ciudad de Loja, al establecer las pautas claras de qué es y cómo se constituye los programas musicales en los medios audiovisuales, explicando los beneficios que trae para los desarrollos de los jóvenes en el ámbito musical y social.

Los conocimientos que se obtenga de la investigación concederán un aporte significativo a la solución de problemas sociales, brindan un nuevo enfoque de los programas musicales en los medios audiovisuales de la localidad, y una buena calidad musical a los jóvenes.

d. OBJETIVOS

GENERAL:

- Determinar la incidencia de los medios audiovisuales de la ciudad de Loja en el conocimiento de la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas.

ESPECÍFICOS

- Identificar los programas de los medios audiovisuales de Loja.
- Explicar cómo influye el medio audiovisual en los jóvenes y como se adaptan a sus programas que presenta cada uno de los medios locales de la ciudad de Loja.
- Elaborar y diseñar una propuesta alternativa de un programa de las formas de expresión artística nativa de la música para que los medios audiovisuales transmitan, tengan informado a la juventud lojana y que conozcan sobre la cultura musical de nuestra ciudad.

e. MARCO TEÓRICO

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

Los medios de comunicación audiovisuales han evolucionado desde muchos años atrás con la finalidad de ser mejores y poder mejorar su tecnología y así poder tener más acogida de los televidentes brindando una buena calidad de información y sobre todo ayudando a entender lo que se quiere informar.

Nunca se ha precisado un solo concepto de los medios de comunicación audiovisuales porque cada vez se abordan nuevos y con mayor fuerza.

Los medios de televisión se han visto obligados a ser educativos y a informar de una manera adecuada y cada día mejor sin dejar de lado todos los instrumentos importantes de una buena información.

“En la década de los cincuenta la televisión se presentó ante la sociedad en general, y ante los profesores en particular, como un medio que podría resolver muchos de los problemas educativos que se estaban planteando: necesidad de extender la educación al mayor número de alumnos como consecuencia del aumento de la población infantil, (...), falta de cualificación del profesorado en determinadas áreas de contenidos, falta de materiales educativos, la demanda de profesorado, los estilos de gobierno democrático que empiezan a introducirse en diferentes países que perciben a la educación como un bien social generalizable a toda la población y la necesidad de potencial los niveles culturales en las zonas rurales”. (Cabero, J., 1994, pág., 1)

En la actualidad los programas de televisión ya no llaman mucho a la juventud lo que se dedican a explorar nuevas tecnologías en las redes sociales y así buscar otro pasatiempo en sus vidas y dejar de lado al politiquero de siempre al verlo en televisión. Además de ver lo mismo de

siempre y no tener que ver cosas nuevas como nuevos programas que eduquen y sobretodo que llamen la atención a toda una sociedad.

“Los procesos de virtualización pueden ser considerados o bien en relación a la operatividad de los sistemas de edición de textos, sistemas CAD y sistemas de visualización 3D, tratamiento de imágenes y animación, (.....). A su vez la posibilidad de construir “aulas virtuales” aumenta el nivel de complejidad pero permite sumar “diversidades creativas” producto de otras culturas y otros escenarios, lo que constituye uno de los desafíos de la actual globalización de la cultura”. (A Montagu, D Pimentel, M Groisman – 2004, p. 29)

1.2.COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Definición: La comunicación audiovisual es el proceso mediante el cual hay un intercambio de mensajes a través de un sistema sonoro y/o visual. La mediación tecnológica es un elemento indispensable en este tipo de comunicación.

Dentro de ellos existen medios de comunicación audiovisuales que son: el cine, la radio y la televisión.

Televisión: Es el lenguaje audiovisual utiliza dos medios para transmitir el mensaje, imágenes y sonidos. Actualmente, la mayor parte de mensajes que recibimos son por este medio.

“La televisión es una institución comunicacional más que un medio. Expresa un conjunto de relaciones que trascienden la tarea de la información o el pasatiempo, por lo mismo su carácter e historia no se explica únicamente por su impacto cultural, sino también por su vínculo político y económico con la modernización.(....) Desde su nacimiento diversas concepciones han intentado

atrapar en un conjunto sistemático de ideas el rol social, la función, la estructura, el régimen económico, la innovación tecnológica del proceso televisivo, sin embargo pocas interpretaciones han intentado unirla con un régimen escópico donde confluyen vida cotidiana y visualidad''. (CO Swears, 2009, p.1.)

