



Universidad de Especialidades Espíritu Santo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Trabajo de Investigación

Que se presenta como requisito para la obtención del título de

Licenciada en Periodismo Internacional

TESINA:

La noticia del 30 de septiembre del 2010, referente de calidad de los noticieros televisados en los canales públicos y privados de Guayaquil y propuesta de manual de procedimientos en noticias de conmoción nacional.

Autora: Nora Lilibeth Andrade Carranza

Tutora: Carlota Morales Vásquez

Samborondón, noviembre del 2012

Dedicatoria

A mis padres: Tedi y Nora, quienes me enseñaron qué es lo correcto y apropiado para que mi vida se convierta en una experiencia satisfactoria y feliz.

A mis hermanos: Lisbeth y Xavier, quienes me animaron a seguir cuando por las fatigas del camino quería desistir.

A mi abuelita: Rita Solano, quien con ternura infinita orientó mi vida y apoyó mis sueños...

Les dedico este esfuerzo y les estaré eternamente agradecida

Agradecimiento

Debo agradecer a Dios, quien nunca me ha abandonado en situaciones difíciles. A mi familia: padres, hermanos y abuelitos por el apoyo brindado en este largo sendero que tuve que recorrer. Sin su amor, comprensión y paciencia no hubiese podido llegar a la meta.

Cabe destacar a mis profesores de la carrera, quienes por cinco años contribuyeron a mi formación profesional.

A mi tutora que me acompañó en el proceso de la investigación. A pesar de mis tropiezos y conflictos estuvo junto a mí, para guiarme, examinar el trabajo, sugerir bibliografía y aunar esfuerzos para mi crecimiento profesional y ético. No ha sido fácil; pero no hay logros exentos de dificultades.

Por último, Quiero recalcar que la Universidad Espiritu Santo es una institución que permanecerá en el imaginario de sus estudiantes por siempre; aunque tengamos que partir ¡Gracias UEES!

INDÍCE GENERAL

	Pág
Introducción	1
<u>Capítulo I</u>	
Planteamiento del problema	3
Problematización	3
Delimitación del problema	6
Formulación del problema	6
Sistematización del problema	6
Determinación del tema	6
Objetivos	7
Objetivos general de la investigación	7
Objetivos específicos	7
Justificación	7
<u>Capítulo II</u>	
Marco teórico	
Antecedentes históricos	
30 septiembre 2010 (30S)	9

Antecedentes referenciales
12

Estudios internacionales

Sobre televisión y estándares
de calidad
12

Fundamentación teórica
19

I

Marco conceptual
44

Capítulo III

Metodología

Metodología propuesta
57

Tipo de investigación
57

Diseño de investigación
58

Técnica de recolección de datos
58

Capítulo IV

Análisis de las encuestas
60

Cuadro de entrevistas

a profesores
73

Conclusión
74

Recomendaciones
79

Rúbricas para evaluar noticieros

televisión privada

81

Rúbricas para evaluar noticieros

televisión pública

82

Capítulo V

Propuesta

Manual de procedimiento en procesos

noticiosos de conmoción nacional

para canales públicos y privados

83

Bibliografía

103

II

INDÍCE DE TABLA

Pág

Encuesta No. 1

Tabla No. 1

60

Tabla No. 2

61

Tabla No. 3(A)

63

Tabla No. 3(B)

64

Encuesta No. 2

Tabla No. 1

70

Tabla No. 2
72

IV

INDÍCE DE GRÁFICOS

Pág

Encuesta No. 1

Gráfico No. 1
60

Gráfico No. 2
61

Gráfico No. 3(A)
63

Gráfico No. 3(B)
64

Encuesta No. 2

7

Gráfico No. 1
70

Gráfico No. 2
72

V

Resumen

La investigación “La noticia del 30 de septiembre del 2010, referente de calidad de los noticieros televisados en los canales públicos y privados de Guayaquil y propuesta de Manual de procedimientos en noticias de conmoción nacional” elaborada por Nora Lilibeth Andrade Carranza aborda el problema de la televisión en cuanto analiza la calidad de programación en general, especialmente en los noticieros de la televisión ecuatoriana. La investigación evalúa el acontecimiento del 30S y compara la cobertura realizada en los noticieros de Ecuavisa y EcuadorTV, emitidos en la ciudad de Guayaquil. Para este fin se aplicó rúbricas a un corpus de vídeos sobre la cobertura. Para obtener los estándares de calidad o competencias se aplicó dos encuestas a una muestra de 191 estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Espíritu Santo representaron la muestra para aplicar dos encuestas, cuyos datos permiten obtener estándares de calidad. De éstos se seleccionaron cuatro que complementaron las competencias de la rúbrica. Las entrevistas a los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, captaron con sus criterios la evaluación de los noticieros y, de esta manera, su experiencia contribuyó a la elaboración de un Manual de Procedimientos para procesos noticiosos de conmoción nacional para canales públicos y privados, cuya fundamentación legal se basa en el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación.

INTRODUCCIÓN

En Tenerife (España) comunicadores sociales reclamaron, en el día mundial de la libertad de prensa, celebrado el 3 de mayo del 2012, mejoras laborales de una verdadera libertad para investigar, informar y opinar. “Sin periodistas no hay periodismo, sin periodismo no hay democracia, decía una larga pancarta que sostenía los manifestantes”. En Ecuador, en esos días, la Asamblea debatía el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación; los periodistas enfrentan amenazas para coartar la libertad de opinión y de información. En decenas de países las publicaciones son censuradas, multadas, suspendidas o anuladas; mientras que periodistas, editores y publicadores son acosados, detenidos y asesinados.

Se ha terminado la investigación inicial pensando que el papel de los medios de comunicación es de vital importancia, porque gracias a ellos se produce el cambio de las sociedades, a pesar de que los escenarios sean extremos.

La televisión, como medio masivo de comunicación, debería seguir lineamientos específicos para que el proceso comunicativo se realice de manera eficiente y efectiva en todos los programas. Los noticieros televisados, objeto de esta investigación, por ser considerados deficientes, fueron evaluados a través de una rúbrica, elaborada con los estándares más relevantes que se tomaron de la muestra. Cabe anotar que se eligió la noticia del 30 de septiembre del 2010 por considerarla como referente noticioso que conmocionó a la nación.

Las entrevistas aplicada a veinticuatro profesores (de un total de cuarenta y seis) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y los resultados del sondeo a los telespectadores (estudiantes) fueron los insumos utilizados en la elaboración de la propuesta del manual de procedimiento en procesos noticiosos de conmoción nacional para canales públicos y privados.

El cuerpo de la investigación se compone de cinco capítulos organizados de la siguiente manera: El capítulo I enfoca el problema, los objetivos generales y específicos, justificación; el capítulo II expone marco referencial, marco conceptual. El capítulo III contiene la metodología, el análisis de las encuestas, las entrevistas a catedráticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Rúbricas; y, las conclusiones y recomendaciones están incluidas en el capítulo IV.

En el capítulo V se inserta la propuesta, que consiste en un Manual de Procedimientos en procesos noticiosos de conmoción nacional para canales públicos y privados.

Finalmente, se debe destacar que existen pocos estudios referentes al tema; pero, se consiguió investigaciones internacionales que contribuyeron para fundamentar el estudio. Entre los textos más destacados constan: “Televisión y Calidad” de Giuseppe Richeri, María Cristina Lasagni, los textos “Televisión, Pantalla e Identidad, Televisión” de Omar Rincón y Mauricio Estrella, “Imagen y Video”, todos textos de Jesús Martín Barbero, “De los Medios a la Meditación”, como por ejemplo “Periodistas ante Conflictos” de Roberto Rodríguez y Teresa Sadaba, “Periodismo de Investigación” de Alejandro Querejeta. Todos de vital importancia. Para la redacción del problema de la propuesta se consultó el “Proyecto de Ley de Comunicación versión 2012”.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Los noticieros televisivos del Ecuador tienen aproximadamente cincuenta años de antigüedad puesto que la televisión llega a nuestro país en los años 60'S. En la Casa de la Cultura nació la televisión en Ecuador como Canal 4, que hoy es Red Telesistema (RTS).

En ese año (1 de junio 1960) “Canal 4” obtiene permiso para operar, hito que fue celebrado por la prensa ecuatoriana.

En la década de los sesenta se funda Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito y Telecentro Canal 10.

La televisora Ecuavisa es la primera empresa que obtiene señal internacional y empezó a transmitir desde el cerro de El Carmen.

El 22 de febrero de 1974 Teleamazonas que comenzaba sus transmisiones a colores se convierte en la primera red de televisión con la más alta tecnología.

Otra cadena de televisión aparece el 19 de abril de 1977 con el nombre de Gamavisión, los estudios centrales fueron en Quito.

En 1985 el canal 8 fue vendido a Ecuavisa con sede en Guayaquil.

En el año de 1990 SITV (Sistema Integral de Televisión) es fundada pero su trayectoria fue breve, pues a propósito de la quiebra del Banco del Progreso fue incautado y puesta a la venta.

El 3 de noviembre de 1993 surge ETV Telerama con un formato innovador.

En el 2005 nace Canal 1 Internacional que transmite a los Estados Unidos su señal puede ser vista libremente, además en toda América, Europa y Norte de África. En Ecuador se la puede ver en UHF en Quito y Guayaquil.

En noviembre 30 de 2007 el canal oficial del Estado TV ECUADOR inició su primera señal de prueba. Tv Ecuador se caracteriza por ser el canal con tecnología más avanzada existente en el país.

Por último en septiembre de 2008 nace la señal Internacional de Teleamazonas para toda América a través del satélite Intersat 1 R.

La historia de los noticieros televisivos está estrechamente vinculada al nacimiento de la televisión puesto que tenían y siguen teniendo un importante espacio en la programación de los canales. El 1 de marzo de 2012 se cumplió 45 años de la salida al aire del primer noticiero producido por Ecuavisa en Guayaquil. Los noticieros del canal mantienen aceptación de la colectividad.

La trayectoria de los noticieros televisados debería optimizar la calidad de los mismos puesto que la experiencia hace al maestro, pero el 30 de septiembre del 2010 se observó que el proceso noticioso de los sucesos acontecidos no se le dio el tratamiento con los estándares de calidad pertinentes. La problemática planteada condujo a investigar sobre la calidad televisiva y de los noticieros televisados que se ha visto durante años.

La calidad televisiva en general y, sobre todo de los noticieros televisivos no es fácil de medir ya que los principios básicos descansan en el concepto de periodismo, lenguaje periodístico, deontología periodística, psicología social y el contexto legal del momento, el cual abarca un espectro muy amplio; pues alrededor de estas disciplinas gira el periodismo escrito, radiofónico y televisivo.

Si la Ley Orgánica de Comunicación (actual proyecto) se aprobará en los próximos días, plantearía para los medios de comunicación exigencias muy

puntuales que la investigación las vincula con la problemática planteada como calidad deficientes de los noticieros televisados puesto que estos infringen principios establecidos en el ámbito de la ley.

Investigar sobre la calidad de los noticieros televisados de Guayaquil es significativo ya que la Ley Orgánica de Comunicación será aprobada en pocos días.

Luego del análisis de calidad de los noticieros y de la noticia del 30 de septiembre del 2010 la investigación propone un “Manual de tratamiento de procesos noticiosos de sucesos de conmoción nacional”.

Para demostrar que la calidad televisiva de los noticieros de los medios públicos y privados incidieron en la cobertura del proceso noticioso de los sucesos del 30 de septiembre del 2010; se aplicará una encuesta para puntualizar en qué consiste la calidad televisiva, según el criterio de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Para medir la calidad televisiva en general se aplicará otra encuesta dirigida a investigar las percepciones de calidad en cuanto a los noticieros televisivos, según la percepción de los estudiantes antes mencionados.

Después de codificar e interpretar los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes se procederá con las entrevistas a expertos para investigar las definiciones y conceptos de calidad.

Al aplicar estos instrumentos se establecerá estándares de calidad que conducirán a la elaboración de una rúbrica para evaluar la noticia del 30 de septiembre del 2010; y, a través de este instrumento, se demostrará como es la calidad televisiva de los noticieros, es decir se probará si la incidencia de la calidad televisiva afectó en forma positiva o negativa la cobertura de los sucesos de ese día.

Al margen del resultado que se obtenga de la investigación se propone un Manual de Tratamiento de procesos noticiosos que puedan generar conmoción nacional.

1.1.2 Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación se realizará en la República del Ecuador, región Costa, provincia del Guayas, cantón Samborondón, universidad de Especialidades Espíritu Santo. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

1.1.3 Formulación del problema

¿Los sucesos del 30 de septiembre de 2010 contribuyeron un referente de calidad televisiva de los noticieros públicos y privados?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Qué percepción tienen los televidentes sobre la calidad televisiva en general?

- ¿Qué estándares o competencias debe tener un noticiero para que sea considerado de calidad?

- ¿En qué medida el proyecto de Ley Orgánica de comunicación contribuye a la calidad televisiva?

- ¿Qué relevancia tiene para los medios de comunicación televisiva un manual de procedimiento para las noticias que puedan generar conmoción social?

1.1.5 Determinación del tema

La noticia del 30 de septiembre del 2010, referente de calidad de los noticieros televisados en los canales públicos y privados de Guayaquil y propuesta de manual de procedimientos en noticias de conmoción nacional.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Demostrar que la calidad de la televisión y de los noticieros televisados de los medios públicos y privados repercutió en la cobertura del proceso noticioso de los sucesos del 30 de septiembre del 2010.

1.2.2 Objetivos Específicos

1.- Aplicar dos encuestas para medir la calidad televisiva en general y de los noticieros en especial desde las perspectivas de los televidentes.

2.- Entrevistar a expertos para evaluar la calidad televisiva de la televisión y de los noticieros televisados.

3.- Elaborar una rúbrica a partir de los estándares de calidad de los noticieros según televidentes y expertos, para evaluar la noticia del 30 de septiembre del 2010 para proponer un manual de procedimiento en procesos noticiosos de conmoción nacional.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación “La noticia del 30 de septiembre del 2010, referente de calidad de los noticieros en los canales públicos y privados de Guayaquil y propuesta de Manual de Procedimiento en noticias de conmoción nacional”, tiene sus fundamentos por cuanto fue un acontecimiento de trascendental importancia en la vida social y política del país; que inclusive trascendió a nivel mundial, por ser el Presidente de la República Economista Rafael Correa el principal protagonista.

Tiene su fundamentación social por cuanto el hombre (telespectador) por ser un ente eminentemente social no puede vivir aislado de los acontecimientos que suscitan en la sociedad.

Los periodistas y hombres de cultura no pueden decidir los hechos que han de ocurrir; pero si pueden adaptarse a ellos y sacarle provecho para cumplir con sus misiones. Es necesario convivir con la “cultura del espectáculo”. Esta cultura se la define como popular y se impone a la oficial.

La fundamentación política tiene que ver con el mandatario elegido democráticamente en elección popular y en aquel día del 30 de septiembre del 2010 tuvo en riesgo la democracia del país, por cuanto se pretendía el derrocamiento del Presidente de la República.

La aplicación de las recomendaciones y fundamentos legales del manual, redundarán en beneficio de los medios televisivos públicos y privados para que la información que debe llegar a los televidentes a través de noticieros cumplan ampliamente con los estándares de calidad, establecidos en el ámbito de la Ley Orgánica de Comunicación y las percepciones del telespectador.

Con estos antecedentes expuestos se justifica la realización de la presente investigación.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes Históricos

El 30 de septiembre del 2010 (30S) se dio una serie de hechos acaecidos a consecuencia de algunas decisiones que se conocieron el 29 de septiembre. Para poder explicar mejor hare una revisión sumaria de los acontecimientos tomando como referente la publicación de diario El Comercio de Quito, el lunes 4 de octubre del 2010.

- El veto presidencial a la Ley Orgánica de Servicio Público, que se conoce en la Asamblea Nacional en la tarde y noche del 29 de septiembre, tenía una carga explosiva, entre policías y militares, que fue advertida y tratada en la Asamblea Nacional, donde los propios Parlamentarios del Bloque de Gobierno se indisciplinaron motivando la idea de la muerte cruzada en el círculo íntimo del Palacio Presidencial.

- A las 7h30 del 30 de septiembre los policías del Regimiento Quito se insubordinan exigiendo la derogatoria de los artículos de la Ley Orgánica de Servicio Público que afectaban sus intereses. Los gendarmes se sentían traicionados por sus mandos y engañados por el Gobierno que había negociado con ellos.

- A las 8h30 miembros de la Policía se toman varias vías de la entrada sur de Quito y el Terminal Terrestre de Quitumbe.

- A las 9h00 se tiene noticia de que diversos cuarteles de policía en las diferentes provincias se suman a la protesta.

- A las 10h00 llega el Presidente Rafael Correa al Regimiento Quito para analizar las medidas respecto a las protesta de los miembros de la Policía. Los amotinados, hijos del bajo pueblo que han sido adoctrinados y entrenados para la represión, ofenden de palabra y de obra al Presidente que reacciona en forma violenta, atizando el conflicto.

- A las 10h30 el Presidente es retirado del Regimiento Quito, por miembros de su equipo de seguridad, en medio de graves incidentes.

- A las 10h45 el Presidente, con graves síntomas de asfixia, ha sido abandonado por su equipo de seguridad, “es llevado en brazos, en forma de camilla”, por personal médico dirigido por el Coronel César Carrión, al departamento de Emergencia del Hospital de Policía Nacional, donde es atendido. Después de los cuidados iniciales trasladan al Presidente al tercer piso. Varios policías rodean las salidas del Hospital para impedir que salga el Presidente y obligarlo a negociar.

- A las 11h15 miembros de la Fuerza Aérea se unen a la protesta y pocos minutos después cierran el aeropuerto Mariscal Sucre de Quito.

- A las 11h30 se conocen las primeras informaciones sobre saqueos y robos contra los bancos y el sector comercial en Quito, Guayaquil y Portoviejo.

- A las 12h00 el Presidente habla por el canal público Ecuador TV, anunciando que se encuentra secuestrado en el hospital de la policía.

- A las 13h50, por disposición del Presidente, se declarará el Estado de Excepción.

-A las 14h00 se pronuncia el Jefe del Comando Conjunto anunciando el respaldo al poder civil pero pidiendo la revisión de la Ley.

- Casi a la misma hora se establece una Cadena Nacional de Medios Informativos que empieza a difundir la tesis del secuestro y el Golpe de Estado.

- A las 14h45 el Canciller Ricardo Patiño pide a la ciudadanía que vaya al Hospital de la Policía a rescatar al Presidente Rafael Correa.

Los que marchan al rescate del Presidente al Regimiento Quito se encuentran en las calles con los opositores al Gobierno.

- A las 17h00 la Asamblea Nacional, donde se había originado el conflicto, no logra reunirse y destrabar al incidente como lo había sugerido públicamente el exministro de Gobierno Gustavo Larrea.

- A las 18h00 se reinician las operaciones en el Aeropuerto Mariscal Sucre y en el Terminal Terrestre de Quito.

- A las 18h30 miembros de la oposición se toman a la fuerza el Canal Público Ecuador TV.

- A las 20h30 se inicia el rescate del Presidente con la participación de unos 850 efectivos militares. 30 militares del GOE (Grupo de Operaciones Especiales), especialistas en antiterrorismo, son asignados para asaltar el interior del edificio del hospital y rescatar al Jefe de Estado, 19 de ellos llegan a la habitación del Presidente que se encuentran, al parecer, de modo inesperado, con policías del GOE (Grupo de Operaciones Especiales) y el GIR (Grupo de Intervención y Rescate) que estaban en la misma tarea.

- A las 20h55 el Presidente Rafael Correa logra salir del Hospital de la Policía Nacional, luego de un violento operativo ejecutado por Fuerzas Especiales de la Policía y el Ejército, operativo que se había empezado a planificar desde el medio día. El Coronel Luis Castro, Jefe de la Brigada de Fuerzas Especiales, quien armó el Plan de incursión que incluía dos anillos de seguridad en torno al

Hospital y al Regimiento Quito, dijo públicamente que “una vez que logramos sacar al Presidente “ordené desaferrarnos de la Policía. Ahí es cuando recibido el mayor ataque de ellos”. La balacera mutua, que se desencadenó al norte de la Capital, se prolongó pasadas las 22h00.