Dentro de los medios audiovisuales la televisión aporta más en la sociedad ya que es uno de los más vistos por sus imágenes y por aportan a un mejor entendimiento de lo que se va informan a la sociedad.

1.3.MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES PRIVADOS, PÚBLICOS Y COMUNITARIOS

1.3.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

Según intereses económicos, políticos y sociales, los multimedios son utilizados para la consecución de objetivos que trascienden la comunicación objetiva. Como forma de contrarrestar esta subordinación a intereses privados, han surgido redes de información autodenominados "independientes", colectivos sin fines de lucro y basados en voluntarios. Entre los más conocidos se encuentra Indymedia. Donde los jefes o dueños de los medios de comunicación deciden qué hacer con sus televisoras y cómo manejarlos.

'' Es fácil cuantificar el incremento del consumo de información y entretenimiento: los espectadores dedican ya más de tres horas y media diarias a ver la televisión;(....), generalistas y especializadas, lineales e interactivas, y de carácter local, nacional o internacional; también han surgido nuevos soportes para distribuir contenidos como Internet o los teléfonos móviles''. (A Sánchez-Taberner - 2008 -)

Dentro de los medios de comunicación privados se debe tomar en cuenta que estos solo tienen fines lucrativos para su propia empresa ellos no comparten sus intereses financieros con otras organizaciones o con otros medios de comunicación de otros países o del mismo país.

“En este contexto de cambio, impulsado sobre todo por los grupos de comunicación de capital privado, han aumentado las voces que critican la evolución de los medios: proliferan las informaciones superficiales; los contenidos de entretenimiento se deterioran(...), la bolsa acentúa el empeño de los empresarios por mejorar sus resultados a corto plazo; y los periodistas, guionistas y – en general- la parte creativa de las empresas pierde protagonismo frente a los gestores y directores financieros”. (A Sánchez-Tabernero - 2008 –)

Los medios privados se preocupan por crecer su bolsa financiera sin darse cuenta de lo que pueden transmitir a una sociedad, pero siempre y cuando este regido a la ley de cada país, porque si no serán sancionados y posiblemente con el riesgo de que su medios de comunicación sea clausurado hasta que el dueño arregle su procedimiento.

1.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

Los medios de comunicación públicos son los que ayudan a mantener vivos a un estado y a una sociedad porque están a manos de quienes quieren transmitir una buena información a la sociedad y transmitir una información de calidad que eduque y enseñe a la ciudadanía.

“Al mismo tiempo, la filosofía liberalizadora y su activa implementación por parte del FMI, el Banco Mundial y la Organización Internacional del Comercio, forzó a los gobiernos a través de “condiciones”(…), Los servicios públicos de radio y televisión –tradicionalmente muy subsidiados–

están entre las primeras víctimas de los recortes presupuestarios. La presión por ser competitivos comercializa los servicios públicos y las ganancias pesan más que la promoción de la ciudadanía”.

(A Fiol - Revista Chasqui, 2001, pág., 2, p, 7)

1.3.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Un medio de comunicación comunitario es aquel que no tiene esfuerzo de lucro y su finalidad principal es mejorar la sociedad de la comunidad a la que pertenece. Estos medios principalmente la radio, televisión y la prensa escrita forman el llamado del tercer sector, siendo los medios de comunicación públicos el Primer Sector, y los privados, el Segundo Sector.

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos que cumplen las siguientes características: informar a su comunidad a la que pertenecen, tratar los temas de mayor importancia en su sociedad entre otros puntos principales como los que se detallan:

- Su gestión y funcionamiento lo lleva a cabo un colectivo ciudadano.
- No existe reparto de beneficios de ningún tipo, y la financiación se destina íntegramente al proyecto.
- La gestión de estos medios de comunicación se realiza de forma participativa y horizontal, sin estructuras jerárquicas en la toma de decisiones.
- Tienen como objetivos profundizar en la democracia, transformar los procesos sociales y hablar de lo que otros medios no hablan.
- Estos medios no realizan proselitismo religioso ni partidista.

1.4.MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES NACIONALES

En los años cincuenta el Ecuador empezó a utilizar la tecnología con los primeros equipamientos de una televisora reconocida actualmente como RTS. La televisión en el país nace con la producción de Linda Zambrano de Rosenabum y su esposo Michael Rosenbaum que fueron los pioneros en estos negocios.

Hablar de la Televisión en Ecuador nos tenemos que remontar 50 años, y preguntarse, quien tuvo el idea de tener la empresa televisora y hasta del primer televisor, esta industria a lo largo de la historia se convierte en la más grande fuente de ingresos, rentable y seguras, empresas del país, ya que las grandes cantidades de dinero que en ella mueven e invierten son inimaginables en cuanto a lo económico se refiere, tienen constante movimiento al marketing mundial, constituyéndose en poder, influyendo en el destino de la Nación.

Es así que la televisión entra a formar parte de la impresionante red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, actualmente se encuentran al aire más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales compitiendo con el mundo globalizado, a esto se suma la televisión por cable que suman más 160.000 suscriptores en todo el país.

La televisión en el Ecuador crece a ritmo vertiginoso, manteniendo la lucidez y capacidad de ofrecer al público entretenimiento, información con credibilidad, veracidad, educación.

El líder de la estación televisiva y el líder del canal de televisión más grande del Ecuador Ecuavisa, es la empresa que posee señal internacional empezó a transmitir desde el emblemático cerro del Carmen en Guayaquil un miércoles 1 de marzo de 1967, con esto la llegada de los nuevos avances en la tecnología de los medios de comunicación, y es en la década de los setenta en donde capta la atención de un proporcionable cantidad de público, y ahora en señal DIRECTV para todo el país, toda América Latina y Europa.

El estudio sobre usos y preferencias de medios de información en sectores populares de Ecuador, realizado en 1989 por CIESPAL, informa de la costumbre socializada al ver televisión, pues su sintonía se produce dentro de espacios familiares o comunitarios, lo que determina la existencia de relaciones sociales específicas dadas por y en torno al medio, se muestra también que la necesidad de los campesinos de insertarse en el mundo hace que sean las noticias nacionales como mediación con el ámbito más inmediato las que se prefieran más, en áreas rurales respecto a sectores urbanos.

Alfonso Espinosa de los Monteros, Director Nacional de Noticias de Ecuavisa, indica en cuanto al origen de la televisión en Ecuador que la existencia de medios de comunicación privados responde a la necesidad social de proveer contenidos informativos y de entretenimiento en un ambiente de libre competencia, las necesidades de programación en la televisión privada son resueltas en base a los recursos que se pueden disponer del mercado publicitario, relación que se refleja cuantitativamente en el número de programas al aire y cualitativamente en los criterios que se aplican para definir los horarios de difusión según el resultado de sintonía, los servicios informativos van ganando más sintonía y, consecuentemente, más mercado, en el caso de Ecuador, la tarifa más alta de publicidad se

paga en los noticieros de televisión; la competencia abierta de la televisión privada ha generado un resultado muy positivo para el público, puesto que encuentra siempre la alternativa de escoger lo que desea ver, lo que ha producido cierta educación, del televidente, para volverse más exigente cada vez.

“Del panorama que este abandono ha tenido sobre la diversidad cultural y el impacto de los medios en la configuración de sociedades al margen de los individuos y los colectivos ha dado buena cuenta la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información celebrada en dos fases: Ginebra (2003) y Túnez (2005)”. (L Benítez Eyzaguirre - Historia Actual Online, 2009 – pág., 2, p. 3)

1.4.1 CADENAS Y CANALES

Hay diez privados (Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, Canal Uno, Telerama, RTU, Radio y Televisión Unidas, UCSG Televisión, Latele, Canela TV y Oromar Televisión) y tres canales operados por el estado (TC Televisión, Gama TV y Ecuador TV) disponibles en todo el país. También existe una amplia gama de canales regionales y locales, algunos de carácter estatal y otros privados y comunitarios.

1.5.MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES LOCALES

Loja cuenta con cuatro canales de televisión: uno local con cobertura en la hoya de Loja, denominado Ecotel TV; otro provincial, TV Sur, otro cantonal ubicado en el cantón Catamayo llamado Multicanal cobertura únicamente por tv cable y otro regional, con cobertura en las provincias de Loja y Zamora Chinchipe, además de la franja fronteriza norte del Perú llamado UV Televisión.