- A las 21h45 el Presidente Correa llega al Palacio de Carondelet, donde pide un minuto de silencio por los caídos y agradece a sus partidarios. (Diario El Universo, 2010)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Existen investigaciones sobre calidad televisivas en general y trabajos especiales que se refieren a la calidad de los noticieros; pero, en otros países como Chile, Estados Unidos y Europa: “Televisión y Calidad; El debate internacional” de Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni, texto del cual se ha tomado fundamentos importantes para la investigación y propuesta.

❖ Estudios Internacionales Sobre Televisión Y Estándares De Calidad

Un factor de la calidad es la diversidad referida a los programas, géneros, contenidos, tipos, estilo, actitudes o posturas y expresiones de las opiniones. Este factor tiene la ventaja de ser objetivo, a diferencia de la calidad como creación estética que, por ser subjetivo, dificulta medirlo y difundirlo. Necesita ser valorado individualmente.

Según la diversificación de la programación de cualquier canal se podrían analizar, en forma empírica, las horas de cada uno de los tipos de programa, los recursos económicos y profesionales distintos a las diversas secciones; al tiempo y el espacio dedicado a grupos sociales, étnicos o generacionales diversos. La investigación acude a estudios relevantes para sustentar la investigación propuesta:

Blummer J.C (1991) citado por Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni en la obra “Televisión y calidad” – El debate internacional, distingue siete dimensiones relativas al concepto de diversidad:

1.- Diversidad Sustancial:

- a) Una programación que muestre diversidad de opiniones
- b) Diversidad de argumentos y los temas tratados
- c) Diversidad de valores que un programa o canal expresa

2.- Diversidad en cuanto a tipos de programas:

- a) Diversidad de los géneros televisivos de una programación (noticias, magazine, televisión, cultural)

3.- Diversidad Palimp Sesto

- a) Una interna para cada canal (diversidad vertical)
- b) Sistema televisivo en su complejidad

Propiamente dicha (diversidad horizontal)

4.- Diversidad estilística:

- a) Condiciones y espacio para desarrollar su propio estilo. Características y valores

5.- Diversidad en la distribución de recursos:

- a) Cada tipo de transmisión debe recibir un nivel de recursos en términos monetarios, de medios técnicos más allá de lo que dicta el mercado televisivo.

6.- Diversidad en la audiencia:

- a) Programación televisiva concebida para un segmento de público delimitado.

7.- Diversidad de la calidad:

- a) Noción de calidad en muchas direcciones (características de la calidad)

Los estándares de calidad que promueve Brumler J.C son varios y según los componentes de la “diversidad”, a partir de los cuales se puede juzgar el producto televisivo.

Los métodos e indicadores para medir la diversidad de un sistema tienen aportes significativos de investigaciones efectuadas en los Estados Unidos para relacionarla con los cambios de mercado y del comportamiento de los canales.

Estos estudios revelaron la utilidad del método para analizar y comprender la televisión latinoamericana.

Dominick J.R, Pearce M.C 1976) (vol.26:1) citado por Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagnien la obra Televisión y calidad – El debate internacional, estudiaron la programación de tres networks entre 1953 a 1974 concentrándose en particular en programas de entretenimiento del Prime time.

El objetivo general de esta investigación era entender si la diversificación de los programas había tenido en cuenta que los tres network estaban consolidando su política de acuerdo con sus costos y reparto del mercado en aquellos años prioritarios para la televisión estadounidense.

Los programas fueron clasificados en categorías y se constituyeron algunos índices de diversidad. Los más relevantes son: índice de concentración (da a cuántos programas pertenecen a la misma categoría, generalmente los de máxima audiencia) e índice de homogeneidad (revela cuánto se asemejan entre sí los canales en el tipo de programa que manda al cierre y en el interior de sí mismas).

Dominick y Pearce afirmaron con esta investigación que en la observación de la serie histórica de estos índices resulta evidente la progresiva concentración y la creciente homogenización en la programación de Networks y que este trend coincidió con la formación paralela de acuerdos de cartel entre las mismas networks.

La tendencia que se manifestó produjo, en otros términos, una declinación de la diversificación de los programas en la oferta televisiva americana.

También resultó el fenómeno de los ciclos de programación. Se trata de la dinámica por la cual por un cierto periodo de años, las networks se copian unas de otras los programas de éxito, en un ciclo que pasa de la innovación a la imitación y, al final, al “hartazgo”, y esto se revela como enemigo natural de la experimentación de la diversidad.

Litman B.R en 1979 confirma los resultados de la investigación de Dominick y Pearce con la hipótesis de que esta intensa rivalidad entre sistemas televisivos estadounidenses determinó la ruptura de la “paytelevisiva” estimulando una amplia experimentación en la programación. Como así también la precedente estabilidad, consecuencia de los acuerdos de cartel que había accionado como un factor de homogenización de la oferta televisiva.

Litman construye índices para validar su tesis: Los resultados de la búsqueda de la concentración de la oferta televisiva; caída de la concentración de la oferta televisiva; es decir, una mayor diversificación de los programas en la segunda mitad de los años setenta, cuando ya se tenía conocimiento del “terremoto” de la economía televisiva.

Adams W y Wakshlag (1985) siguen a Litman a propósito de la existencia de una relación directa entre dinámica de mercado y diversidad de la programación. Los investigadores llevan a cabo su estudio tomando en consideración los trabajos precedentes y confirman la declinación de la variedad de programas en los 30 años que abarcan 1953 a 1982, excepto la mitad de los años 70, cuando la ruptura de los acuerdos sobre Networks observados por Litman tuvo lugar.

Adams W y Wakshlag agregan un elemento interesante para la reflexión a partir de 1971: Se observa una rápida declinación de la variedad de los programas ofrecidos, que los autores relacionan con la introducción de una serie de normas que sostienen una legislación en materia de programación que corre el riesgo de reducir la creatividad y la diversificación de la oferta.

(Prime-Time Access Rules) por parte de la Federal Communication Comission.

La investigación de Adams y Wakshalag usó el método de la subdivisión de la programación en categorías (en este caso se utilizaron 35) para llegar al porcentaje relativo en cada uno de los años, utilizando un índice de diversidad que tienen en consideración el número de categorías ofrecidas, como la distribución del contenido en el interior de las categorías.

Owen B.M (1977), en relación a la investigación, sugiere reflexionar sobre el hecho de que las medidas de la diversidad, basadas solamente en la clasificación de los programas en categorías o géneros pueden validar los resultados, si se presupone la completa intercambialidad de contenidos del mismo género o la total diversidad entre las categorías. Por otro lado, no se ha dicho que el espectador no obtenga una ventaja en la capacidad de poder escoger programas diversos del mismo género mientras que el real empobrecimiento de la oferta se tiene sólo en el caso de copias reales o en las réplicas de los programas.

Wober I.M, Kilpatricke (1998) 1989- 1990, investigadores ingleses, están encargados del tema. En una investigación que quiere develar si el nacimiento de un nuevo canal televisivo como Channel 4 habría ampliado la posibilidad de elección de parte de los espectadores en el sentimiento de un aumento del tipo de programas ofertados.

Los Palímpeustos de los canales nacionales ingleses fueron analizados en diversos periodos (agosto y febrero 1976, 1982 y 1986), tomando en cuenta la programación en algunas partes del “prime time” para relevar cuáles canales ofrecían; a la misma hora, programas de diversos tipos y cuáles se superponían uno al otro, proponiendo programas del mismo tipo.

Los resultados demostraron que un nuevo canal agrega, naturalmente, una serie de horas de programación; y, por lo tanto, es posible hacer más elecciones.

Pero también demuestran que se multiplican simultáneamente la súper posición, con la consecuencia de que la elección entre diversos tipos de programas. En este caso, aunque sean pocos, incluso disminuyen. En realidad, la incorporación de un nuevo canal no aumenta automáticamente la posibilidad de elección entre otros canales.

Wober I.M, Kilpatricke, sugiere en este punto un método para verificar la calidad de cada canal en particular respecto de la situación en el sistema televisivo.

El primer paso consiste en calcular el número total de (súper posición) y de elecciones reales que ofrece un sistema al usuario. Para averiguar el aporte de diversidad de cada canal en particular, es necesario tomar uno a la vez y rehacer el cálculo precedente. La ausencia de cada uno de los canales producirá un cambio (más o menos) grande en el cuadro de elecciones reales y demostrará cuál es de verdad importante (y por lo tanto de calidad) respecto al objetivo de aumentar la elección y cuál, por el contrario, lo es solamente de un modo marginal.

La sugerencia de Wober corresponde a la posibilidad de medir la variedad de oferta que cada canal en particular brinda hacia adentro (diversidad vertical), proponiendo atribuir pesos diferentes a distintos tipos de programas, dando relevancia a:

a) Aquellas transmisiones que, por diversos motivos, cuentan con una audiencia que no es de masas;

b) Aquellas que han tenido un alto índice de agrado, independientemente de la diversidad obtenida;

c) Aquellas que no son replicables (por razones de copyright u otra razón).

La diversidad como producto económico ha preocupado a los investigadores del tema y un aporte relevante es el de Litman B.B (1979-1992) en

relación a la oferta y la demanda. En el primero existen elementos que influyen sobre la diversidad.

- 1.- Nivel de tecnología
- 2.- La posibilidad de interfaz
- 3.- El nivel de control político y legislativo
- 4.- El costo de los programas
- 5.- El nivel de competencia

Los elementos que afectan a la diversidad sobre la perspectiva de la demanda:

- 1.- La preferencia de la audiencia
- 2.- El costo absoluto o relativo de algunos géneros de programas
- 3.- El costo de la alternativa de entretenimiento respecto de la televisión
- 4.- Presupuesto de que algunos consumidores tienen a disposición para el tiempo libre
- 5.- La calidad perceptiva de los programas ofrecidos (a menor calidad de la oferta, menor tiempo y dinero invertido para medir el programa).

Sugerencias de Litman para guiar la búsqueda y la puesta a punto de los índices o medidas de la diversidad:

-Cualquier índice debe indagar “cómo las redes o los canales están operando individualmente; más aún cómo reaccionan entre ellos. Con respecto a “bienestar” de los consumidores, de los usuarios.

-Los índices de diversidad serán representados en forma eficaz solamente si están en condiciones de registrar variaciones en cuanto a los asuntos que siguen:

- El número total de los géneros ofrecidos;
- El número total (o al menos el máximo posible) de programas a disposición de los telespectadores;
- La amplitud de la variedad de la elección entre los géneros;
- Las alternativas de elección en el interior de una misma categoría;
- El impacto de un programa nuevo.

- El aspecto “vertical” y “horizontal” de la elección de un programa.
- La importancia relativa de los géneros. (Richeri & Lasagni, 2006, págs. 32-33)

2.1.3 Fundamentación teórica

La calidad televisiva es un tema que se presta al debate internacional y nacional por lo que desglosando, poco a poco, sus definiciones partiremos de estudios internacionales que refieren los procesos para medir la calidad televisiva hasta llegar al asunto específico; la televisión ecuatoriana; pero, en un asunto más restringido, los noticieros televisivos puesto que la investigación amerita este tratamiento. Seleccionado los sucesos del 30 de septiembre del 2010 por considerar al proceso noticioso como instrumento pertinente para evaluar las fortalezas y debilidades de los medios televisivos, en cuanto a cobertura de sucesos en situaciones de crisis que puedan conmocionar a las masas.

❖ La calidad televisiva como vínculo entre información y proceso noticioso

Análisis de contenido:

Los contenidos son frecuentemente analizados como instrumentos para evaluar la calidad de un programa de un medio de comunicación público o privado: prensa escrita, radio o televisión.

Este análisis se aplica para los programas de ficción, farándula, y entretenimiento. Uno de los estándares menos notorio es “los mensajes; o la manera en que están representadas las clases sociales, los géneros o bien las minorías. En los programas **de noticias e información los juicios de valor son más severos, puesto que se les pide, más o menos representar la realidad explícitamente.** Esta “competencia descriptiva” es objeto de atención prolija cuando a la televisión se le exige objetivos educativos o de servicio público este

aspecto de la calidad descriptiva se la hace más evidente entre los países en la que tradicionalmente prevalece la televisión pública.

K. E. Rosengreen (1991) sostiene que “la calidad descriptiva se juzga confrontando los contenidos de la programación con los aspectos correlativos de la realidad, pero la calidad es notoriamente un concepto de difícil definición. Probablemente un conocimiento objetivo, en el sentido estricto de la palabra, no es un resultado posible, pero cada actividad educativa y científica se basa en la aceptación de que es posible alcanzar un grado de conocimiento del mundo intersubjetivamente válido.

Desde el punto vista metodológico, Rosengreen dice que hay dos modos de estudiar la relación entre la realidad y los programas informativos; esos están basados en dos tipos de datos diferentes:

a) “Aquellos internos a los medios de comunicación (intramedia data que provienen de los mismos medios);

b) Aquellos que provienen del exterior (extra media data) basados en algunas características de la realidad que son importantes para el estudio de la capacidad descriptiva.

La advertencia de Rosengreen sobre la información “extra media” no tiene pretensiones de respetar la realidad “así como es”, pero la idea es la de poder confrontar y analizar utilizando no solo los datos que provienen de los medios sino también aquellos que provienen de otras fuentes. Por ejemplo, las informaciones “extra media” pueden ser usadas como estándares respecto de aquellos que analizan la capacidad descriptiva de un programa.

La idea de información “intra media” y “extra media” fue desarrollada por Hyfield, citado por Rosengreen (1991) en una serie de estudios que pusieron en relación tres fenómenos: los eventos (premedia data); las noticias, tal como son presentadas en los medios (intra media data); y, la noticia, tal como es percibida y recordada por el público (post media data).

El fin de estos principios metodológicos es de combinar los tres niveles junto a los criterios de calidad, desde el punto de vista del emisor y desde el punto de vista del usuario para llegar al ambicioso resultado de reflexionar sobre cómo los medios participan en los mecanismos de representación de la realidad.

Rosengreen (1991) sostiene que si **la carga descriptiva de un medio de información es baja, la calidad desde el punto de vista del usuario resulta frecuentemente disminuida** y este criterio es tomado en cuenta no solo en lo que respecta a la transmisión de información, sino para todos los programas. Uno de los métodos para medir capacidad descriptiva puede ser el de confrontar alguna representación que viene del programa con informaciones de fuentes externas; las variables pueden ser el estatus social, el género, el sexo, la edad, los grupos étnicos.

Rosengreen hace notar que la búsqueda desarrollada con esta metodología, en diversos países ha demostrado que los grupos sociales más débiles (niños, ancianos, mujeres, operarios) tienden a ser representados. El cálculo entre cuánto es la sobre- representación o sub-representación puede transformarse en otro índice de calidad de la programación, así como puede ser un indicador del valor que cada grupo social reviste en un momento dado.

Y puesto que en cada sociedad coexisten diversos sets de valores contemporáneamente, la única política de programación satisfactoria debería basarse sobre el concepto de diversidad. Nuevamente, ésta es un criterio para evaluar la calidad de un sistema.

Marc Raboy (1991) va más allá de los estudios que asocian la idea de calidad con la capacidad de representar aún los sectores más débiles con una serie de estudios realizados en grupos con escasas competencias lingüísticas, grupos étnicos, aborígenes, para afirmar que en estos contextos la calidad llega a ser un verdadero y propio valor social.

Los aportes de estos estudios son definitorios; el sistema televisivo debe ofrecer una representación adecuada; servicios especializados, oportunidad de trabajo para todos. En Canadá, que es una sociedad con muchas facetas, hay una programación diversificada, una atención particular a franjas de audiencia y controles regulares para evitar errores (Marc Raboy, 1991)

Marc Raboy acepta las dos dificultades principales de realización: La primera, la creciente comercialización de la industria televisiva tanto pública como privada; y, la segunda, la dificultad de llegar a definiciones de calidad “representativa” menos vagas, y adaptadas para tipo de programación.

Desde el punto de vista del usuario, del emisor de la relación entre contenido y realidad se evidencia cómo los tipos de calidad a menudo se superponen.

Kent Asp (1980) acuña el concepto de “informativity”. Se trata de la cantidad de información ofrecida por un determinado medio de comunicación, a propósito de una definida calidad de eventos, de sucesos, o fenómenos.

El volumen de información es conceptualizada de la manera que sigue;

DENSIDAD.-Se mide calculando el número de temas para cada intervalo de tiempo (o centímetro de columna);

AMPLITUD.-Corresponde a la cantidad de los diferentes tipos de argumentos ofrecidos por el medio;

PROFUNDIDAD.-_Es la calidad de instrumentos explicativos ofrecidos que se calcula sobre la base del tiempo dedicado a cada uno de los argumentos.

La investigación de Asp utiliza estos elementos para demostrar que tras los medios y sucesos existe una gran diferencia de capacidad informativa respecto de los programas de Noticias (allá donde propiamente esta capacidad debería ser una de las características principales). Está claro, de todos modos, que un método similar puede ser utilizado no sólo respecto de las Noticias, sino también a otros tipos de programas. El concepto de informatividad usados por Aps.

Es un buen ejemplo de cómo los tres tipos de calidad - descriptiva del usuario y del emisor - son en realidad, la misma cantidad de información. Será elaborada en modo diferente por personas diferentes.

Según sea las variables de las que dependen, ya sea del usuario del contenido. La potencialidad informativa y la cantidad de información realmente recibida son dos cosas radicalmente diferentes (Asp, 1980)

Rosengreen, al igual que Aps, hace la misma consideración a propósito de otra característica del programa: La comprensibilidad (comprehensibility), que presupone una muestra de comprensión por parte del público desinformación dada por los medios:

Rosengreen dice Una precondition esencial para la comprensibilidad de la información es que no sean presentadas sólo las noticias que se refieren únicamente a hechos, eventos, sino que todos estos se sitúen en contexto que aclare los nexos principales, tanto sean los casuales, especiales o temporales. (Ronsengree)

En conclusión se puede decir que la comprensión depende efectivamente de la “comprensibilidad” del texto a la que ha aludido; pero, además hay que tener en cuenta las características diferentes de cada usuario (distintos niveles culturales, capacidad de interpretación).

En el análisis de contenido entran también los parámetros de evaluación destinados a poner de relieve el exceso de “sexo y violencia” en la programación.

Broadcasting, (1990) ofrece un buen ejemplo, dado que está considerado que la legislación inglesa atenta a garantizar los niveles de calidad de la programación en este ámbito. El Broadcasting Standard Council, es una institución reguladora cuyo fin principal es definir y renovar cada cierto tiempo un código de comportamiento de los concesionarios televisivos públicos y privados en lo que se refiere a contenidos violentos y sexuales de los programas y el nivel del gusto y de la decencia a los cuales tales programas deben atenerse.

El Council, antes de definir o de renovar el código, debe consultar tanto a los entes de regulación y de gestión de las redes televisivas, como a otras personas consideradas particularmente adecuadas y competentes para afrontar tales deberes. Además el Council debe:

- Controlar la programación televisiva, debe redactar los reportes sobre la representación de los comportamientos violentos o sexuales en televisión y sobre el grado de decencia y de gusto y reclamar en el caso de cerciorarse de que el código no fuese observado.

- Verificar, dentro de lo razonable, todos los programas que son transmitidos desde el exterior y que pueden ser recibidos en el Reino Unido con el fin de controlar sus formas de representación de los comportamientos violentos o sexuales y sus niveles de gusto y de decencia.

- Considerar las denuncias presentadas en forma escrita que se refieren a los programas con contenidos violentos o sexuales, corresponde además al Council.

- Evaluar los comportamientos del público hacia representaciones de los comportamientos violentos o sexuales y sus niveles de gusto o decencia.

- Evaluar los efectos de tales representaciones sobre las posturas y los comportamientos de determinada categoría de personas.

- Presentar al gobierno un informe sobre los temas relevantes sugeridos en el curso de su actividad con el fin de evidenciar las cuestiones generales de la política televisiva.

Los telespectadores han sido monitoreados siempre con métodos y técnicas diferentes y los objetivos van dirigidos a indagar las preferencias por un programa u otro, al margen de que estos juicios expresados sean percibidos como criterio “de calidad” (Wober I.M. Kilpatricke, 1992)

El estudio del japonés Sakae Ishikawa, que abarca desde 1963 hasta 1970, establece un cuadro de referencia teórico y metodológico sobre la calidad televisiva. En esta investigación él establece tres condiciones para medir la calidad, basada en el juicio del televidente:

a) Dar información que pueda ser utilizada con criterios para la producción de los programas.

b) Informarse sobre pareceres de los espectadores

c) Ser de fácil utilización

Ishikawa considera que es imposible satisfacer, al mismo tiempo, cada una de las tres condiciones ya que en el pasado todos los estudios trataron de realizar una o dos, sacrificando lo que podía ocasionar dificultad.

La metodología de Ishikawa sugiere que en investigaciones de este tipo se apliquen seis pasos:

1.-Los productores de cada programa son interrogados (mediante cuestionario) respecto de aquello que les parece que son los appeal points y los composing factors de sus programas.

2.-Debe seleccionarse el target de cada programa y se individualizan los factores de este tipo de audiencia.

3.- A este target se solicitará que dé un juicio general sobre el programa

4.- Este target es interrogado sobre las expectativas respecto sobre los appeal points del programa.

5.- A estos espectadores se les preguntan sobre las composing factors del programa.

6.- Se analizan las relaciones sobre las expectativas del programa y el juicio sobre el mismo, entre el juicio sobre los factores característicos y el parecer más general, sobre la transmisión – y también sobre elementos psicológicos que

implican un parecer por parte de los espectadores-; y, por último, es posible hacer una comparación por los espectadores.

El costo de la investigación ha impedido el desarrollo de la misma en los cuatros años siguientes, puesto se trata de un método de análisis muy complejo ya que existe dificultad en traducir los resultados en indicadores prácticos para la producción de los programas.

La Asociación Nacional de los Emisores Comerciales Japoneses (MINOPOREM) (1975 – 1979) desarrolló una investigación de cuatro años.

En este proyecto los programas se subdividieron en algunas categorías como por ejemplo para el relax, educativa, según el tipo de percepción y de satisfacción que el programa provoca en el espectador.

❖ **La calidad de la comunicación televisiva según los expertos**

Robert Albers (1992) citado por Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni investigó bajo los auspicios de la universidad de Michigan, en el marco de la iniciativa japonesa (Ishikawua) sobre la calidad, desde el punto de vista de los expertos y como resultados obtuvo criterios personales bastante precisos sobre lo que significa la calidad.

Entre las diversas categorías que se aproximan a la televisión con una visión profesional crítica Albers examinó cuatro:

a) Los autores de textos destinados específicamente a la información de productores de programas televisivos;

b) Los jurados de los premios y de los concursos para programas televisivos;

c) Los críticos televisivos;

d) Los productores televisivos

Los resultados de la investigación de Albers respecto a estas categorías, son:

a) Los autores de textos destinados específicamente a la información de productores de programas televisivos: el autor de la investigación afirma: “Esta reseña de la literatura académica sobre la producción televisiva y de comunicación releva una carencia de la información que se refiere, directa o totalmente, a la calidad de la producción”. Un resultado relevante derivado del análisis de los textos es la evidencia de una serie de elementos útiles, pero típicamente técnicos (iluminación, encuadre, movimientos de la cámara, entre otros).

El investigador constata que en ningún texto analizado se encontró la intención de afrontar el tema de la calidad televisiva, ni de ofrecer para este fin las indicaciones prácticas o teóricas.

b) En cuanto a los jurados de los premios y de los concursos para programas televisivos, Albers ha recogido los criterios con las escalas de valores y los esquemas de selección utilizados en doce “concursos” cinematográficos y televisivos estadounidense. En diez de éstos, se ha adoptado criterios de medida numérica de los parámetros que les resultaron significativos. Estos han sido sintetizados en tres categorías:

1. Los criterios de contenido (originalidad, autorregulación, apropiación de los hechos)
2. Los elementos formales (sonido, iluminación, puestas, dirección)
3. La interrelación entre la forma y el contenido (calidad artística, creatividad, presentación).

Respecto a esta segunda categoría de especialistas se recordó las conclusiones de la investigación: Los doce concursos muestran que son dos las aproximaciones principales de la valoración de la calidad de los programas. Diez de las organizaciones consideradas utilizan estándares de valoración formalizados y clasifican los programas sobre la base de una escala numérica mientras que las otras dos organizaciones usan una aproximación menos estructurada para valoración de los programas sin criterios o procedimientos formales.

Los concursos que se tomaron en cuenta buscaban valorar el contenido, la forma y el nivel artístico y la mayoría usaba valoraciones de tipo profesional. La evaluación de calidad es un proceso inexacto, en realidad no deducible a una fórmula, y los profesionales no están en condiciones de cumplirlos porque están muy próximos a los procesos para ver el producto integralmente.

c) Los críticos televisivos: A pesar de que los autores atribuyen una particular relevancia a los juicios de los críticos televisivos que expresan en sus artículos, es difícil encontrar una orientación sistemática y un mínimo de “objetividad”. Son muchos los críticos que consideran que la televisión es incapaz o no tiene disposición para producir obras de calidad significativas. En realidad muchos productores de televisión consideran que la crítica escrita en los periódicos no es una fuente significativa y no ofrece parámetros útiles para valorar la calidad de la televisión. Los críticos que escriben en los periódicos están destinados a informar a los telespectadores que quieren saber algo sobre los contenidos, sobre la continuación de la historia, sobre los protagonistas más que ofrecer juicios sobre la calidad de los programas.

A pesar de lo anteriormente dicho, la investigación de Albers toma en consideración también esta categoría de testimonio significativo. La investigación seleccionó un número de artículos y los examinó como una unidad crítica con el objetivo de aislarlos y establecer una relación en cada uno de ellos destinados a analizar o describir ciertas características de los programas televisivos en cuestión. Estas características se clasificaron en cinco categorías, tres de las cuales eran de tipo analíticos que se referían al contenido, la forma y la interacción entre contenido y forma; las otras dos, eran descripciones de la historia, de los personajes o del programa en su conjunto.

Este análisis se realizó a veinte y seis artículos publicados en periódicos y revistas. Las conclusiones del autor son las siguientes:

Los artículos de los críticos sobre periódicos y sobre revistas de mejor programa son preferentemente descriptivos y generalmente son muy superficiales.

Cuando enfrentan aspectos analíticos. Es más, tienden a focalizarse muy poco sobre el contenido, mientras los juicios sobre el arte televisivo son virtualmente

Inexistentes [...]. En general, las contribuciones de los críticos de programa no son una fuente muy productiva de criterios de valoración. (Albers).

b) Los productores televisivos: (quienes realizan los programas), para poder investigar los criterios y opiniones, en relación a la valoración de la calidad televisiva se investigaron a dieciséis productores norteamericanos de la televisión pública y de la privada. La pregunta definitiva hecha a cada entrevistado era la de definir calidad televisiva. La respuesta fue que existen tantas opiniones profesionales sobre la calidad como profesionales coexistente en el ejercicio profesional y muchas aproximaciones valiosas sobre el tema. Cada entrevistado respondió a las preguntas generales de la encuesta de modo diferente, pero algunos conceptos similares se repetían en varios entrevistados.

Albers afirma que ninguno de los entrevistados manifestó un cuadro específico de referencias en el que se pueda ver claramente un juicio individual sobre la calidad televisiva.

Es de anotar que ésta investigación se la volvió a realizar en Canadá. (Albers: 1994). En ésta se estigmatizó y profundizó la categoría de los programas televisivos y entrevistó a un número limitado de canadienses. Esta experiencia fue más positiva que la investigación con los estadounidenses puesto que se basó en una serie de variables referentes a cinco áreas:

1. La forma de los programas analizados de acuerdo a las variables que siguen.

- a. El guión técnico
- b. La dirección
- c. El montaje
- d. Los actores
- e. Las luces y la fotografía

- f. El sonido
- g. La escenografía
- h. Los lugares en la puesta en escena y los trajes

2. El contenido.

Importancia ética

Moral

Social

La relación con la cultura nacional

Grado de novedad

3. El nivel artístico. Esto resultó para Albers muy difícil de medir en términos objetivos ya que puede ser diferente, pero no descrito, percibido ni regulado. Pero de todos modos la graduó en una escala de referencia general.

4. El impacto sobre el público. Albers hace una diferencia entre impacto y “aproximación” al público. El investigador sostiene que aproximación es la capacidad de tener en cuenta y respetar las exigencias, la sensibilidad y la inteligencia del televidente y, “efecto” sobre el público es el que puede generar los programas como en el caso de contenidos pornográficos o violentos.

5. El acontecimiento económico y comercial. Esta es la variable más objetiva y fácil de medir, dice Albers, pues en ningún caso puede ser ignorado por las empresas televisivas; pero, también la televisión pública debe tomar en cuenta aunque, en términos más directos y precisos, respecto al pasado. Las variables más notable se las puede medir según Albers a través de una escala que indique la calidad opuesta (como por ejemplo excelente y pobre) en el caso del sonido, original y tradicional en el caso de las aproximaciones artísticas al contenido y en el caso del contenido significativo e insignificante.

Finalmente los resultados de una investigación sobre la calidad televisiva organizada por la Broadcasting Research Unit (BRU: 1989) en la que se brindó

especial atención a los temas del sexo y la violencia que usualmente se consideran como indicadores negativos de la calidad televisiva:

Se invitó (por correo) a un grupo de periodistas, expertos televisivos, productores y académicos a expresar su opinión sobre algunas interrogantes entre las que se encontraba “sexo y violencia” en la programación televisiva. A continuación los resultados de la investigación.

Los temas de sexo y violencia deberían ser enfrentados con un objetivo en la mente: el conocimiento de nosotros mismos, y también el conocimiento de la sexualidad y de la capacidad de violencia, que son parte de la vida. La calidad consiste en la apertura, en la veracidad, en el equilibrio (que comprende aún el humor). En otras palabras, esto significa asumir la responsabilidad del cambio de los gustos y de los comportamientos del público; en el rechazo de la utilización de lo inmoral del falso refinamiento, de la prostitución de lo artístico y de lo humano. La utilización del shock puede ser justificado para abrir los ojos solo aquello que sucede, de modo que obligar a la reflexión y a la toma de conciencia. [...] la libertad de expresión es un axioma y el peso de la justificación debería ponerse sobre las que puede limitarlas. (Bru, 1989)

❖ Influencia de las Ciencias Sociales en el contexto televisivo.

Cuando analizamos la trayectoria de los noticieros televisivos en especial y la calidad de la televisión en general señala la dificultad de medir la calidad por las múltiples posibilidades que se pueden asumir en cuanto a estándares, pero sostiene que para comprender los gustos, percepciones y actuaciones de los telespectadores sería necesario volver la mirada a las Ciencias Sociales como fuente de conocimiento anterior para entender el por qué de las conductas que genera la televisión en las masas siempre cambiantes, inestables. Vincula a la psicología social que fundamenta científicamente el estudio.

Ferres, J sostiene verdades insoslayables en cuanto a la influencia de la televisión en la mentalidad de los espectadores cuando manifiesta:

El mundo como plató. (Ferrés, 2008, págs. 21-22-23)

-Las cámaras han trasferido al mundo entero en inmenso plató debido a la Omnipresencia.

-Existe la tendencia a convertir en actuación, en interpretación todo.

-Desde la religión hasta la política ha terminado por convertirse en espectáculo.

-La política disfraza los problemas de fondo con el espectáculo y entorpece la capacidad de razonamiento y de juicio de valor aprovechándose de las reacciones emotivas y de los sentimientos irracionales de atracción o de empatía.

-En el pasado se decía cultura con espectáculo jamás cultura del espectáculo.

Umberto Eco dice “si apareces en la televisión existes”. Esta frase resume la cultura popular que para Ferres es como el juego de puesta en escena pues importa más el parecer que el ser. (Ferrés, J 2008, págs. 23-24)

Los rasgos de la cultura popular se resumen en cinco características señaladas por Ferres: - 1.- La potenciación de lo sensorial, 2.- de lo interrogativo, 3.- de lo dinámico, 4.- de lo emotivo y 5.- de la sensacional.

1.- La Potenciación de lo sensorial.

Las tecnologías de la comunicación televisiva son contrarias a la abstracción puesto que apuestan a la corrección. En la comunicación escrita los significados son abstractos; en la comunicación audiovisual los significantes son concretos, el placer está garantizado. Es el juego de las formas, los colores, la música etc. Las consecuencias de estas características es que la televisión seduce y los sentidos (auditivo y visual) se gratifican mientras que el lenguaje escrito de la comunicación exige abstracción “esfuerzo de las neuronas”, en opinión de la investigadora.

(Goleman D: 1996: pág. 54 citado por Ferrés: 2000; pág. 27) dice que los neurólogos hablan de secuestro emocional para referirse a aquellas situaciones en las que se produce un desborde de las emociones que nublan la capacidad de reflexión, pues esto impide la activación de este proceso neurológico. El fenómeno al que se refiere Goleman se debe a la hiper estimulación sensorial a la que se está expuesto en los medios audiovisuales.

Estudios psicológicos sostienen que lo que se oye llega a través de la piel, por lo que el receptor valora con intensidad lo que percibe este sentido que afecta todo el cuerpo y en especial la mirada. En todo momento está atrapada por la saturación de estímulos auditivos. (Ferrés, 2008, págs. 26-27)

2.- Potenciación de lo narrativo

“El relato de cualquier contenido es en televisión el modus vivendi”: los spots publicitarios, inclusive los noticieros de los informativos.

En la cultura del espectáculo, el tiempo de lo narrativo sobre lo discursivo es evidente.

El relato invade también otros ámbitos audiovisuales extra televisivos como los video juegos. (Ferrés, 2008, págs. 27-28-29)

3.- La potenciación de lo dinámico.

La velocidad es la forma de éxtasis que la revolución técnica ha regalado al hombre, gracias a unos mecanismos tecnológicos cada vez más sofisticados. No se trata tan sólo de que el ritmo de los mensajes audiovisuales sea cada vez más frenético, sino de las alucinantes transformaciones que pueden llevar a cabo en el seno de un mismo plano gracias a la digitalización de las imágenes. (Ferrés, 2008, págs. 29-30)

4.- La potenciación de lo emotivo.

El distintivo de la comunicación audiovisual son las emociones primarias, previas e inevitables a diferencia del lenguaje escrito, las emociones provienen casi exclusivamente de los significados, no de los significantes. (Ferrés, 2008, pág. 32)

5.- La potenciación de lo sensacional.

-La búsqueda de lo sensacional es inherente a todo proceso de comunicación. La eficacia de un comunicador está condicionada, en buena medida, por su capacidad de llamar la atención, sorprender, impactar y despertar el interés.

-La búsqueda de lo sensacional es, pues, una necesidad comunicativa de primer orden.

-En la era de las comunicaciones la competencia es tan feroz que la capacidad de sorprender resulta más difícil que nunca.

-En la televisión la búsqueda de lo sensacional suele concretarse en el hecho de privilegiar los acontecimientos extraordinarios sobre los ordinarios, las excepcionales sobre los cotidianos, los exclusivos sobre los comunes. Y cuando no existen acontecimientos excepcionales, se trata de buscar un punto de vista, recurriendo al contraste o a la dramatización. (Ferrés, 2008, págs. 33-34)

❖ Psicología social y comunicación

La investigación de la calidad televisiva y de los telenoticieros está ligada a las conductas de los telespectadores en cuanto a preferencias y valores que son competencias estudiadas en comunicación intercultural.

La conducta en cuestión, difiere en el grado en que son regidas por las normas y actitudes. En general las consideraciones tienen más probabilidades de influir en las conductas que se llevan a cabo en público, que involucran a los demás y que son cruciales para el bienestar del grupo. La mayoría de los grupos tienen reglas sobre higiene, alimento, agua, protección de la propiedad de los demás, control de la agresión y sexo, intercambio de recursos sociales, cumplimiento de compromisos sociales y respeto a la autoridad. (Smith & Mackie, 1980)

Las actitudes individuales tienen mayor influencia sobre las conductas privadas individuales: que color de coche elige para comprar, el modo que afecta en la prioridad de su propio baño y si toma en sorbete de frutilla achocolatada. Así

mismo con la programación de la televisión, las telenovelas, comerciales, noticieros.

Los individuos difieren en el grado en que aceptan o rechazan a las normas sociales, frente a las actitudes privadas.

Lynn, Miller y Joseph Crush (1986) (citado en Psicología social de Smith y Diane Mackie) en un estudio preguntaron a 226 estudiantes sobre sus actitudes, su percepción a las normas sociales y sus conductas reales en la escuela. Estos investigadores hicieron que los sujetos completen escalas de auto conciencia y autocontrol que mide el grado en que los estudiantes están más pendientes de las actitudes personales o de las normas sociales que podrían ser aplicables. Encontraron que los estudiantes con un alto nivel de autocontrol (que refleja una particular sensibilidad y conciencia de sus propias actitudes) y bajo nivel de autocontrol (que indica una relativa falta de interés en las expectativas de los demás) mostraron gran coherencia entre sus actitudes y su conducta. Por el contrario, los sujetos con bajo nivel a autoconciencia y alto nivel de autocontrol mostraron justamente el esquema propuesto: de este modo, para algunas personas, las actitudes tienen más probabilidades de regir la conducta porque ellos están siempre consecuentes con sus actitudes. Para otros, las normas sociales tienen un lugar de privilegio en sus mentes y tienden a guiar su conducta.

Los factores culturales también pueden determinar si prevalecen las actitudes o las normas. Un estudio mostró que la accesibilidad es una función de aquel que está observando nuestra conducta. (Froming y Cols: 1982). “Ni las actitudes ni las normas predominan en todas las conductas, con todas las personas y en todas las situaciones”. Ya sea que la influencia sea directa o indirecta, las actitudes relevantes pueden limitar o modificar la influencia poderosa de las normas sobre la conducta.

Las normas a veces son reforzadas por recompensas y castigos. Sin embargo las personas observan las normas porque parecen correctas, son

recompensadas por la conducta de otros miembros del grupo, son frecuentemente activadas y ofrecen soluciones a los problemas.

Cuando los individuos se sienten anónimos y perdidos en el grupo es probable que su conducta sea guiada solamente por las normas del grupo. El resultado puede ser tanto una conducta antisocial como una prosocial, dependiendo de las normas que en ese momento son accesibles.

❖ **Las normas del compromiso social**

Estas normas de compromiso social inducen a respetar los compromisos. Las personas pueden volverse vulnerables a causas de las normas sociales, es decir cuando hacen un trato y luego descubre que existen costos escondidos, por ejemplo lo que Smith y Diane Mackie llaman “golpe bajo”. Las personas, usualmente, se ajustan al trato adecuado aún cuando éste haya cambiado con desventajas para ellos.

Las personas cumplen sus compromisos por distintas razones: Se sienten obligados a hacerlo y el no ser coherente con ellos las hace sentir incómodas. También agregan nuevos pensamientos, sentimientos y conductas para ayudar a sostener y reforzar su acción. (Smith & Mackie, Psicología Social, 1998, págs. 30-31)

De acuerdo con lo investigado:

- Que las normas deben ser evocadas antes de guiar la conducta.
- Pueden ser activadas por recuerdos deliberados o por indicios sutiles, como observaciones de las conductas de los demás.
- Las normas a veces son reforzadas por recompensas y castigos.
- Las personas observan las normas porque parecen correctas.
- Porque son confirmadas por las conductas de otros miembros del grupo
- Porque son frecuentemente activadas.
- Porque ofrecen soluciones a los problemas.

❖ Los valores socioculturales

Los valores de una sociedad son importantes para la autoestima de sus integrantes y ésta incide en la aceptación o rechazo que emiten los medios masivos de comunicación investigamos sobre valores socios culturales.