UV Televisión: es un canal regional de televisión ecuatoriano, creado en 1994. Inició transmisiones en 1984, con 18 horas diarias semanales de programación. Fue el undécimo canal regional del país, después de Telecosta creado en 1972, Telecuenca creado en 1975, Teletrece (luego Canal Ecuador Canal 40, hoy Canal Uno Internacional) creado en 1979, Manavisión creado en 1984, Ambavisión creado en 1988, Asomavisión creado en 1993, Telesucesos creado en 1994, Expovisión (hoy Caravana Televisión) creado en 1994, Unimax Televisión creado en 1994, OK Televisión creado en 1994. El canal cubre las provincias de Loja y Zamora Chinchipe. Emite 18 horas diarias de programación, la mayor parte de ella educativa y cultural. Transmite desde la ciudad de Loja.

Amparado en la Ley de Telecomunicaciones, nace el Canal Lojano en el año de 1968 con el nombre de Canal 4, Ciudad de Loja, con transmisiones en blanco y negro, siendo parte de una red nacional de canales locales, cuya matriz fue Canal 4 de Guayaquil.

A partir del 1994 pasó a denominarse UV Televisión y desde entonces, incrementó sus emisiones diarias a color como sus programaciones informativas. En el año de 1995, se inicia la reingeniería de esta empresa televisiva, con la implementación de varios informativos locales, programas deportivos y musicales. En la actualidad, es miembro de la Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA). UV Televisión posee los derechos de exclusividad del Campeonato de Segunda Categoría de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Loja (AFNAL).

ECOTEL TV: un canal dirigido por su gerente propietario Ramiro Cueva trasmite información de toda la provincia de Loja, nacional e internacional tiene una gran acogida por los televidentes lojanos.

Ambos canales locales de la ciudad de Loja cuentan con una programación muy bien definida, que transmiten a la ciudadanía lojana.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. FORMAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS NATIVAS DE LA MÚSICA

Las formas de expresión musical se han constituido en uno más de los diferentes ámbitos culturales de una sociedad, donde los niños, jóvenes, adolescentes y adultos tienen inclinación por las artes musicales de su nacionalidad o ciudad a la cual pertenecen.

“En el arte prehispánico los artistas expresaron sus propias culturas, sus maneras de vivir, de humanizar su mundo, y crearon obras de arte que son expresión de sus conciencias, de su vida, de su visión del mundo, físico, humano y divino”. (Fernandez, Justino, Arte Mexicano, De sus orígenes a nuestros días. 1958:7)

En la historia siempre los antepasados tomaban en cuenta todo lo de sus comunidades para tener presente lo que se celebraba cada año y así recordar a sus dioses. Por eso las formas de expresión musical de notan naturaleza originalidad y sobre todo el volver a vivir y luchar por su lugar de nacimiento.

En este fragmento recordaremos un poco sobre las formas de expresión musical de una comunidad, región o país.

“En la mayoría del arte prehispánico se puede ver la realización en conjunto de los objetos, ya sea por diferentes trazos, o por el hecho de que alguien debía de encargarse a producir los materiales con los que se fuera a construir el objeto, o bien porque alguien debía de organizar a todos los trabajadores, al igual que muchos otros oficios, el del artista o el del artesano tenía una organización y una obligación con su sociedad a la que pertenecía”. (Fernandez, Justino, Arte Mexicano, De sus orígenes a nuestros días. 1958:7)

Existen muchas clases y formas de expresión, y la expresión artística musical es de alguna forma una respuesta a la necesidad de comunicar o expresar una idea o concepto con el resto del mundo, más allá de la respuesta, reinterpretación, repercusión que tenga o hagan los múltiples receptores de cualquier forma de expresión artística musical .

“La capacidad de gestar y partir símbolos, el echar a volar imágenes, el crear y recrear espacios de fábula y a la vez sentirse dueño de tanta creación, le permite al hombre desenterrar y hacer germinar la riqueza interior tan profunda, como solamente lo puede hacer aquel que se aventura a adentrarse en el mágico juego de lo imaginario”. (Brites de Vila, G y Müller, M, 1990, p.6)

Las "formas de expresión artística musical" serían las actividades que expresen arte. Para esto es primordial la vinculación de los sentidos unidos al sentimiento del autor o intérprete: imágenes con los ojos (visual), sonidos con los oídos (música), tacto con las manos (creación de esculturas, arquitectura, grabado, etc.), gusto con la lengua (gastronomía), aromas con la nariz (perfumería), etc. Así como el pensar y el cuerpo en su conjunto: expresión corporal con el cuerpo (danza), literatura (pensamientos más sentimientos), etc.