El sociólogo estadounidense, Milton Rokeach (1973: pág. 13) afirma que “los valores son estándares y permiten justificar y racionalizar ciertas creencias, actitudes y acciones [...] al parecer son la base para auto justificación racionalizada y sirven para mantener y aumentar la autoestima (Rokeach, 1973, pág. 13)

Un valor es “una creencia relativamente permanente en la que para una situación particular, un modo, específico de conducta es preferible personal o socialmente que otras formas de conducta.

-Los valores pueden ser finales o instrumentales.

-Un sistema de valores es “una organización de creencias acerca de modos de conducta preferentes y cada una de estos tiene un valor diferente de importancia relativa.

-Los valores sirven como estándares para guiar las conductas de las personas.

-Sirven para guiar acciones, actitudes, juicios y comparaciones. (Rokeach: 1973; pág. 5-18).

-Los sistemas de valores sirven como guías para resolver conflictos y tomar decisiones, permiten la expresión de las necesidades humanas.

-Un valor es “todo lo que interesa a un sujeto humano”. (Perry: 1954, en Willians: 1977: pág. 607). Al referirse a lo que no son valores Willians se acerca a una definición de esto concepto de la siguiente manera:

Se supone que el comportamiento puramente reflejo no manifiesta valores ni valoración: ni los guiños o tics involuntarios ni los procesos bioquímicos del

organismo humano constituyen un comportamiento valorativo. El termino valores puede referirse a intereses, placeres, gustos, preferencias, deberes, obligaciones morales, deseos, necesidades, aversiones, atracciones y muchas otras modalidades de orientación selectiva. Los valores, en otras palabras, están dentro del vasto y diverso universo del comportamiento selectivo.

Los valores como todas las creencias, tienen componentes cognitivos, afectivos y conductuales:

1.-Un valor es una cognición acerca de lo deseable [...]. Decir que una persona tiene un valor significa que conoce la forma correcta de comportarse, o también que conoce el objetivo apropiado al que se debe aspirar.

2.-Un valor es afectivo en el sentido de que una persona siente emociones positivas acerca de un valor y negativas acerca de lo que se le opone; y también porque tienden aprobar a las personas que manifiestan el valor y a desaprobar a los que no lo manifiestan o a quienes manifiestan un comportamiento que lo opone.

3.-Un valor tiene un comportamiento conductual en el sentido que conduce a la acción. (Rokeach, 1973, pág. 7)

Según Rokeach los tipos de valores son:

-Valores finales: Se refieren a objetivos o estados finales de existencia deseables.

Pueden ser:

-Personal: Centrado en la persona (interpersonales), por ejemplo; la salvación o la conciencia tranquila.

-Social: Centrado en la sociedad (interpersonales), por ejemplo, la paz mundial o la fraternidad.

-Valores instrumentales: se refieren a modos de conducta deseables.

Pueden ser:

-Moral: modos de conducta interpersonales, cuya violación conduce a la persona a sentirse culpable. Por ejemplo, comportarse de una manera honesta y responsable conduce a la persona a juzgarse moralmente bien, y si viola este valor, se sentirá culpable.

-Competencia: modos de conducta interpersonales, cuya violación conduce a la persona a sentirse incompetente. Por ejemplo, comportarse de una manera lógica, inteligente o creativa conduce a la persona a juzgarse competente, y si viola este valor, se sentirá incompetente.

-Diferentes variables, como la educación, el grado de internalización de los valores culturales e institucionales, la identificación con los roles, y la identificación política y religiosa, pueden explicar las diferentes individuales en los sistemas de valores. Por otro lado similitudes como sexo, edad, clase social, grupo étnico e identificación política y religiosa pueden explicar “la formación de sistemas de valores de grandes grupos de personas de una manera similar”.

-Los valores son estándares que permiten justificar y racionalizar ciertas creencias, actitudes y acciones; si no fuera por aquellos valores, no serían aceptables, ni personal ni socialmente. Por ejemplo, un cementerio agresivo a un amigo puede ser racionalizado como un intento de comunicarse de manera franca y honesta: un acto de agresión por parte de una nación puede justificarse con base en un valor humano u otro, tales como la seguridad o la preservación de la libertad. El proceso de la racionalización competente crucial en todos los mecanismos de defensa, sería imposible si el hombre no poseyera los valores con los que lleva a cabo sus racionalizaciones.

❖ **Las funciones de los valores**

1.- Orienta a tomar determinadas posiciones relacionadas a los asuntos sociales.

2.- Predispone a favorecer una determinada ideología política o religiosa en oposición a otras.

3.-Determinan la imagen de nosotros mismos que presentamos a los demás.

4.-Justifican las evaluaciones que alaba y culpa de los demás.

5.-Sirven como criterios para hacer comparaciones; se usa para determinar si son tan morales o competentes como otros.

6.-Sirven como criterios para justificar los esfuerzos de persuadir e influir sobre los demás.

7.-Sirven como; actitudes y acciones, las que, si no fuera por aquellos valores, no serían aceptables, ni personal ni socialmente. En este sentido, son indispensables para el mantenimiento y aumento de la autoestima.

8.-Un sistema de valores funciona para “ayudar a escoger alternativas con el fin de resolver conflictos y tomar decisiones. Rokeach lo explica a utilizar la siguiente metáfora. “(Un sistema de valores) es una estructura mental; es como un plan generalizado que quizá se puede comparar con un mapa o plano de arquitecto. Solamente aquella parte del plano o mapa que sea inmediatamente relevante se consulta; el resto no se toma en cuenta por el momento. Se activan diferentes partes del mapa o plano en varias situaciones. (Rokeach, pág. 14)

❖ **La información y el Periodismo Televisivo**

La televisión es una mediación cultural que tiene prioridad en los procesos sociales, imaginario colectivo, vida cotidiana y formación de ciudadanía. Este medio es un dispositivo que narra, cuenta historias dentro de un espacio y tiempo que lo involucra de manera afectiva con sus audiencias.

Además de lo explicado anteriormente la televisión es un negocio que debe ser rentable hablando en términos económicos: esta condición lleva a los que producen y hacen televisión a cuatro momentos claves para su comprensión: el diseño, producción, ejecución y utilidad de los mensajes.

La programación, la narración, circulación y comercialización de los programas.

❖ **El mensaje, las audiencias.**

El noticiario televisivo debe ser diseñado audiovisualmente y pensado como una estructura narrativa con bases en imágenes generadoras de expectativas y proveedora de reconocimiento en su audiencia.

“El periodismo televisivo consiste en contar historias para televisión, es asumir que se debe trabajar con base en conflictos que mueven el relato para hacer de cada programa e informe una historia que vincule al televidente”. (Rincón & Estrella, 2001, pág. 67)

Actualmente las personas buscan información de lo que está pasando en el mundo, en el país o la ciudad; los ciudadanos quieren saber cómo planear sus expectativas y realidades cotidianas. Las audiencias saben que la información que reciben por televisión les puede ayudar a descifrar su contexto socio-cultural puesto que este medio masivo ha demostrado ser eficiente para distribuir información.

La importancia de la televisión aumenta día a día debido, en gran medida, al costo cada vez más alto de otros medios como diarios y revistas, la tendencia a leer poco en los habitantes y, sobre manera a la atracción general por lo audiovisual y la facilidad de resección de la televisión. La información televisiva se constituye en una situación comunicativa con puntos de referencias más comunes para toda una sociedad puesto que es por este modo que el público recibe la mayoría de informaciones; se ha convertido en un punto de encuentro entre lo global y lo local, entre sujetos disgregados con mínima posibilidad de juntarse socialmente.

Sin olvidar el contexto social, político y cultural de la información y que la producción de la comunicación pública requiere una discusión más profunda según la realidad de cada canal y cada contexto cultural se describe el escenario de lo informativo desde el punto de vista de la producción de la noticia en televisión, para de esta manera volver a la base del oficio de informar y los criterios que guían la producción de los criterios en televisión. (Rincón y Estrella).

❖ **Lenguaje Periodístico**

El lenguaje en general no es estático, por el contrario es dinámico porque está sometido a variaciones permanentes cuyos fundamentos se encuentran en tres campos:

- a. La tradición de la época
- b. La personalidad del emisor
- c. La expectativa del receptor

El lenguaje periodístico también se encuentra sometido a permanentes cambios en los que inciden los tres factores señalados anteriormente; pero, el más importante es la expectativa del destinatario, de allí proviene el objetivo principal del periodista: llegar a captar inmediatamente la atención del receptor. (Armentia, 2008: 12-13) Fundamento del Periodismo Impreso

❖ **El lenguaje del periodista en televisión**

La herramienta fundamental del periodista es el lenguaje, es su tarjeta de presentación que da conocer su nivel cultural y la calidad profesional.

El idioma y su práctica son los fundamentos con el que se construye el ejercicio periodístico en televisión, de allí el compromiso profesional o la responsabilidad social con el telespectador que al margen de la imparcialidad de la noticia y la objetividad es la característica primordial que sustenta la calidad televisiva.

Los telespectadores, por tradición, consideran cierto todo lo que emiten los profesionales que presentan un informativo; pero, lamentablemente, no siempre es así porque no se tiene por costumbre analizar la elaboración de los discursos informativos.

La televisión no solo es lenguaje también es imagen, sonido, voz y demás elementos que la convierten en un móvil del pensamiento más complejo y que necesita una mayor concordancia para transmitir un resultado puesto que el mensaje es audiovisual.

El mensaje se caracteriza por ser bastante coloquial y cercano a la audiencia es por esto que el lenguaje no debe ser cargados de detalles, descripciones, cantidades o cifras. Se debe transmitir el mensaje valiéndose de distintos niveles de la lengua, texto, imagen, sonido y voz pues son los elementos que le permite al periodista hacer una narración múltiple y con riqueza en matices.

El profesor Carlos Marín en “El lenguaje informativo de televisión”, los elementos del lenguaje como factores que inciden en el resultado final del trabajo periodístico y que influye favorablemente en los telespectadores:

a.- Claridad, brevedad y concisión

Se trata de llegar y no aburrir a los telespectadores, por lo tanto no se permite expresiones largas y estructuras literarias.

b. - Acompañamiento de la imagen

Debe existir “sintonía” “concordancia” que se corresponda con el texto y la imagen de lo contrario no tendría sentido locutor un texto periodístico televisivo.

c.- Estructura sencilla

La estructura sujeto, verbo y complemento es la más sencilla aunque esto parezca obvio no siempre el periodista televisivo lo advierte y atenta a la calidad del discurso televisivo.

Marín explica que el texto televisivo forma parte de la estructura de la información por lo tanto se debe tomar en cuenta la pronunciación.

La pronunciación está ligada al tono, la intensidad o el timbre que el determina la intención del mensaje. Todos los relatos televisivos contemplan estas cualidades de la voz. Los aspectos fonológicos (sonido y voz) caracterizan la forma de expresar una noticia.

Lázaro Carretera manifiesta “lo ideal sería que la pronunciación se basara en un español estándar que no acentuara las peculiaridades regionales”.

Es necesario aclarar que refiriendo al lenguaje televisivo que responde aspectos fonéticos como la intensidad, el tono, el timbre y la duración. El periodista televisivo aparte de cultivar las cualidades anteriormente explicadas debe fijarse en los niveles del habla, contribuyen a la expresividad de la palabra. Un ejemplo es si estuviera narrando la competencia del marchista Jefferson Pérez

y su peculiar manera de competir en una maratón no requerirá un tono serio. Al contrario, si se informa el fallecimiento de los neonatos del hospital del niño si licitáramos esta desgracia con alegría se transmitiera al telespectador vaguedad o incongruencia, enojo, desconcierto. Muy lejos de la claridad de estilo que requiere la televisión. Por lo general, el profesional no se da cuenta de este error pero el telespectador, sí.

2.2 Marco conceptual

❖ Periodismo

Según Rincón y Estrella (2001 pág. 72) el periodismo es una forma de expresión utilizada para reportar /informar y comentar en los medios públicos los eventos e ideas del aquí y el ahora de sucesos de actualidad.

Socialmente el periodismo asume que es:

-Ejercer el derecho que tenemos todos los ciudadanos para conocer y saber sobre la realidad en la que vivimos.

-El oficio de describir, explorar y descubrir los matices de la vida próxima: una nueva forma de narrar las historias para vivir la vida, una manera inscribir, escribir e interpretar el mundo.

-Una forma de cultura que responde a un contexto y a las expectativas y necesidades de las audiencias específicas de cada medio de comunicación.

❖ Noticia

La acepción más común remite a la raíz latina nova, según el origen las <cosas nuevas>. El diccionario de la Real Academia Española de la Lengua da cuatro significados: Noción, conocimiento, contenido de una comunicación antes desconocida: divulgación de una doctrina; y el hecho divulgado.

La palabra noticia trae a la mente una idea de conocimiento puesto que la definición normativa de la lengua lleva a la mención del hecho noticioso ampliamente estudiada por la teoría general de la información.

Benito (1995:89) define a la noticia teniendo en cuenta el lugar de los contenidos en los medios de comunicación, se ha venido a constituir en el mensaje por excelencia para entrar en contacto con todo lo que sucede a nuestro lado. La noticia, sea cual sea la forma que llega a cada individuo del público, es el fundamento de la información de actualidad.

Melvin Mencher (1991), profesor de la Universidad de Columbia, analizó numerosas definiciones de profesionales y académicos para concluir que hay dos lineamientos concurrentes en todas las definiciones obtenidas.

-Se considera noticia a la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de los esperados.

-Noticia es toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas.

Tradicionalmente se ha considerado una serie de elementos que caracterizan a ciertos hechos como noticiosos:

Impacto: Aquello que afecta a un gran número de personas y tiene consecuencias para sus vidas merecerá preferencial atención de los medios. Ejemplo: Una huelga en el transporte público que paraliza a la ciudad es prioritario ante la cobertura de una huelga en una fábrica cualquiera

Actualidad: La gente necesita saber qué es lo último que ha ocurrido. Pero actualidad no se refiere solo a lo que sucedió ayer sino todo aquello que está en boca de la gente. Ejemplo: El perdón que otorgó el Presidente de la República a Diario El Universo y autores del libro El gran Hermano, independientemente de que todos los días se registraron eventos relacionados con el juicio.

Prominencia: El público quiere saber sobre la vida y obras de las personas conocidas por sus logros y estatutos: artistas, deportistas o líderes de la comunidad. Ejemplo: La obra del Vicepresidente Lenín Moreno a través de la fundación Manuela Espejo es noticia mientras que la deficiente atención en los hospitales públicos pasa desapercibida.

Proximidad: Los hechos que suceden en el área de circulación o recepción del medio afecta directamente a la comunidad, provocando su interés. Ejemplo: La actuación de los policías metropolitanos con los comerciantes informales no tendrá eco fuera de esta ciudad.

Conflicto: Los temas que reflejan la lucha entre individuos o instituciones son siempre de fuentes de historias interesantes porque tienen una fuerte carga dramática y marcan el transcurrir del individuo y de la sociedad. Ejemplo: Las conductas inapropiadas de los ídolos deportivos en los clásicos del astillero.

Rareza: Aquello de lo que desvía de lo esperado, despierta gran interés. Ejemplo: una mujer accede a una pensión vitalicia por la muerte de su esposo no es noticia; pero, que una lesbiana reclame y gane al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES) una demanda por que la reclama la atención de su pareja “una mujer” es una noticia relevante (Benavides & Quintero, 1997, págs. 64-65)

❖ Telenoticiarios

Según Omar Rincón el telenoticiario es un programa de televisión, por lo tanto, debe ser realizado de manera atractiva para que mantenga la expectativa, la incertidumbre y proponga a los televidentes una actividad permanente. La especificidad de lo televisivo implica pensar primero en la imagen.

En televisión las historias que se cuentan son importantes, las audiencias son el fundamento comunicativo, las temáticas y el periodismo.

Una vez que se decide la historia contra a funcionar la temática, la noticia, los datos, los recursos periodísticos y las fuentes.

El noticiero, al ser un programa de noticia, debe ser estructurado como un todo.

El conjunto de los informes construye al noticiero, pero éste no es un relato inconexo de la realidad. El noticiero debe ser producido y diseñado como un programa que busca representar de lo público y mantener al telespectador conectado, sintonizado hasta el final de la edición.

En conclusión, el telenoticiario debe ir más allá de lo periodístico y construirse a partir de los actores o personajes, la utilidad de la imagen, la secuencia narrativa de los interiores, las historias que narran, un ritmo y una estructura total. (Rincón & Estrella, 2001: pág. 57)

❖ **Televisión Pública**

Según Bustamante, E en “La televisión desregulada” y “La televisión pública” (1999 pág. 46 – 72) los países de la Europa, dividida después de la Segunda Guerra Mundial (Italia, Alemania, Francia e Inglaterra), se encontraban necesitados de restaurar la unidad nacional, y la televisión proporcionó un instrumento precioso de interpelación de la mayoría y de convocación a reconstruir el consenso y la identidad nacional. La televisión pública nace en Europa, marcada por una concepción elitista y un sesgo fuertemente voluntarista – los intelectuales y artistas creen saber lo que las masas necesitan, y con ello recrean la cultura nacional- esta concepción se mantiene hasta los años setenta, en que se inicia el proceso de desregulación, el modelo público ofrecerá buenos resultados tanto en el punto de vista cultural, político y económico. A partir de este año se inicia el cambio de rumbo ideológico, económico que empieza a erosionar la estabilidad del Estado de bienestar y, por tanto, el consenso entre Estado y sociedad. La televisión sufre inmediatamente las tensiones que se derivan del nuevo clima político. Unos años antes la televisión de “servicio

público” aparece en los Estados Unidos bajo modelo atípico: local y educativo. (Raboy, 1995)

En América Latina las televisiones son estatales más que públicas, quizás por la influencia de Estados Unidos. El número de receptores se extiende entre la población e inmediatamente se privatizan y pasan a depender masivamente de la industria norteamericana, en cuanto a programación y a como en modelo de producción (con pocas excepciones).

Colombia sigue un modelo mixto. En Chile los canales encomendados a las universidades en son mero instrumento del Estado, culturalmente vacíos y sin producción propia que se nutren con programas del servicio público de la televisión norteamericana.

La televisión pública pierde mucho de su audiencia, sobre todo, su sentido de proyecto cultural nacional al ser puesta a competir con los canales privados (la desregularización / privatización de la televisión en Europa incide en este nuevo escenario). (Bettetini, G y Giaccardi, Ch: 1997). El rating y la cuota publicitaria afectarán la televisión pública que se verá obligada hacer una programación cada día más parecida a la televisión privada; es decir, insertará géneros de máxima audiencia como los concursos millonarios o los talk show puesto que la programación cultural pasa hacer para minorías exquisitas. La audiencia en su mayoría se siente estafada y se pregunta por qué seguir subvencionando una televisión tan frívola y barata como la privada o por qué debería seguir pagando una televisión cara solo para las minorías cultas de siempre. Estas cuestiones han reforzado la oferta segmentada y directa de satélite o antena doméstica o por cable, para quienes pueden suscribirse, de canales enteros con una programación de calidad o entretenimiento diversificado. (Rincón, 2005, págs. 46-47)

❖ **Televisión Privada**

La televisión privada es una empresa como cualquier otra, un negocio que se sostiene de dos actividades esenciales: la producción y compra-venta de programas y la venta de tiempo publicitario.

La televisión privada tiene su origen en los Estados Unidos, pero se ha extendido tempranamente hacia otros países latino americanos.

A decir de Omar Rincón en televisión, video y subjetividad la televisión es “Comerciales rellenos de programas”. Es un medio de comunicación que nace de para vender toda clase de productos. Más que los contenidos importa cuánto se venden en pautas publicitarias. (Rincón, 2002, pág. 39)

En la televisión privada, los programas tienen como objetivo llegar al mayor número de televidentes. Para alcanzar el objetivo que se propone recurre a los formatos que se consideran de mayor efectividad con los que siguen. La telenovela, los deportes el entretenimiento fácil y ahora la televerdad o aquellos o aquellos programas que consiguen captar la atención de gente común. De ahí que los contenidos son simples. La posibilidad de innovación de formatos y contenidos que significaría arriesgar demasiado.

La televisión privada es una industria de alta productividad económica: Una telenovela por noche tiene ingresos por publicidad alrededor de los setenta mil dólares en Colombia. Además genera muchos puestos de trabajo. Esta actividad junta muchos sectores de la economía, es dinámico ya que su alrededor crecen y generan divisas, la publicidad, el merchandising, la música, el deporte, entre otros. Este sector económico moviliza muchísimos negocios, puesto que las audiencias se han multiplicado y diversificado.

La televisión por cable o satelital cuya “punta de lanza” es el fútbol en todas sus modalidades y los conciertos de música.

Como toda industria expone problemáticas como la concentración en la propiedad de los medios, la poca innovación y experimentación en contenidos y formatos. Esto se debe a que los programas que tienen éxito conforman a los mercaderes a decir de Rincón “Tienen miedo al experimento”.

La televisión es una industria compleja y su naturaleza indica que es, a la vez, un medio de expresión, un fenómeno cultural y un negocio. Lo ideal sería que sin dejar de ser comercial debería ser totalmente personal, productividad de estilos de habitar el mundo y de conocimientos acerca de la realidad. (Rincón: 2002: pág. 11)

❖ **Calidad Televisiva**

La calidad televisiva tiende a confundirse con el rating de los programas sin percatarse que para hablar de calidad se debe canalizar las condiciones que se exigen para calificar una emisión importante que se reviste de dignidad y creatividad. Para elevar cualquier duda o ambigüedad es necesario definir con claridad qué indicadores, elementos o estándares permiten aseverar que una programación es de excelente o mala calidad (léase alta o baja calidad).

El maestro Jesús Martín Barberos en “Pretextos”: conversaciones sobre la comunicación”, sostiene que no se puede pensar en calidad de la televisión sin sumar la capacitación técnica, la competencia comunicativa en la construcción de públicos, conocer sobre todo la competencia técnica, la competencia comunicativa en la construcción de públicos, conocer sobre diversidad social, ideológica, y cultural y, sobre todo, la competencia para crear lenguajes afines a los contextos sociales.

En otras palabras Barbero manifiesta que es de calidad una televisión como medio masivo de comunicación si es capaz de captar las vivencias, rutinas y sorpresas expresadas a través de una estética original.

Para discutir la calidad televisiva se tomará un elemento principios de “triparticipación” que citan Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni en *Televisión y Calidad*”

“Tripartición individualizada (calidad de los programas, de los canales, del sistema televisivo). La calidad de los programas es ciertamente la más difícil de definir. (Richeri y Lasagni: 1999; pág. 79)

Confrontar los programas implica una serie de parámetros que tienen relación con el producto, con el contexto de producción, con el contexto de emisión, con la relación que el programa instaura con el público. Cada programa, debería, confrontarse con aquellos elementos más difíciles.

La calidad de los programas es, también, un criterio relativo; del receptor, emisor, autores, y críticos.

Los criterios que se refieren al producto y a su contexto son: el género, la relación que establece con el público, los objetivos, el lugar que tiene en la franja horaria.

La investigación sobre calidad televisiva de los programas en Italia recopila algunas citas textuales de los participantes entrevistados tomando del informe de esta investigación.

Se puede solamente dar una definición de tipo problemático, esto es incluir los factores que están en juego en un discurso de calidad.

Un ejemplo “La calidad televisiva es el resultado complejo de una serie de elementos, pero es como los cócteles, los ingredientes son siempre los mismo pero los cócteles son todos diferentes.

La calidad televisiva no puede prescindir en cada caso de su relación con el público de masas; heterogéneo, de un público constreñido y forzado a mirar un programa sin poder escaparse.

Profesionales de televisión dicen que una de las leyes consiste en que cuanto más desagradable es un programa, más funciona; es decir, mientras menos exigencias tenga, más tendrá éxito. No es siempre así, obviamente, pero es un hecho que calidad y televisión no son dos conceptos que van de la mano. La calidad implica una selección, una elección una reducción del público, mientras que la televisión debería implicar siempre un aumento cuantitativo del público...

La calidad televisiva debe dar cuenta de una característica fundamental: la distracción y debe construirse teniendo en cuenta que “Debe pensar que el público te puede abandonar en cada momento”.

La calidad televisiva que se trata de un mix complejo que involucra varios elementos con respecto al destinatario y al contexto.”

Creo que ninguno se ha puesto nunca de acuerdo sobre la calidad de un programa televisivo, como ninguno podrá hacerlo respecto de un libro porque implica diversas inclinaciones culturales y personales.

❖ **Conmoción Social**

Conmoción nacional, pública o social es un acontecimiento intensamente cubierto por los medios de comunicación que sacude a la opinión pública del país o de cualquier otro.

Damián Fernández Piedemonte, investigador del Centro de Estudios de Comunicación Aplicada de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral, cita algunos ejemplos que han conmocionado la opinión pública en su país. Se trata de sobornos, protestas sociales, reclamos de seguridad, entre otros.

Estos casos ocasionan un gran debate y acarrear consecuencias institucionales como renovar repentinamente la agenda y los problemas estructurales que parecían olvidados vuelven a traer al espacio público generando conflicto.

La investigación de Fernández (Conmoción Pública – Los Casos Mediáticos y sus Públicos) sostiene que los casos mediáticos que generan conmoción pública es un reto para el periodismo porque el objetivo es presentar un modelo que funcione en estas circunstancias.

Los interesados en el periodismo, en la comunicación política, en los efectos de los medios, en la presentación de la violencia, en los estudios de audiencias entre otros, pueden estar interesados en la propuesta solventada en varios estudios empíricos que abarcan la definición del caso mediático conmovedor, la descripción de la estructura y una tipología ejemplificada del lado de la producción y del lado de la recepción ya que se incluye ejemplos de las reacciones de los gobiernos frente a los casos que le afectan en especial a los comportamientos de los públicos que nos debe llevar a una lectura crítica e inferencial sobre estos sucesos. (Fernández: 2001)

En Ecuador los “casos” que han sacudido a la opinión pública a través de los medios masivos de comunicación son abundantes, lo más recientes son:

- El juicio del Diario El Universo.
- La “narcovalija” que se descubrió en Italia.
- El 30 de septiembre del 2010.

❖ Código Deontológico

Es el argumento supremo que orienta cualquier conducta. De esta manera cada individuo es el intérprete de las normas de conducta, este es el fundamento de la Deontología, tal como hoy la entiende, pues los diccionarios la consideran como ciencia o tratado de los deberes, o teoría de las normas morales.

La palabra Deontología la puso a circular el inglés Bentham (1748/1832) en su obra “sciencia de la moralé” (París 1832) pretendía ser una alternativa más liberal del término y del concepto de ética, que al término religioso mortal se había moralizado considerablemente al traspasarse a ella buena parte de los antiguos contenidos de la moral; así lo señala Mariano Arnal “ La humanidad desde que se desprendió del instinto como desencadenante exclusivo de conductas necesita inexorablemente algún tipo de moral para regir sus comportamientos, (es decir sus conductas en relación con los demás”.

También ha moralizado esta última palabra que inventó su autor para que fuera lo más amoral posible. Por consiguiente cuando alguien clama por la deontología clama por la moralidad. [...] No se ha quedado con la palabra inventada por Bentham, igual que se ha quedado con la palabra ética con la que tenemos un nuevo sinónimo de moral”. Por supuesto que este término es aplicable a cualquier profesión o actividad en que la falta de adecuación de los medios a los fines, despojarían a esta de su valor.

❖ **Código Deontológico del periodista**

Es un documento que recopila los fundamentos generales que regulan el comportamiento de los comunicadores. El código contiene objetivos para mejorar el tratamiento informativo de algunos asuntos sociales de actividad. Las recomendaciones que plantea en su interior deben ser pues practicadas no solo por los profesionales de la comunicación sino por todos los involucrados en los medios masivos como la prensa escrita, la radio y la televisión:

- El respeto a la verdad.
- Estar abierto a la investigación de los hechos.
- Perseguir la objetividad aunque se sepa inaccesible.
- Contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas.
- Diferenciar con claridad entre información y opinión.
- Enfrentar, cuando exista, las versiones, sobre un hecho.
- Respeto a la presunción de inocencia.

-Rectificación de las informaciones erróneas.

❖ Estado de Excepción

Art. 164.- La Presidenta o Presidente de la República podrá decretar el estado de excepción en todo el territorio nacional o en parte de él en caso de agresión, conflicto armado internacional o interno, grave conmoción interna, calamidad pública o desastre natural. La declaración del estado de excepción no interrumpirá las actividades de las funciones del Estado.

El estado de excepción observará los principios de necesidad, proporcionalidad, legalidad, temporalidad, territorialidad y razonabilidad.

El decreto que establezca el estado de excepción contendrá la determinación de la causal y su motivación, ámbito territorial de aplicación, el periodo de duración, las medidas que deberán aplicarse, los derechos que podrán suspenderse o limitarse y las notificaciones que correspondan de acuerdo a la Constitución y a los tratados internacionales.

❖ Rúbrica

Es una herramienta que se emplea para medir el nivel de calidad de una tarea o actividad.

En la rúbrica se hace una descripción de los criterios con los que se evaluará el trabajo así como el puntaje otorgado a cada uno de ellos.

Los elementos básicos de una rúbrica son:

-Criterios de evaluación (Contenido, originalidad, requisitos, organización de la organización, recursos visuales empleados entre otros)

-Niveles de ejecución: (Excelente, bueno, adecuado, necesita mejorar).

-Valores o puntuación según escala: (Un punto, acreditado, no acreditado).

-Toda actividad académica, tanto los maestros y los estudiantes requieren saber en qué grado se han alcanzado los objetivos de aprendizaje. Las rúbricas son útiles para establecer de forma clara y precisa los criterios y elementos evaluados en una determinada actividad de aprendizaje.

Tener una guía clara y explícita para realizar la tarea, lo cual es muy útil para el estudiante.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 METODOLOGÍA PROPUESTA

La investigación tiene sus fundamentos en métodos científicos generales de análisis y síntesis. De acuerdo al problema planteado se utilizó el análisis y la síntesis basados en la observación, descripción, examen crítico, descomposición del fenómeno (televisión), enumeración de sus partes y clasificación.

El análisis presupone a la síntesis y, viceversa, por ser correlativos y absolutamente separables. Sin la síntesis el conocimiento es incompleto; en consecuencia, la investigación se ubica en el método analítico sintético pues para llegar a los resultados se atravesó las fases pertinentes, que implica este proceso.

3.1.1 TIPO DE INVESTIGACION

El trabajo científico implica, necesariamente, la interrelación entre experiencia y teoría por lo que esta investigación es de tipo descriptiva. Se estableció las características de los medios televisivos en general y de los noticieros televisivos en especial, para constatar los estándares de calidad deseable, según el televidente.

La técnica de investigación cualitativa ayudó a conseguir los objetivos. Las características del método de tipo cualitativo son las que siguen:

a.-Rechazo a los procedimientos estadísticos o matemáticos como única vía para interpretar totalmente los objetos y fenómenos.

b.-La utilización de la inferencia inductiva y el análisis diacrónica (a través del tiempo) de los datos.

c.-El uso de criterios de credibilidad, transferabilidad y confirmabilidad como maneras de hacer creíbles y confiables los resultados.

d.-La utilización de múltiples fuentes, procedimientos, y sujetos investigadores, dedicados a un único problema o tema que se hacen converger en un punto central de la investigación y estudio.

e.-El uso de la investigación y la entrevista personal no estandarizada como técnica de recolección de datos.

f.-La descripción de los hechos y fenómenos observados como eje central del análisis e interpretación (Cerna, 2002 pág. 47)

3.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los instrumentos apropiados que permitieron obtener acceso a la información requerida fueron:

La observación: un corpus de vídeos tanto de la televisión pública (Ecuador TV), como de la privada (Ecuavisa), sobre la cobertura noticiosa del 30 septiembre del 2010.

Los instrumentos: cuestionarios y entrevistas se aplicaron a los estudiantes de la Facultad de Ciencias de Comunicación. Las preguntas tenían como objeto establecer las percepciones de calidad en la televisión general y, en especial, de los noticieros. La entrevista que se aplicó a los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación tuvo la finalidad de sacar información de los expertos.

El procedimiento que se usó para analizar los datos consistió en la tabulación de las respuestas. Los gráficos utilizados consisten en histogramas en forma vertical.

3.2 Población y muestra

Trescientos ochenta estudiantes, entre mujeres y hombres de 18 y 25 años, pertenecientes a la Facultad de Ciencias de la Comunicación conformaron la población para esta investigación.

La muestra se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{[S^2(N - 1)] + [Z^2 p \times q]}$$

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población = 191 estudiantes.

CAPÍTULO IV

Análisis de las encuestas

Entre febrero y marzo del año 2012 se aplicaron 191 encuestas a estudiantes matriculados en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES), la muestra fue tomada de una población de 380 estudiantes de las diferentes carreras que ofrece la Facultad.

Encuesta No. 1

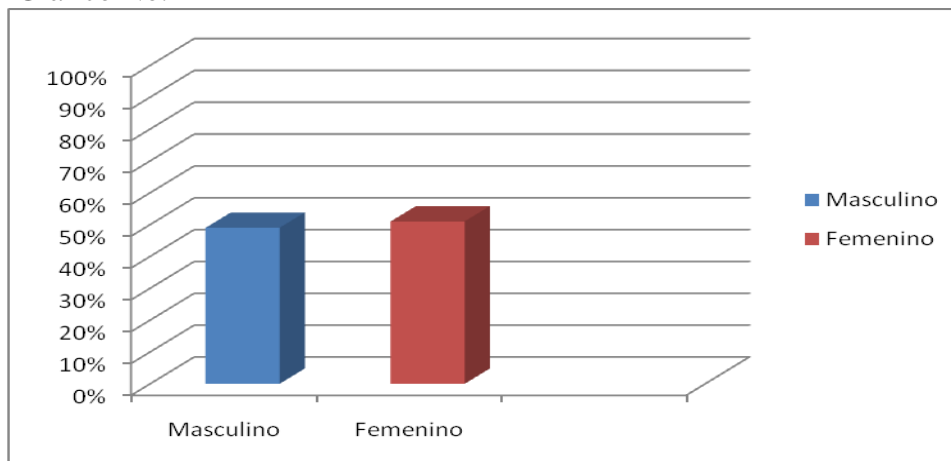
1. GÉNERO: a) Masculino b) Femenino

Tabla No. 1

Masculino	49%
Femenino	51%

100%

Gráfico No. 1



Análisis:

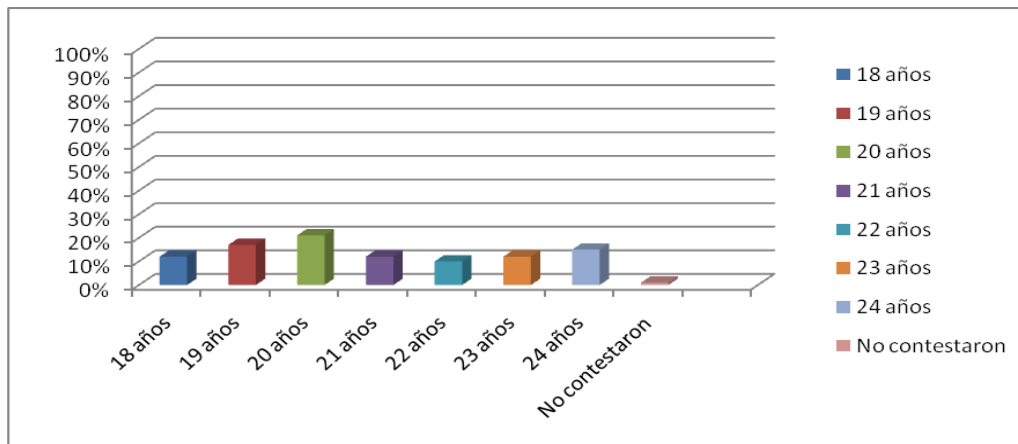
Del total de 191 estudiantes encuestados, el 49% son de sexo masculino y el 51% femenino.

2. EDAD

Tabla No. 2

18 años	12%
19 años	17%
20 años	21%
21 años	12%
22 años	10%
23 años	12%
24 años	15%
No contestaron	1%
Total	100%

Gráfico No. 2



Análisis:

La edad de los estudiantes fluctúa entre 19 y 20 años de edad.

La calidad televisiva de los noticieros desde el punto de vista del telespectador.

¿Cómo deben ser los noticieros para ser considerados de calidad?

1.-Que brinden información creíble, y actual sobre lo que sucede en el país y el mundo.

2.-Que la información que se da oralmente, sea pertinentes con las imágenes respectivas y el discurso noticioso.

3.-Que el presentador se abstenga de comentar la noticia.

4.-Que los noticieros no interrumpan la información por espacios prolongados para la publicidad abundante.

5.-Que se confronte varias fuentes de los sucesos noticiosos.

6.-Que las imágenes sangrientas o violentas se reduzcan al mínimo por respeto al público y a los protagonistas de la noticia.

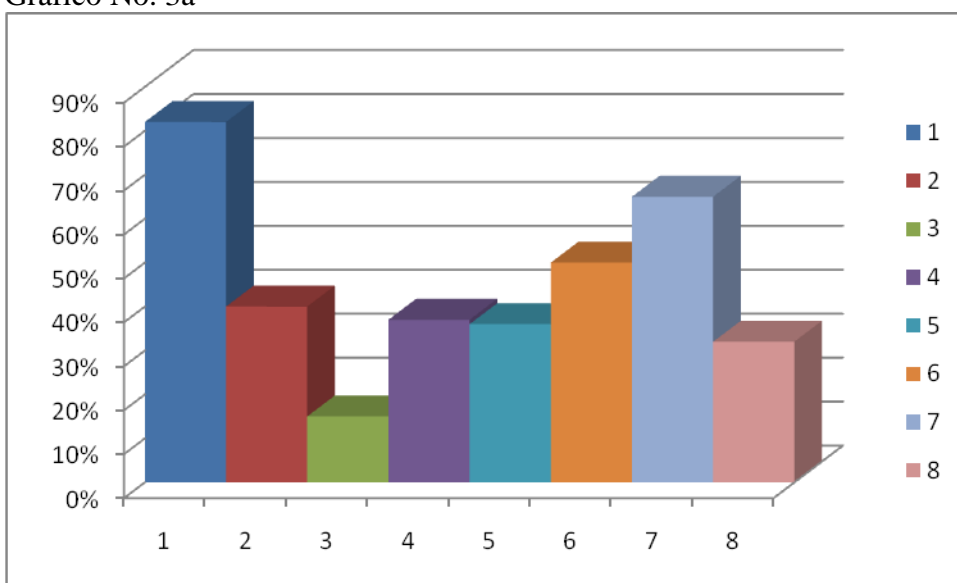
7.-Ofrecer una cobertura informativa completa, de profundidad e imparcial.

8.-Que los presentadores utilicen un lenguaje verbal y no verbal acorde con las normas estilísticas que exigen el periodismo televisivo.

Tabla No. 3a

1	82%
2	40%
3	15%
4	37%
5	46%
6	50%
7	65%
8	32%

Gráfico No. 3a



Análisis:

La pregunta ¿Cómo deben ser, los noticieros para ser considerados de calidad? proporcionó ocho opciones para que los encuestados seleccionaran los que consideren pertinentes. (El mínimo que se sugirió fue tres).

El 82% seleccionó la opción número uno: “que brinden información creíble, y actual sobre lo que sucede en el país y el mundo”

El 65% optó por: “ofrecer una cobertura informativa completa, en profundidad e imparcial.