A medida que se avanza en los tiempos, tanto en tecnología, como en originalidad, se agregarán más expresiones artísticas al arte que ayudan a la persona a desenvolverse y a desarrollar su creatividad en esta materia.

La actividad del arte es posible por la aptitud humana para experimentar sentimientos y comienza cuando se utilizan signos exteriores para comunicar las emociones por medio de líneas, colores, imágenes verbales, etc

2.2.LAS FORMAS Y TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS MUSICAL NATIVAS

Las técnicas y formas que se utiliza en las formas de expresión artísticas musical nativas de la ciudad de Loja depende de cada una de las habilidades de los que aman este arte porque ellos tienen en su alma el sentir de la música y pueden crear muchas cosas con tan solo su imaginación y con el ritmo de la música.

La actividad educativa en las técnicas de expresión gráfico-plástica contribuirá al desarrollo general de la mente, de las capacidades cognitivas que se desarrollan a través de los esfuerzos de los individuos para crear, comprender e interpretar las obras de arte.

En la ciudad de Loja cuentan con 2 canales de televisión que aportan a la comunicación de lo que sucede en la ciudad, tienen una programación muy definida desde hace mucho tiempo pero no tiene un programa que denoten las formas de expresión artísticas musical nativas de nuestra ciudad.

El problema que se trata de solucionar esta problemática donde se ha planteado desde varias perspectivas, el rescate patrimonial, la proyección económica y de desarrollo, rematando con un enfoque de carácter urbanístico para un aporte sobre el desarrollo y las fuentes de trabajo sobre la inclinación de los jóvenes por la música.

3. LEY DE COMUNICACIÓN

Con la Ley de Comunicación, se abre un abanico de oportunidades para la industria musical ecuatoriana. Para empezar, el artículo 103 manda que las emisoras de radio que emitan programas musicales deberán rotar el 50% de “la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador”. Este único mandato implica un giro de 180° en la lógica de radiodifusión, en las prácticas clientelares de medios y promotores, y en la lógica misma de producción musical.

En Ecuador no existen empresas de producción musical, por lo que los músicos buscan maneras propias de financiar sus discos, sin que pasen por un filtro de estudios de mercado y de tendencias, de modo que las producciones no se trabajan en función de la demanda. La realidad previa a la vigencia de la nueva ley, es que las radios, al ser la plataforma que aún domina en el consumo de música por encima de la web, son quienes de alguna manera condicionan sobre la música que se produce en Ecuador, y que por lo general está basada en modelos extranjeros poco acordes con nuestra realidad socio-cultural”. (Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio. Ecuador 7 de julio de 2013)

f. METODOLOGÍA:

1. MÉTODOS

1.1. Método Científico

El método científico utiliza un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la correcta información que se necesita para la realización del proyecto en investigación.

La presente investigación nace de la necesidad de establecer un programa de expresión artística nativa de la música de Loja, con la finalidad de dar una oportunidad a los jóvenes que lo necesitan y requieren de este ámbito social para desarrollar sus habilidades por la música, a partir de los procesos de los que se vale el método científico que son observación y recolección de información, permitirá la ventaja de la información de campo necesaria para luego exponer los resultados de los indicadores calculados.

Es el método más general y realizable para la construcción de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que permitan rescatar la información, sistematizarla a partir del razonamiento lógico, analizarla y generalizarla para llegar a conclusiones.

1.2. Método Inductivo

La inducción es ante todo una forma de reflexión, a partir de verdades particulares se llegan a establecer verdades generales, permite la observación de hechos particulares y concluir propuestas que explican el problema investigado.

Así a partir de la observación y del análisis de la información recolectada en el campo, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre las formas de expresión artística nativa de la música de Loja, se podrá determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y establecer cuál es el porcentaje de los mismos, para poder llegar a una conclusión general acerca de lo que se requiere en el tema mencionado.

1.3. Método Deductivo

El método deductivo se complementa con el método inductivo. El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Además se da a conocer los factores y cuáles son los desniveles de las formas de expresión artística nativa de la música de la ciudad de Loja para dar una solución a este problema de ámbito social.