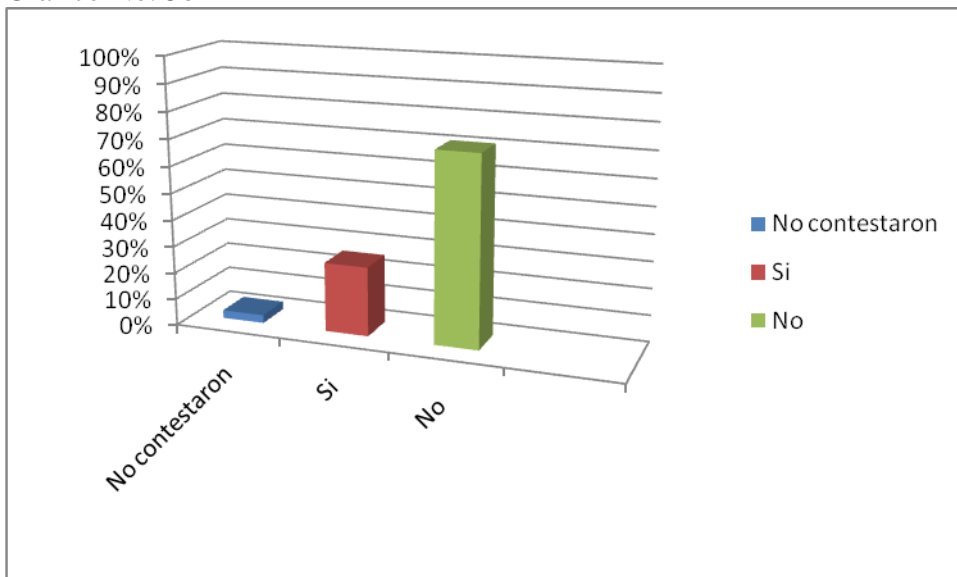
El 50% escogió: “que las imágenes sangrientas o violentas se reduzcan al mínimo por respeto al público y a los protagonistas de la noticia.

9.-De acuerdo con los estándares seleccionados, ¿los sucesos noticiosos del 30S fueron tratados con calidad televisiva?

Tabla No. 3b

No contestaron	3%
Si	26%
No	71%
100%	

Gráfico No. 3b



Análisis:

El 26% de los encuestados sostuvo que la transmisión de la noticia sí fue tratada con calidad televisiva.

El 71% de los encuestados piensa que la transmisión no fue tratada con calidad televisiva.

El 3% se abstuvo de contestar.

10.- ¿Por qué sí y por qué no? Explique

Los encuestados que respondieron que sí fueron tratados con calidad televisiva los noticieros del 30S mencionaron los siguientes argumentos:

- La noticia fue bien estructurada.
- Los periodistas estuvieron siempre informando.
- Transmitieron la realidad de la situación.
- Se dio una cobertura completa.
- Los presentadores de noticia fueron imparciales.
- Hubo calidad informativa.
- Mostraron paso a paso, cada momento del acontecimiento.

Quienes respondieron que no tuvieron calidad televisiva los sucesos noticiosos del 30S indicaron que:

- No Mostraban la realidad del país.
- Se vio solo el punto de vista del gobierno.

- Las noticias fueron manipuladas.
- Faltó objetividad
- Faltó imparcialidad
- Solo se vio cadena nacional
- Faltó veracidad
- Las imágenes eran muy repetitivas
- La noticia se basó en intereses políticos
- Los canales privados no pudieron transmitir los acontecimientos.
- Los medios estaban limitados
- Las imágenes violentas
- La noticia fue tergiversada
- Hubo especulaciones
- Alarmaban a los televidentes
- Presentaron la noticia como una guerra
- La mayor parte de la transmisión fue transmitida por canales estatales
- La transmisión no fue clara
- Fue sensacionalista
- No actuaron con ética profesional
- Los noticieros transmitieron la noticia en un tono de confrontación.
- Emitían criterios personales (los periodistas)
- Hubo varias versiones con distintas pruebas.
- Transmitieron los hechos desorganizadamente
- No hubo libertad de expresión.

11.- ¿Qué le hubiera gustado que los periodistas hicieran en la cobertura y/o presentación de los sucesos del 30S para aumentar la calidad de su trabajo?

- Mostrar el suceso sin sensacionalismo
- Información más amplia de los diferentes lugares donde ocurrieron los hechos.
- Ser objetivos en la transmisión.
- Mayor coherencia y exactitud.
- Transmitir la información en medios públicos y privados.
- No manejar una sola versión de los hechos.
- Imparcialidad absoluta.

- Investigar el origen de la sublevación policial.
- Las imágenes y versiones.
- Disminuir, y no omitir información.
- Confrontar varias fuentes.
- Nota: Las respuestas han sido transcritas textualmente.

12.- ¿Qué le hubiera gustado que los periodistas no hicieran en la cobertura y/o presentación de la noticia porque les resta calidad?

- No dar información sin verificación
- Hablar de información subjetiva y con poca validez
- Disminuir discurso noticioso, le resta credibilidad.
- Mostrar lo que sucedió dentro del hospital.
- Parcializarse.
- Emitir opiniones durante y después de los acontecimientos.
- No pasar sólo una versión.
- Que no hagan inferencias en la transmisión

-Alarmar excesivamente a la comunidad.

-Aumentar el pánico a la comunidad.

Nota: Las respuestas han sido transcritas textualmente.

Encuesta No. 2

¿Cómo debe ser, según los espectadores, la TV de calidad? (fuente: Gunter, Wober; 1992)

Elija tres estándares.

1.-Divertida, agradable.

2.-Informativa, educativa.

3.-Con un buen casting.

4.- Interesante, estimulante.

- 5.- Que presente valores.
- 6.- Para toda la familia, para todos los gustos.
- 7.- Variada.
- 8.- Sin quiz ni premios.
- 9.- Equilibrada.
- 10. Que no insulte la inteligencia.
- 11.- Otros:

En la opción once (otros) los encuestados manifestaron:

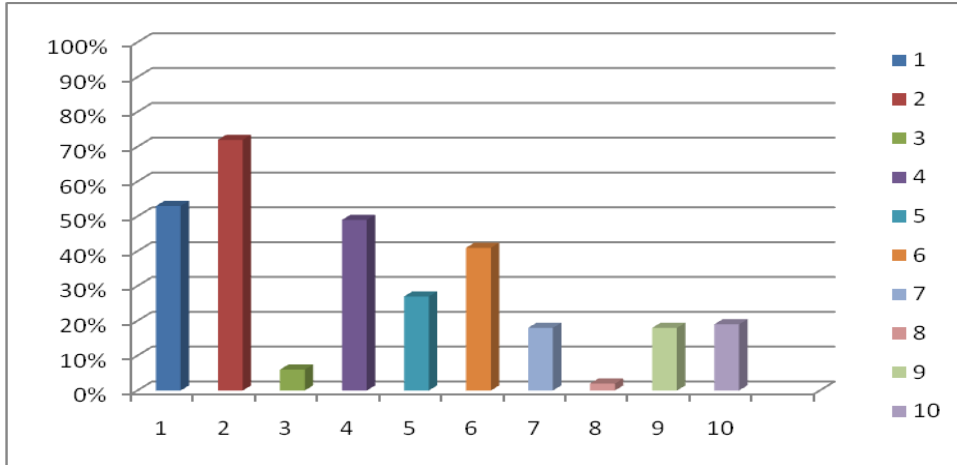
- Información actualizada
- Confiable
- Objetivo
- Calidad
- Imparcial
- Veraz
- Evitar sensacionalismo

TablaNo.1

1	53%
2	72%
3	6%
4	49%
5	27%
6	41%
7	18%
8	2%

9	18%
10	19%

Gráfico No1



Análisis:

Los telespectadores demostraron mayor aceptación a tres estándares, como características deseables en la televisión:

- 1.- La televisión debe ser informativa y educativa.
- 2.- Debería ser divertida y agradable al público.
- 3.- Lo que proyecte será interesante y estimulante para toda la familia y para todos los gustos.

Después de analizar los estándares menos votados, se infiere que las características de menos interés para el telespectador son:

La presentación de valore, no importa que insulte a la inteligencia que no demuestre equilibrio, ni tampoco un buen casting, los concursos y quiz.

Para ustedes ¿cuáles son los objetivos que debe perseguir la televisión para considerarse de calidad?

- 1.-Dar información a los ciudadanos
- 2.-Contribuir a acrecentar la conciencia del público

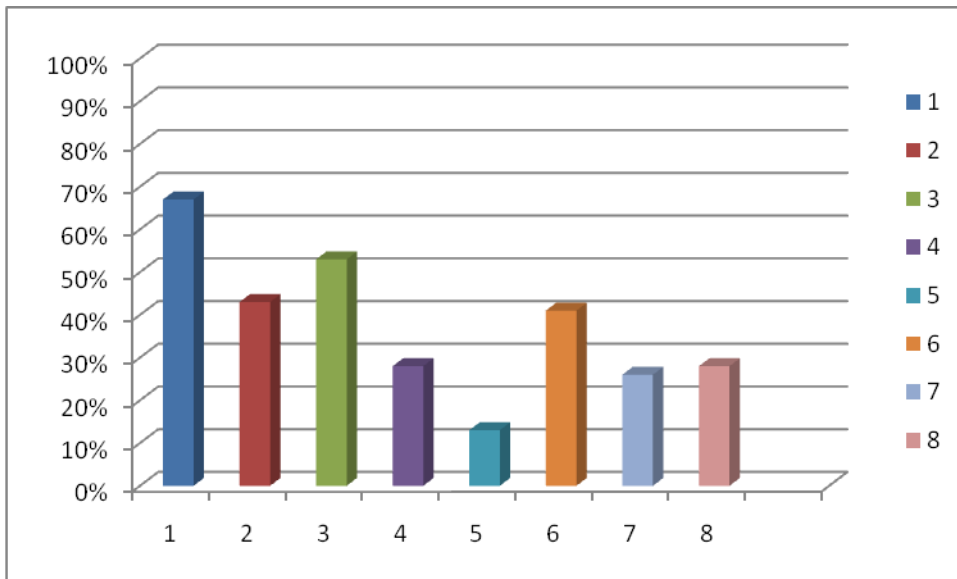
- 3.-Presentar programas de alto estándar profesional
- 4.-Divertir al público
- 5.-Dar participación a los artistas nacionales
- 6.-ofrecer programas que respondan a las exigencias de los distintos grupos de públicos
- 7.-Ayudar a las personas de las diferentes partes del país a aumentar la conciencia recíproca
- 8.-Ofrecer un panorama amplio de programación

TablaNo2

1	67%
2	43%

3	53%
4	28%
5	13%
6	41%
7	26%
8	28%

Gráfico No. 2



Análisis:

Los objetivos deseables y que la televisión debe asumirlos como metas a corto plazo son:

1.- Dar información a los ciudadanos, presentar programas de alto estándar profesional para contribuir con una programación que responda a las exigencias de los distintos grupos de públicos.

2.- Los objetivos que fueron señalados, en menor escala, tienen relación con divertir al público, ofrecer un panorama amplio de programación. Sorprende que muy pocos seleccionaron la opinión de ayudar a las personas de las diferentes partes del país la y fomentar la participación a los artistas nacionales.

Entrevista a catedráticos de la Facultad de Ciencia de la Comunicación

Ciencias de la Comunicación

Catedrático	a.- ¿Ofrecer una cobertura informativa completa en profundidad e imparcialidad de manera tal que moviliza la cantidad de instrumentos televisivos necesarios para sostener un debate nacional, lean e informativo? ¿Por qué?	b.- ¿Favorece y estimula el desarrollo y la manifestación de la cultura del entretenimiento ecuatoriano? ¿Por qué?	c.- ¿Garantiza una oferta de programas y servicios capaces de crear oportunidad para la educación?	d.- ¿Estimula la comunicación de la cultura y las ideas entre el Ecuador y el exterior?	e.- La cobertura noticiosa de los sucesos del 30 de septiembre del 2010 se considera como un referente de calidad de los noticieros televisivos? ¿Por qué?
Leonardo Calderón	Minimamente de acuerdo, porque no hay prensa objetiva ni imparcial.	En total desacuerdo, porque no estimula el desarrollo y tiene un contenido basura.	Minimamente de acuerdo.	En total desacuerdo.	Malta porque produjo el caos en el país.
Byron Cortez	Minimamente de acuerdo, porque no se le da cabida a todos solo se muestra en pantalla a quienes conviene.	Totalmente de acuerdo, porque la televisión pública es evidente el contenido cultural.	Parcialmente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo.	Buena, porque se informó a detalle lo sucedido en vivo, leísimamente después se tergiversó la información.
Teresa López	En total desacuerdo, porque siempre ha existido la manipulación de la información, muchas de las noticias responden a la política de los directivos medio de comunicación. Una misma noticia, a veces, sale en diferentes medios con versiones diferentes.	Totalmente de acuerdo, porque a través de los medios, de difusión diferentes aspectos de la vida cultural ecuatoriana, que a propósito es muy para quienes valoramos los diferentes aspectos de la misma.	Minimamente de acuerdo.	Minimamente de acuerdo.	Excelente, porque es un referente de lo que representa los medios de comunicación, donde se sostiene que no fue un golpe de estado, que únicamente fue una insubordinación policial que reclamaban sus legítimos derechos y otro sostiene que sí fue un intento de demorar al Presidente de la República.
Cristian Cortez	Parcialmente de acuerdo, porque no se puede poner en la misma categoría a la televisión pública y privada pues tienen diferentes razones de existir, características, funciones y objetivos. Si hay algo que ambas pueden coincidir (y coincide con los medios masivos e general) que se puede hablar de imparcialidad, sino de niveles de parcialidad, pues todos tienen sus propios criterios, jerarquías e intereses.	Minimamente de acuerdo, porque en primer lugar se debe definir cultura. Luego se deben analizar los fenómenos de influencia y aculturación que pueden ejercer los medios. En medios comerciales entretenimiento y cultura no son compatibles; en medios públicos si existen la posibilidad de combinarlos, bajo el riesgo de poca audiencia y comparaciones.	Parcialmente de acuerdo.	Minimamente de acuerdo.	Buena, porque hubo noticieros con comunicadores que arriesgaron sus vidas para entregar información veraz sobre lo sucedido ese día, en general en estos formatos aún prevalece la idea de informar con la verdad, aunque no siempre se logra.
Jareth Campovente	Parcialmente de acuerdo, porque hay canales que demuestran parcialidad y profundidad y también tenemos canales que son paralizados y no toda la información es realizada con la debida ética y profundización de los temas.	Parcialmente de acuerdo, porque hay canales que promueven la cultura.	Parcialmente de acuerdo, porque hay canales que cuentan con herramientas tecnológicas y técnicas para que se cree oportunidad para la educación, pero no es un tema a mi parecer les intere y les beneficia.	Minimamente de acuerdo.	Parcialmente de acuerdo, se pudo observar que canales estaban a favor y en contra del acontecimiento y por tanto, el tipo de información que brindaron.
David Cañarte	Minimamente de acuerdo, porque ha quedado demostrado que existen 2 posturas. Los medios privados que se llaman "independientes" pero son 100% dependientes del capital y los intereses corporativos y que sus plataformas para atacar al gobierno.	Parcialmente de acuerdo, porque para los medios privados el entretenimiento es una fuente segura de ingreso gracias a los aspirantes. El asunto es que no es entretenimiento positivo. Sino que cada vez mas superficial.	Minimamente de acuerdo.	Minimamente de acuerdo.	Regular, porque se politizó demasiado el discurso de la oposición del 30 de septiembre y al politizar pierden la objetividad.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio realizado se determina que:

Para los telespectadores la calidad debe ser informativa y educativa, pero al mismo tiempo divertida, estructurada e interesante. La televisión, además, debe ser para toda la familia; es decir, programas para diferentes edades y gustos. Es sorprendente que solo para el 27% de los encuestados los valores deben estar presentes en los programas y, aún más curioso es que a muy pocos televidentes (18%) se interesaron por la opción “que no insulte a la inteligencia como parte de los estándares de calidad. Se puede decir que en este sondeo general el “equilibrio”, por cierto estándar un poco ambiguo, el buen casting y la ausencia de concursos y premios fue lo menos relevantes para los encuestados porque para ellos no inciden en la calidad televisiva.

Se observa que la muestra (ciento noventa y un estudiantes de la Facultad de Ciencia de la Comunicación) es un público muy joven cuyas edades van de los 19 años a los 24 por lo que se deduce que los jóvenes no son exigentes en cuanto a vincular calidad con valores y que no les importe que las producciones televisivas nacionales a veces insulten a la inteligencia, no se preocupen de equilibrar bien su programación, y que los casting dejen mucho que desear y que tan solo un 2% considere un atentado a la calidad los programas concurso.

La encuesta consta de dos partes, lo que analizado anteriormente es la primera: El cómo debe ser, según los telespectadores la televisión de calidad. A continuación analizaremos la segunda parte de la encuesta que consistió en investigar

las percepciones que tienen los jóvenes sobre los objetivos que debe perseguir la televisión para considerarse de calidad.

Los encuestados deberían elegir por menos tres estándares de los ocho propuestos.

1.- Dar información a los ciudadanos. El 67% considera que el objetivo que debe perseguir la televisión para considerarse de calidad es estar informando constantemente a los ciudadanos de los acontecimientos que generen interés en el ámbito nacional e internacional. Así mismo que la elección de este estándar está influenciando que son estudiantes de Comunicación Social e identifican a la televisión como un medio de comunicación masiva, de ahí la prioridad de informar como objetivo principal.

2.- Presentar programas de alto estándar profesional. (53%) Está relacionado con la producción de los programas que, según los encuestados, poseen un nivel óptimo de calidad por ser concebidos, producidos y difundidos por expertos en los contenidos del programa. Hubo necesidad de procesar ya que los encuestados consideraban ambigua la pregunta.

3.- (43%) Contribuir a acrecentar la conciencia del público. Es necesario aclarar que los jóvenes encuestados asumieron la definición: sustantivo, de conciencia que posee un significado polisémico.

a.- Propiedad del espíritu humano de reconocerse en sus atributos esenciales y en todas las modificaciones que en si mismo experimenta.

b.- Conocimiento reflexivo de las cosas.

Al develar cualquier duda que pudiera surgir aclarar los términos y los relaciona con conciencia.

a.- Hacer que alguien sea consciente de algo

Desde estas premisas se interpreta que las preferencias a la opción dos se deben a la relación de calidad con la responsabilidad de la televisión con el público de brindar espacios de cultura y difusión en el que el televidente se reconozca con la identidad cultural, idiosincrasia, acervo cultural propio de la nación

4.- Ofrecer programas que respondan a las exigencias de los distintos grupos del público. (41%) Inferimos que los espectadores esperan que la televisión brinde una programación variada cuyo objetivo debe estar encaminado a la satisfacción del televidente en la medidas de sus expectativas (jóvenes, adultos, hombres, mujeres, amas de casa...)

5.- Divertir al público. (28%) Según los encuestados el objetivo que debe perseguir la televisión de calidad es divertir “mientras la programación nos de alegría, nos arranque sonrisa y nos haga olvidar la cruda realidad no cambiaremos de canal”.

6.- Ofrecer un panorama amplio de programación (28%). Los públicos jóvenes recorren la programación con el control remoto y cuando no encuentran nada que los satisfaga terminan exclamando “no hay nada que ver” de ahí quizás las preferencias de este estándar que según ellos interpretan a mayor programación más calidad de la televisión”.

7.- Ayudar a las personas de las diferentes partes del país a aumentar la conciencia recíproca. (26%) La relación muy cercana del estándar 3 con el 7 llevó a develar las que pudiera surgir: Conciencia recíproca

El último lugar de las preferencias lo ocupó el estándar 5 dar participación a los artistas nacionales. Ellos consideran que los artistas nacionales carecen de relevancia en comparación con los internacionales. Se puede concluir la valoración de lo nuestro (acervo cultural) se manifiesta en la indiferencia hacia el artista internacional.

La calidad televisiva de los noticieros desde el punto de vista del telespectador.

La investigación pretendió indagar las opiniones de los telespectadores respecto a la calidad de los noticieros televisivos, según las perspectivas de la muestra seleccionada. Dado los resultados se ha tomado las de mayor aceptación (cuatro), que servirán para elaborar la rúbrica con la que se evaluará las competencias de calidad de los medios televisivos públicos y privados en el ámbito informativo por lo que tomaremos como referente la noticia del 30 de septiembre del 2010.