1.4. Método Analítico - Sintético

El análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad, son métodos que se complementan, en el cual la síntesis debe seguir al análisis.

En la presente investigación el análisis partirá de la identificación de cada uno de los factores que permiten que no se dé a conocer los programas de las formas de expresión artística nativa de la música en la ciudad de Loja y por la observación será posible establecer las causas de dichos resultados y cuáles son los efectos que pasan en la difusión de programas de la música de Loja.

La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.

2. TÉCNICAS

Para el uso de los métodos de investigación, será necesario recurrir a las técnicas de investigación, mismas que cumplen la tarea de recolectar la información que luego con la aplicación de los métodos se les dará el método correspondiente.

2.1.Observación

La observación es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación.

La observación como técnica de la investigación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación.

2.2.Técnica Bibliográfica.

Permite obtener información a través de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. Ayudará a encontrar los ejemplos y herramientas necesarias para desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación.

2.3. Técnica de Encuesta

La encuesta es una técnica muy útil dentro de la práctica de investigación para argumentar algunos contenidos y sobretodo un manejo de conocimiento sobre qué opinan los jóvenes sobre las formas de expresión artísticas nativas de la música lojana.

2.4.Técnica de la Entrevista.

La Entrevista es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitirá conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación.

g. CRONOGRAMA.

ACTIVIDADES	2013				2014																2015																											
	Septiembre – diciembre				Enero				febrero				Marzo-Mayo				Junio				Julio				Agosto – Diciembre								Enero - Diciembre															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Elaboración del proyecto	█	█	█	█	█	█	█	█					█	█	█	█									█	█	█	█	█	█	█	█									█	█	█	█				
Aprobación del proyecto									█	█	█	█	█	█	█	█									█	█	█	█	█	█	█	█																
Trabajo de campo													█	█	█	█													█	█	█	█	█	█	█	█												
Recolección y tabulación de datos																	█	█	█	█	█	█	█	█					█	█	█	█	█	█	█	█												
Presentación de la tesis																									█	█	█	█	█	█	█	█																
Graduación																													█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

❖ Recursos humanos

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Docentes que conformarán el Tribunal de tesis

❖ Recursos materiales

- Computadora
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Hojas de papel bond.
- Internet
- Bibliografía

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO
SUMINISTROS DE OFICINA		
1	Caja de esferos	3,00
1	Resma de papel bond A4	4,00

2	Cartucho de tinta negra	10,00
1	Cartucho de tinta a color	5,00
500	Copias	15,00
2	Flash memory	20,00
1	Empastado	12,00
1	Anillado	2,00
TRANSPORTE Y MOVILIZACION		
	Pasajes	40,00
	Hospedaje	50,00
	Comida	50,00
	Transporte publico	10,00
	Imprevistos	300,00
TOTAL		520,00

FINANCIAMIENTO

Todo será financiado por la autora de la investigación

i. BIBLIOGRAFÍA

- A MONTAGU, D PIMENTEL, M GROISMAN - 2004 - cumincades.scix.net
- CO Swears - 2009 - 132.248.9.34
- A SÁNCHEZ-TABERNERO - 2008 - iese.edu
- A FIOLE - REVISTA CHASQUI, 2001 - redalyc.org
- L BENÍTEZ EYZAGUIRRE - Historia Actual Online, 2009 - historia-actual.org
- DEB MARTÍN - GAZETA DE ANTROPOLOGÍA, 2010 - gazeta-antropologia.es
- Libros de comunicación audiovisual del Ecuador
- A Cañizález - 2009 - Universidad Católica Andrés Bello, "Tiempos de cambio: política y comunicación en América Latina"
- F Aguirre - Guía didáctica. Universidad Técnica Particular de Loja. ..., 2009, "Comunicación educativa"
- MI Punín Larrea - Razón y palabra, 2011 - dialnet.unirioja.es, "Rafael Correa y la prensa ecuatoriana. Una relación de intrigas y odios"
- A a la Comunicación - Miror, 2012 - grupodircom.com. "Relaciones Publicas"
- Biblioteca municipal de Loja.

Anexo # 2

ENCUESTA.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Estimados (a) jóvenes

Como estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, realizare el tema **“ Los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y su incidencia en la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas”** con el fin de conocer cuál es la falencia que existe en la difusión de programas del tema en mención, por lo que le solicitamos encarecidamente se digne contestar el siguiente cuestionario.