¿Cómo deben ser los noticieros para ser considerados de calidad? Hubo ocho opciones pertinentes.

El mínimo que se sugirió a elegir fue de tres estándares. Así pues se procede a reportar los hallazgos para interpretarlos y llegar a las conclusiones:

Los telespectadores de noticias opinaron que para que un noticiero sea considerado de calidad debe reunir las competencias suficientes (82%) en cuanto a “brindar información creíble, actual sobre lo que sucede en el país y el mundo”.

En una escala del 65% sostienen que al ofrecer una cobertura informativa completa, en profundidad, imparcialidad es muy deseable para alcanzar calidad noticiosa. Se releva el estándar 6 como expectativa tercera sobre las imágenes sangrientas o violentas que deberían ser reducidas al mínimo por respecto al público y a los protagonistas de los hechos. Quizá parezca contradictorio, pero sugiere el espectador debe existir concordancia entre discurso (información) oral e imágenes respectivas y pertinentes.

La pregunta quinta surge de inmediato respecto a que ¿Si la información de los hechos es de episodios trágicos (muerte en carretera, incendio, secuestro) ¿las

imágenes respectivas y pertinentes que respalden la información no deberían ser acorde al suceso?

Interesante es el estándar siguiente se confronta varias versiones de los sucesos noticiosos (36%) se infiere que este punto es el “talón de Aquiles” de los noticieros; por eso, en las recomendaciones ocupará uno de los primeros lugares.

La molestia del telespectador en cuanto a las interpretaciones de los noticieros por espacios prolongados para la publicidad abundante (37%) lleva a recordar que la televisión privada es una empresa con fines de lucro y que la participación de los medios se basa en este argumento” “Se solventa con los auspiciantes”. La recomendación sería no exagerar porque el que incurre en este error abusa de la paciencia del televidente, corre el riesgo de bajar su rating ya que el 32% de los encuestados les molesta que los presentadores utilizan el lenguaje verbal y el no verbal diferenciado, es decir que atente contra la claridad de estilo que debe poseer el periodismo televisivo.

Sorprende la flexibilidad que tiene el telespectador en el estándar que refiere a la imparcialidad u objetividad ante el hecho noticioso. Que el presentador se abstenga de comentar la noticia, es una condition sine quanon (condición sin la cual no) que de alguna manera a la gente joven le gusta la confrontación o la ruptura de status quo (equilibrio)

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones consignadas en esta tesina están dirigidas a los responsables de la calidad televisiva. A través de la investigación bibliográfica y de campo que cada canal tiene una idea particular de la calidad televisiva y es a través de sus concepciones que adecúan sus programas. Estas ideas varían de acuerdo al medio (público o privado)

Se recomienda:

-Los públicos (audiencia) son inestables y las percepciones van cambiando conforme avanza la tecnología y las tendencias de la televisión internacional.

-Las percepciones de calidad y preferencias (gustos) deben ser monitoreadas constantemente.

-Para las generaciones jóvenes (18-25 años) la televisión debe ser informativa y educativa.

- Los públicos jóvenes vinculan calidad con diversión y agrado.
- El objetivo de la televisión para tener altos estándares de calidad, están centrados en informar – variedad.
- La credibilidad de los noticieros sobre la información de lo que sucede en el país y el mundo debe ser prioridad.
- Toda información debe tener respaldo en las imágenes que serán pertinentes al discurso noticioso.
- No abusar de las imágenes sangrientas o violentas (se atenta contra los derechos humanos del público y los protagonista de la noticia y se percibe como manipulación que denigra al medio.
- La publicidad debe ser cuidadosamente intercalada y dosificada. La audiencia repudia la espera.

Elaboración de la rúbrica

La rúbrica es una herramienta que se emplea para medir el nivel de calidad de una tarea o actividad, son útiles para establecer de forma clara y precisa los criterios y elementos de evaluación.

Se elaboró una rúbrica con los estándares de mayor aceptación seleccionados por la entrevista para evaluar los estándares de calidad de la cobertura noticiosa del 30 de septiembre del 2010 tanto en el ámbito de la televisión privada como la televisión pública, se probará si la incidencia de la calidad televisiva afectó en forma positiva o negativa la cobertura de los sucesos de ese día.

Las entrevistas aplicada a veinticuatro profesores (de un total de cuarenta y seis) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, fueron las bases utilizadas en la elaboración de la propuesta del Manual de Procedimientos en procesos noticiosos de conmoción nacional para canales públicos y privados, cuya fundamentación legal se basa en el proyecto de la Ley Orgánica de Comunicación.

Las preguntas tenían como objeto establecer las percepciones de calidad en la televisión en general y, en especial, de los noticieros. La entrevista que se aplicó a los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación tuvo la finalidad de obtener información de los expertos.

Los noticieros televisados, objeto de esta investigación, por ser considerados deficientes, fueron evaluados a través de una rúbrica, elaborada con los estándares más relevantes que se tomaran de la muestra,

Rúbrica para la Evaluación de la Calidad Noticiosa de los Sucesos del 30 de Septiembre

Los Canales de televisión privada		Del 30 de septiembre del 2010 desde la Televisión Privada Ecuavisa			
	Autora: Libbeth Andrade C.				
Competencia	100% - 90% Sobre el estándar	90% - 71% Cumple con el estándar	70% - 61% Se aproxima al estándar	60% - 51% Debajo del estándar	50% - 41% Muy por debajo
Brindo información creíble y actual de los sucesos	Total acuerdo La cobertura fue información completamente veraz y de (in sitio). De actualidad y absoluta objetividad	De acuerdo la información fue veraz y actualizada pero se nota un tinte político que parcializa la cobertura.	Parcialmente de acuerdo puesto que se nota una marcada postura en favor del ejecutivo y posturas a favor del ejecutivo y en contra de la policía.	En desacuerdo ya que si infiere que hubo Golpe de Estado.	Total desacuerdo se tomo la cobertura como un espectáculo.
Ofreció una cobertura informativa completa, en profundidad e imparcialidad.	Total acuerdo, la cobertura informativa fue completa, en profundidad e imparcialidad.	De acuerdo la cobertura informativa fue completa, en profundidad.	Parcialmente de acuerdo, la cobertura informativa fue completa en profundidad, pero se nota parcialidad marcada en el relato de los hechos.	En desacuerdo puesto que la cobertura informativa fue completa en profundidad, pero se nota parcialidad marcada en el relato de los hechos.	En desacuerdo puesto que la cobertura informativa no fue completa en profundidad.
Redujo al mínimo, las imágenes sangrientas o violentas por respeto al público	Total acuerdo la cobertura noticiosa contó con mínimo de imágenes sangrientas o violentas. Se respeto al público y a las víctimas.	De acuerdo a la cobertura noticiosa conto con mínimo de imágenes sangrientas pero las tomas de violencias fueron frecuentes. Se puede decir que hubo respeto a los televidentes.	Parcialmente de acuerdo puesto que en las noticias sobresalen algunas tomas muy sangrientas y cargadas de violencia.	En desacuerdo puesto que la noticia estuvo matizada continuamente de imágenes sangrientas y tomas violentas	En desacuerdo no se ofreció una cobertura informativa completa en profundidad y con mucho sesgo que denota parcialidad.
Presentó imágenes pertinentes al discurso noticioso que respaldaban la noticia.	Totalmente de acuerdo la noticia presento imágenes pertinentes al discurso informativo	De acuerdo; la noticia presentó imágenes pertinentes al discurso informativo pero algunas se repetían con mínima frecuencia abundaban sin escucharse la voz del presentador.	Parcialmente de acuerdo ya que la noticia presentada algunas veces imágenes impertinentes y respetivas. Iba por un lado la voz.	En desacuerdo porque se observo que los presentadores hablaban y no siempre las imágenes tenían pertinencia con el discurso.	Totalmente en desacuerdo, la noticia presento desfases abundantes entre imágenes y discurso.

Capítulo V

PROPUESTA

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS EN PROCESOS NOTICIOSOS DE CONMOCIÓN NACIONAL, PARA CANALES PÚBLICOS Y PRIVADOS.

INTRODUCCIÓN

Los índices de audiencia de la televisión superan, en gran medida, a los lectores de periódicos, a pesar de que la información televisiva es ordinaria, menos reposada y analítica que la de los medios impresos; la radio es de mayor alcance en las colectividades pobres y analfabetas. En todo caso, el nivel medio de formación política del Ecuador es más bien bajo y esto es notorio, incluso en sociedades de primer mundo.

Por ello la labor de los medios televisivos es insustituible, de allí que tiene más relevancia la labor de la televisión para la democracia, forma de gobernar que reconocen la libertad individual y el pluralismo como realidades preexistentes a la articulación política de la sociedad, y los constituyen en sus cimientos principales. Consecuentemente esta forma de gobierno democracia acepta como hecho positivo la discrepancia de opiniones y ampara el hecho de disentir.

En democracia se puede desistir pero también es posible discrepar y llegar a un consenso. Si éste no es total, por lo menos garantiza el respeto a las minorías. El contraste de postura y opiniones da como resultado que se plasme un orden positivo fundado en la justicia. La televisión inexcusablemente ha de, informar pues las reglas de convivencias y el correcto ejercicio del poder y el control social ejercido sobre todos los medios de comunicación en general y en especial la televisión; pero si la sociedad esta “aborregada o es abúlica, o si se dificulta la labor de los medios de comunicación social se desmorona unos de los pilares básicos de la democracia” (Rodríguez: 2010; pág. 26)

La propuesta de este manual es el producto de la investigación “Los sucesos del 30 de septiembre del 2010 como referente de calidad televisiva en los noticieros públicos y privados en Guayaquil. “Se analizó las encuestas sobre la calidad de la televisión en general y en especial aplicada a noticieros, jóvenes de un estrato social medio-alto y estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Como expertos se entrevistó a catedráticos de la misma Facultad.

Se elaboró una rúbrica con cuatro estándares de mayor aceptación, seleccionados por la muestra para evaluar es de calidad de la cobertura noticiosa del 30 de septiembre en la televisión privada y pública. En base a todo este proceso, se procede con la propuesta de este manual.

Función social de los medios de comunicación

En la preparación de los noticieros, los responsables de la emisión de la noticia deben tener presente la función social.

-Conviene recordar que ésta es informar y que su independencia depende, sobre todo, de que el medio genere beneficios económicos suficientes. La dificultad está en conjugar debidamente negocio y servicio. Debe quedar claro que el medio

traicionaría su misión social si la subordinación al afán de lucro, o si la información que proporciona careciera de neutralidad o ignorará las exigencias de la ética profesional. (Rodríguez: 2002; pág. 27)

Prevalencia en la difusión de los contenidos. (Según art 8, título 1 del Proyecto de Ley de Comunicación).

-Conviene no olvidar que los contenidos, en este caso noticiosos, deberán propender a la calidad y ser difusores de los derechos fundamentales consignados en la constitución y en los instrumentos internacionales de los Derechos Humanos. Esto quiere decir que existen limitaciones específicas tendientes a equilibrar el derecho a externar las ideas a terceros y la sociedad, pues el derecho a expresarse no debe menoscabar la moral, los derechos a terceros que implican el honor la dignidad y el derecho a la intimidad; así como tampoco pueden en nombre de ese derecho, provocar algún delito o perturbar el orden público.

El noticiero como programa de televisión

-Tener presente que el equipo que pone en escena el programa de noticias se debe a un mismo objetivo; entonces debe conocer la (s) estrategias y misión del programa de noticias, de lo contrario será muy difícil para el telenoticiero conseguir el objetivo comunicativo.

-Lo ideal es que el equipo que trabaja en éste llegue a acuerdos acerca de lo que quiere comunicar en cada nota, su estructuración narrativa y el trabajo audiovisual.

-El mensaje televisivo es efímero. Si el televidente no lo entiende no tiene otra oportunidad de mirarlo. (Pocas veces los televidentes graban las noticias).

-Recordar las definiciones de conmoción social tomadas según publicación de marzo 2 del 2011 en Límites del Poder y Sensaciones Periodísticas de Rommel Jurado Vargas. (internet)

Desestabilidad o conmoción social se da por la difusión de noticias falsas o erróneas emitidas con la intención de causar desestabilidad o conmoción social; esto es por ejemplo la falsa imputación de un delito (difamación) realizada a través de un medio de comunicación. Otro ejemplo, rumores sobre liquidez del sistema financiero; causaría conmoción social de incalculables consecuencias. Aunque la fuente sea “confiable” y el informe sea la quiebra del banco más grande del país, las consecuencias serán:

-Los depositantes irían a retirar sus depósitos causando una crisis de liquidez, por lo tanto se pondría en riesgo a la totalidad del sistema financiero.

-Otro ejemplo: el periodista cubre una sublevación de miembros de la fuerza pública y recibe una llamada telefónica cuando hace su reporte y señala que una “fuente confiable”, que es un alta oficial de las Fuerzas Armadas, lo cual es falso pues se trata de un pequeño número de soldados. (Rommel Jurado Vargas: marzo 12 2011 Poder y Sensaciones Periodísticas)

-No puede difundirse este tipo de noticias sin realizar la debida corroboración de la información. Es posible que este tipo de noticia aliente a la confrontación violenta entre los sublevados y los partidarios del régimen, el riesgo de pérdidas de vidas humanas y propiciaría la desestabilización de la democracia.

-Noticias de semejante envergadura solo pueden difundirse una vez que se hagan las debidas comprobaciones, esto es consultar a las fuentes públicas y privadas involucradas en el tema, de lo contrario el daño social infringido podría comprometer a la economía y estabilidad del país.

Recomendaciones para evitar algunas técnicas de manipulación

Según la Guía Didáctica de Sagrario Rubira, Roberto Aparicio, Ángeles Díez y Fernando Tucho en Medios de Comunicación y Manipulación propuesta para una comunicación democrática. Consigna algunas de las sugerencias por considerar las normas de oro que deberían tomar en consideración los involucrados en el periodismo (noticieros televisivos).

Evitar algunas técnicas de manipulación como:

-Modificación del significado de la palabra.

-Se debería evitar o utilizar en determina dirección palabras “peligrosas” por ejemplo drogarse, terrorismo, sino fuese necesario.

-Evitar palabras que refuercen los estereotipos sociales que existen sobre un determinado grupo (minorías negras, indígenas, homosexuales).

-No recurrir a frases hechas o tópicos que de tanto repetirse han terminado para acostumbrar a la audiencia a ese concepto como una verdad constatada y asumida por la mayoría:

Para hablar de mujeres en su lugar “sexo débil”

Clichés como: “poner en broche de oro”, “los puntos sobre las ies”, “contribuir con un granito de arena”, “el legado que heredamos de nuestros antepasado”...

-Dar ciertos elementos de información pero omitiendo otros.

-Evitar construcciones que permitan ciertas interpretaciones y las acciones correspondientes (añadido degradante) que se suelen hacer sobre alguien o sobre algún hecho que posicionan de antemano a la audiencia “el apóstol de la paz obedeció ciegamente a sus superiores”.

-Argumentar hechos exagerados.

-Omisión de los hechos. Dar ciertos elementos de la información, pero omitiendo otros.

-Adulación

-Añadidos degradantes.

-Opiniones diferentes según circunstancias.

Es la adecuación de los discursos del emisor en función de las ideas del receptor.

Otras sugerencias para evitar la Manipulación los telenoticieros, según, Umberto Eco, la manipulación en los noticieros se dan por:

-Introducción de inflexiones u observaciones explícitas a propósito de una noticia.

-El periodista comenta la noticia, la interpretación, la hace suya, llega a ponerse triste, enojado o risueño es decir dramatiza la información cargándoles de significado en función de su ideología.

-Comentar sólo aquello que se puede o se debe.

-Los noticieros recurren a procedimientos espectaculares, pero eso no significa que se va a informar sobre todos los acontecimientos. La selección previa de lo comentable está estrechamente vinculada al margen de libertad de expresión que posea un determinado medio.

-Poner la noticia incómoda donde nadie espera ya.

-Hay noticias que pueden pasar desapercibidas según el lugar donde se coloque. La intensidad de las noticias previas que las posteriores a la información incómoda, de alguna manera desarticulada en la audiencia el mecanismo de esperar algo más importante que lo que ya ha visto.

-Ofrecer la noticia completa sólo cuando los diarios del día siguiente o los otros medios de comunicación han difundido ya la información de una forma más completa.

-Los noticieros completan sus partes informativa cuando los diarios o los otros medios de comunicación han difundido ya la información de una forma más completa.

-No decir las cosas por su nombre se comenta un episodio pero sin ir directamente al asunto.

-En muchos noticieros se alude a ciertos acontecimientos, pero sin hacer explícita referencia a ellos.

-Ante una situación crítica se dan muchos argumentos, pero no se va directamente al grano.

-Manifestarse sólo si el gobierno ya se ha manifestado.

-Ante situaciones críticas y donde aún no se ha desarrollado un periodismo de investigación, el noticiero ofrece su punto de vista en función de la actuación que el gobierno tenga sobre un determinado asunto.

-No omitir jamás la intervención de un ministro.

-La presencia de ministros o diputados sirven para legitimar de vista de una empresa de comunicación, periodistas, etc.

-Dar solo oralmente las noticias importantes, sin ningún tipo de imágenes.

-La información que se transmite sólo a través de la palabra no tiene la misma fuerza que si utilizaran márgenes. La propiedad del medio televisivo es la de recurrir a documentos visuales y no limitar la información de la palabra, como ocurre en la radio. Una noticia será desapercibida si no se recurre al lenguaje específico de la televisión: imágenes y palabras.

-Ofrecer imágenes de las cosas importantes si ocurren en el extranjero.

-Por el contrario, si ocurre una situación crítica a nivel nacional y se quiere que pase lo más desapercibida posible, recurre a imágenes de acontecimientos que tienen lugar en otros países y, si la información que se transmite sobre ese otro contexto, es más espectacular ayudará a que pase más desapercibida la nota que se quiere ocultar. Así mismo, suele recurrirse a escenas espectaculares, hechos truculentos, testimonios muy dramáticos para dar a conocer algo anecdótico a escasamente significativo.

A veces el propio presentador borra las noticias. Su sola presencia se constituye en la información.

Muchas/os presentadoras/ es ejercen un gran carisma en la audiencia y un pequeño cambio en su vocabulario o puede convertirse en el punto de atención de los espectadores.

-No abusar de las imágenes y el sonido para transmitir emociones en el espectador en desmedro de los conceptos e ideas complejas (razón).

Esta capacidad intrínseca para generar conflictos puede ser utilizada (y así viene haciéndose) con dos fines: utilizar emociones para apelar a la razón y provocar un conflicto cognitivo que genere un conocimiento o bien utilizar el conflicto emotivo para bloquear el cognitivo y provocar una manipulación de la voluntad del espectador, ya “desarmado”.

Claridad de estilo: base de la redacción para noticieros televisados.

-Objetivos de oro para informar una comunidad de manera transparente, oportuna, veraz, con criterio de exactitud, claridad y respecto a las fuentes y las imágenes.

-Equilibrar la redacción de tal manera que lo que se exprese evite la tensión entre la necesidad de vender y la obligación de proveer una lectura juiciosa de los eventos que le suceden a la sociedad.

-Privilegiar los criterios de formación de opinión pública más que los de entretener a través del espectáculo o melodrama.

-Generar contextos para que el público comprenda la información. Es decir, relacionar los hechos con la sociedad, el pasado y el futuro.

-Sensibilizar al público para que actúe y se involucre positivamente en la solución en la solución en el lenguaje televisiva.

-Redactar sin manipular las emociones para sensibilizar sin consecuencias positivas.

Recordar, para redactar, que está en un mercado capitalista, pero debe vencer la tentación del sensacionalismo para obtener rating.

Normas deontológicas

Considerar los principios establecidos en el art. 10 del proyecto de Ley Orgánica de Comunicación para expedir por si mismos códigos deontológicos orientados para mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional.

Principios mínimos, de acuerdo a las características propias de los medios televisivos que difunden información y opiniones.

1.- Referido a la dignidad humana

a.- Respetar la honra y reputación de las personas

b.- Abstenerse de injuriar, calumniar, difamar, mediante acusaciones infundadas:

c.- Cuidarse de difundir opiniones que mediante el descrédito, menosprecio, humillación a los miembros de un colectivo racial, étnico, sexual, religiosos, clase social, posición política, o similares contribuyan a un clima social de hostilidad contra quienes formen parte del colectivo afectado.

d.- Respetar la intimidad personal y familiar.

e.- Guardarse de difundir hechos que se vincule con la intimidad de una persona sin su consentimiento (art. 10 – Título II - Principios y derechos).

Relación de los noticieros televisivos con los grupos de atención prioritaria

-Evitar especialmente la incitación al consumo de cualquier tipo de droga y el culto a la extrema delgadez en los niños, niñas y adolescentes. Este artículo se complementa con el art. 16 Derechos de las niñas, niños y adolescentes y el art. 29 Información de circulación restringida – numeral 4. (Título II – Capítulo I – Art. 10)

-El ejercicio profesional:

Art. 3 Concernientes al ejercicio profesional (Título II – Principios y derechos)

a) Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general.

b) Abstenerse de omitir o tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas.

c) Abstenerse de obtener información o imágenes con métodos ilícitos, y difundirla.

d) Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.

e) Reconocer a las personas naturales y jurídicas del sector privado su derecho no proporcionar información ni responder preguntas, si así lo deciden.

f) Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia.

g) Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quién pretenda realizarla.

h) No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística.

i) Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional.

j) Inhibirse de aceptar dádivas o cualquier otro privilegio que tenga el objeto de incidir sobre los contenidos comunicativos.

k) Abstenerse de usar la condición de periodistas o comunicador social para obtener beneficios personales ilegítimos.

l) No utilizar en provecho propio información privilegiada obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa.

m) Abstenerse de difundir información expresamente se ha invocado cualquiera de las siguientes condiciones: que su nombre no sea citado, que la información no sea utilizada públicamente, o que solo lo sea a partir de una fecha determinada.

n) Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

-Prácticas de los medios de comunicación:

Art.4 Relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social
(Título II – Principios y derechos)

- a) Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica.
- b) Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones y las opiniones que se hayan demostrado como falsas.
- c) Corregir los errores que se constaten en la información difundida.
- d) Respetar el derecho a la presunción de inocencia.
- e) Abstenerse de difundir publirreportajes como si fuese material informativo.
- f) Cuidar que los titulares sean coherentes y consistentes con el contenido de las noticias.
- g) Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones.
- h) Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario.
- i) Evitar difundir, de forma positiva o valorativa, las conductas irresponsables con el medio ambiente.
- j) Abstenerse de alterar la información audiovisual grabada originariamente, con fines ilegítimos.
- k) Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan.

-Tener presente los derechos de los comunicadores:

Art. 38 Derecho a la cláusula de conciencia (Sección IV)

La cláusula de conciencia es un derecho de los comunicadores sociales y las comunicadoras sociales que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de sus funciones.

Las y los comunicadores sociales podrán aplicar la cláusula de conciencia, sin que este hecho pueda suponer sanción o perjuicio, para negarse de manera motivada a:

1.-Realizar una orden de trabajo o desarrollar contenidos, programas y mensajes contrarios al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

2.- Suscribir un texto del que son autores, cuando éste haya sido modificado por un superior en contravención al Código de Ética del medio de comunicación o a los principios éticos de la comunicación.

El ejercicio de la cláusula de conciencia no puede ser considerado, bajo ninguna circunstancia, como causal legal de despido del comunicador social.

En todos los casos, las y los comunicadores sociales tendrán derecho a hacer público su desacuerdo con el medio de comunicación social a través del propio medio.

Art. 39 Derecho a la reserva de la fuente (Sección IV)

Ninguna persona que difunda información de interés general podrá ser obligada a revelar la fuente de la información; esta protección no lo exime de responsabilidad ulterior.

La información sobre la identidad de una fuente obtenida ilegal y forzosamente carecerá de todo valor jurídico; y, los riesgos, daños y perjuicios a los que tal fuente que de expuesta serán imputables a quien forzó la revelación de su identidad, quedando obligado a efectuar la reparación integral de los daños.

Art. 40.-Derecho a mantener el secreto profesional (Sección IV)

Ninguna persona que realice actividades de comunicación social podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades.

La información obtenida forzosamente carecerá de todo valor jurídico, y, los riesgos, daños y perjuicios que genere para las personas involucradas que genere para las personas involucradas serán imputables a quien forzó la revelación de los secretos profesionales, quedando obligada a efectuar la reparación integral de los daños.

Art. 41.- Libre ejercicio de la comunicación (Sección IV)

Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta ley a través de cualquier medio de comunicación, sin que sea exigible titulación profesional para tal efecto.

Art. 42.- Derechos laborales de las y los trabajadores de la comunicación (Sección IV)

Las y los comunicadores, las y los trabajadores de la comunicación tienen los siguientes derechos:

1.- A la protección pública en caso de amenazas derivadas de su actividad como comunicadores.

2.- A remuneraciones y retribuciones justas, a la seguridad social y demás derechos laborales, según sus funciones y competencias.

3.- A ser provistos por sus empleadores de los recursos económicos, técnicos y materiales suficientes para el adecuado ejercicio de su profesión y de las tareas periodísticas que les encargan tanto en la ciudad donde habitualmente trabajan o fuera de ella.

4.- En los medios de comunicación social privados, en caso de coberturas de riesgos, a estar cubiertos con seguros privados de vida, accidentes, daños a terceros, asistencia jurídica, pérdida o robo de equipos.

5.- A contar con los recursos, medios y estímulos para realizar investigación en el campo de la comunicación, necesaria para el ejercicio de sus funciones.

6.- Al desarrollo profesional y capacitación técnica, para lo cual, las entidades públicas y privadas y los medios de comunicación darán las facilidades que fueran del caso.

7.- A los demás derechos consagrados en la Constitución de la República y en la ley

-Identificar y clasificar los tipos de contenidos:

Art. 64.-Identificación y clasificación de los tipos de contenidos (Título IV – Regulación de contenidos)

Para efectos de esta ley, los contenidos de redifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos - I;
2. De opinión – O;
3. Formativos / educativos / culturales –F;
4. Entretenimiento –E
5. Deportivos –D; Y,
6. Publicitarios –P

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir infamadamente sobre la programación e su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisión en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 65.-Contenido discriminatorio (Título IV – Regulación de contenidos)

Para los efectos de esta ley se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que denote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorio o hagan apología de la discriminación.

Art. 66.-Prohibición (Título IV – Regulación de contenidos)

Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art. 69.- Clasificación de audiencias y franjas horarias (Título IV – Regulación de contenidos)

Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1.-Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”. Apta para todo público;

2.-Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación “A” Y “B”. Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

3.-Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” Y “C”. Apta solo para personas adultas.

Esta función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y clasificación de contenidos.

La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art. 72.- Contenidos sexualmente explícito (Título IV – Regulación de contenidos)

Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.

Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

-Presentar gratuitamente servicios sociales de formación de interés general.

Art. 78.-Obligaciones de los medios audiovisuales (Título V – Medios de Comunicación Social)

Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta tendrán la obligación de presentar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés de información de interés general.

1.-Trasmitir en cadena nacional o local los mensajes de interés general que dispongan el Presidente de la República y el Presidente de la Asamblea Nacional cuando lo consideren necesario. Los titulares de las demás funciones del Estado podrán hacer uso de este espacio hasta por cinco minutos semanales no acumulados.

2.-Estos espacios se utilizarán de forma coordinada única y exclusivamente para informar de las materias de su competencia cuando sea necesario para el interés público. Los servidores públicos señalados en el párrafo anterior serán responsables por el uso inadecuado de esta potestad.

3.-Trasmitir en cadena nacional o local, para los casos de estado de excepción previstos en la Constitución de la República, los mensajes que disponga el Presidente de la República o las autoridades designadas para tal fin.

4.-Destinar hasta tres horas por semana, no acumulables en horarios acordados y planificados mensualmente, para programas oficiales o propios de carácter educativo y de relevancia para la ciudadanía, que fortalezcan los valores democráticos y la promoción de los derechos humanos; que contribuyan a la prevención de consumo de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, de alcohol, de tabaco y a otros asuntos de salubridad; que favorezcan , la interculturalidad, la pluralidad y la equidad de género; y que promuevan los derechos de los grupos de atención prioritaria.

-Demostrar transparencias de los medios televisivos.

Art. 95.-Registro Público (Título IV – Transparencia de los Medios de Comunicación Social)

El registro público de los medios es un catastro destinado a permitir a los y las ciudadanas el acceso a información de interés general sobre los medios de comunicación y deberá contener; datos generales, políticas editoriales e informativas, estructura orgánica, composición de su capital social o propiedad y el código deontológico o manual de estilo.

Este registro no constituye una autorización para el funcionamiento del medio de comunicación.

Art. 96.-Actualización (Título IV – Transparencia de los Medios de Comunicación Social)

Los medios de comunicación deberán notificar al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación todo cambio en la información registrada.

Art. 97.-Difusión de tiraje (Título IV – Transparencia de los Medios de Comunicación Social)

Los medios de comunicación social impresos tendrán la obligación de incluir, en cada publicación que editen, un espacio en el que se especifique el número total de

ejemplares puestos en circulación, como medida de transparencia y acceso a la información.

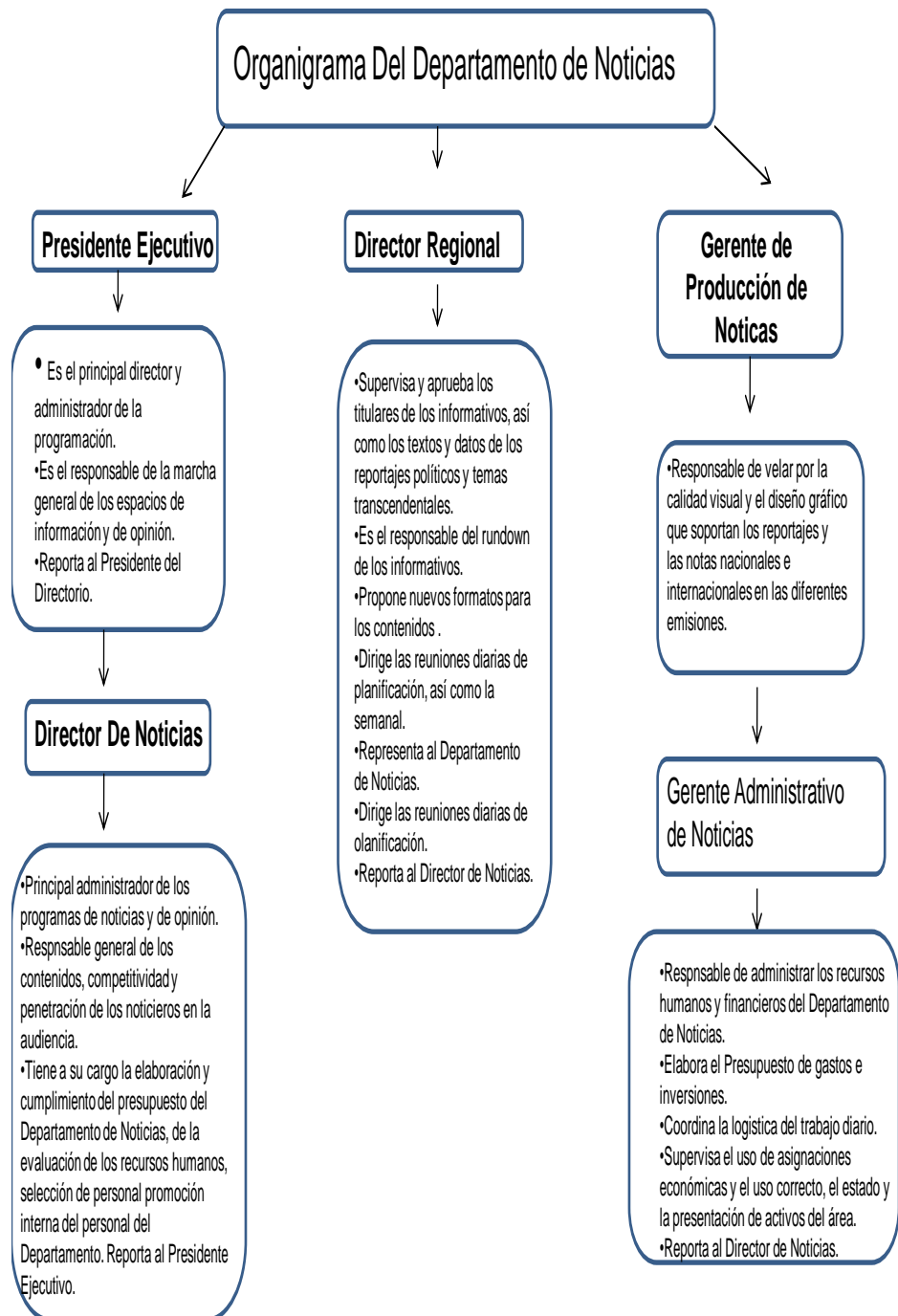
El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación podrá auditar en cualquier momento el tiraje de los medios de comunicación social impresos y comprobar la veracidad de las cifras de circulación publicadas, con el fin de precautelar los derechos de los lectores del medio, de sus competidores y de las empresas, entidades y personas que pauten publicidad o propaganda en ellos.

En caso de que se compruebe falsedad o inexactitud en las cifras de circulación de ejemplares de una o más ediciones impresas, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación ordenará que los medios publiquen en la primera interfaz de su página web y en la primera plana de sus ediciones en papel, por el plazo de siete días consecutivos, el reconocimiento de que las cifras de su tiraje no corresponden a la realidad, así como la correspondiente disculpa pública dirigida a las empresas, entidades y personas que pautaron publicidad o propaganda en ellos.

Quien se considere afectado patrimonialmente por la falsedad en las cifras de circulación de ejemplares por un medio podrá ejercer las acciones legales que correspondan.

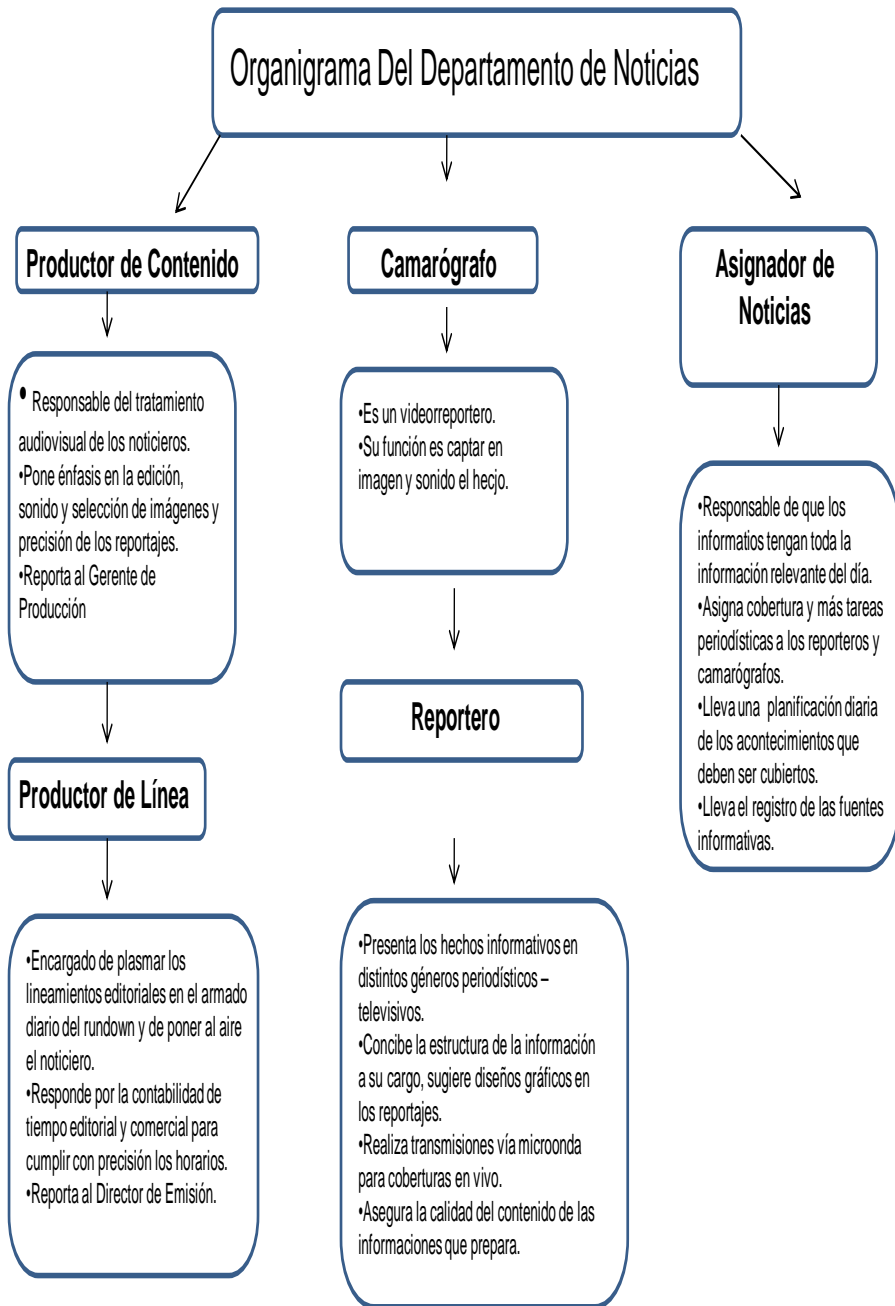
Art. 98.-Archivo de soportes (Título IV – Transparencia de los Medios de Comunicación Social)

Toda la programación de los medios de comunicación de redifusión sonora y de televisión deberá grabarse y se conservará hasta por ciento ochenta días a partir de la fecha de su emisión. Se exceptúan los contenidos musicales, y/o contenidos empaquetados difundidos por la estación.



Fue

nte: Manual de Procedimientos-Departamentos de Noticias Ecuavisa



BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Dijk, T, 1983, Estructuras textuales de las noticias de prensa, en análisis, Facultad de CC. De la información de la U.A de Barcelona, Berlin, New York.
- 2.- Diario “El Universo” de Quito, lunes 4 de octubre de 2010, Cuaderno 1, p.2 (4 de Octubre de 2010). Diario El Universo, págs.. 1-2.
- 3.- E.S., & D.M. *Psicología Social*. Medica Panamnericana.
- 4.- Ferrés, J, 2008. *Educación en una cultura del espectáculo*, Paidós, Barcelona.
- 5.- [http:// www.elalmanaque.com](http://www.elalmanaque.com). Extraído 8 de mayo del 2012.
- 6.- <http://felizlozano.blogspot.com/2011/04>.
- 7.- Lasagni, G.R. (2006). *Televisión y Calidad- El Debate Internacional*. La Crujía. Buenos Aires.
- 8.- Lazano, F, 2001, *El periodismo en tiempo de cólera* .
- 9.- Le Bon, G, 2004. *Psicología de las Masas- Estudio sobre la psicología de las multitudes*, primera edición, Buenos Aires.
- 10.- Marcuri, I María del Mar Rodríguez, María José Canta, 2002, *Géneros informativos y estilo periodístico en la cobertura de sucesos en la prensa diaria e información general en España*. <http://www.ehoes/zer/zer30-12pdf>
- 11.- Ramos, M Alexo Páez 2001. *Análisis de la crisis del 30 de septiembre de 2010 en Ecuador*, Centro Andino de Estudios Estratégicos, Quito-Ecuador.
- 12.- Rincon, O 2006. *Normativas Mediaticas*, Gedesa. Bogotá
- 13.- Rincon, O, Martín Barbero, 2001, *Televisión Pública- del consumidor al ciudadano*, Convenio Andrés Bello.