Para mayor conocimiento se dice q las formas de expresión musical se denominan así:

“En música, **forma musical** en su sentido genérico designa tanto una estructura musical como una tradición de escritura que permite situar la obra musical en la historia de la evolución de la creación musical. Añadidas a un título de una obra, las diferentes formas musicales como sinfonía, concierto, acorde, fantasía, etc. ”

1. ¿Qué es para usted las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

.....
.....
.....

2. ¿Cómo inciden las formas de expresión musical nativas en el desarrollo social de una persona?

Buena ()

Mala ()

Pésima ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

3. ¿Qué tanto conoce de las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

Bastante ()

Poco ()

Nada ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

4. ¿Conoce usted, si algún canal de televisión local mantiene un programa dedicado a rescatar lo música nativa de Loja?

Si ()

No ()

¿Por qué?

.....
.....
.....

5. ¿De qué manera influyen las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja en el conocimiento de los jóvenes?

.....
.....
.....

6. ¿Qué deberían hacer los medios de comunicación audiovisual de la ciudad de Loja frente a este tema?

Presentar nuevos proyectos ()

Innovar sus programación ()

Otros como cuáles. ()

.....
.....
.....

7. ¿Para su criterio como deberían ser presentados los nuevos programas de las formas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

Anexo # 3

ENTREVISTA.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE EDUCACIÓN, ARTE Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTIVOS DE LOS MEDIOS AUDIVISUALES

Como estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, realizaré el tema “ **Los medios audiovisuales de la ciudad de Loja y su incidencia en la juventud lojana de las formas de expresión musical nativas** ” con el fin de conocer cuál es la falencia que existe en la difusión de programas del tema en mención, por lo que le solicitamos encarecidamente se digne contestar el siguiente cuestionario.

Preguntas

1. ¿Qué opina usted de los programas de expresión musical nativas de la ciudad de Loja?

.....

.....

.....

2. ¿De qué manera se difunden en un su medio de comunicación este tipo de programas?

.....
.....
.....

3. ¿Cree usted que estos programas tienen menos importancia o son importantes dar a conocerlos a la ciudadanía lojana?

.....
.....
.....

4. ¿Qué medidas se debería tomar ante esta situación?

.....
.....
.....

5. ¿Al difundir nuevos programas sobre este tema podría bajar el nivel de audiencia o ayudaría a crecer más televidentes?

.....
.....
.....

6. ¿Usted como dueño/a del medio televisivo incrementaría nuevos programas de las formas de expresión artísticas nativas de la ciudad de Loja?

.....
.....
.....

7. ¿El presupuesto es una de las falencias para que se den a conocer estos programas?

.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN.....	III
AUTORÍA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	VII
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	VIII
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	IX
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	4-6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FORMAS DE EXPRESIÓN MUSICAL.....	7
MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	8
FORMAS POSITIVAS Y NEGATIVAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN....	9
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES.....	9-11
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	11-12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES PRIVADOS, PÚBLICOS Y COMUNITARIOS.....	13

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS.....	13-14
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS.....	14
MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS.....	14-15
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES NACIONALES.....	15-18
CADENAS Y CANALES.....	19
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES LOCALES.....	19-22
FORMAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS NATIVAS DE LA MÚSICA.....	22-24
LAS FORMAS Y TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ARTÍSTICAS MUSICAL NATIVAS...25	
LEY DE COMUNICACIÓN.....	26-30
e. MATERIALE Y METODOS.....	31-34
f. RESULTADOS.....	35-50
g. DISCUSIÓN.....	51-55
h. CONCLUSIONES.....	56-57
i. RECOMENDACIONES.....	58-59
PROPUESTA.....	60-74
j. BIBLIOGRAFÍA.....	75-76
k. ANEXOS.....	77
ANEXO 1. PROYECTO DE TESIS.....	77
a. Tema.....	78
b. Problemática.....	79-81
c. Justificación.....	82-83
d. Objetivos.....	84
e. Marco teórico.....	85-97

f. Metodología.....	98-101
g. Cronograma.....	102
h. Presupuesto y financiamiento.....	103-1104
i. Bibliografía.....	105
ANEXO 2. ENCUESTA.....	106-109
ANEXO 3. ENTREVISTA.....	110-112
ÍNDICE.....	113-115