

A black and white photograph of a garden. In the foreground, a winding path leads through various plants and shrubs. In the background, a large, multi-tiered Christmas tree is constructed from glass bottles, topped with a star. The scene is partially obscured by the dark, silhouetted leaves of a tree in the upper left corner. A bright pink rectangular box is superimposed over the center of the image, containing white text.

**Aproximación al control
de calidad de productos
audiovisuales informativos,
de la televisión en Manabí**

APROXIMACIÓN AL CONTROL DE CALIDAD DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES INFORMATIVOS, DE LA TELEVISIÓN EN MANABÍ

APPROACH TO THE QUALITY CONTROL OF INFORMATIVE AUDIOVISUAL PRODUCTS, OF TELEVISION IN MANABÍ

RESUMEN

La exigencia de los públicos por la calidad de los productos o de los servicios, es una constante presente en los diálogos públicos y privados tanto es esferas sociales, comerciales o académicas. En el caso de los medios televisivos apostar por la calidad de los productos posibilita no solo construir y definir una marca, sino también posicionarlos en un mercado cada vez más exigente. Dentro de este contexto un grupo de docentes de la carrera de comunicación realizan una investigación cuyo objetivo es: conocer el proceso de control de calidad de los productos audiovisuales informativos de los canales de televisión que emiten señal desde Manabí. Al respecto, los resultados del proceso de investigación realizada con la utilización de métodos empíricos como: la observación, encuesta y entrevista, evidencian que si bien los departamentos de noticias de la televisión Manabita precisan del trabajo en equipo para sus procesos de redacción, edición y emisión de productos audiovisuales informativos que salen a través de la pantalla, éstos no siguen un protocolo normativo específico que determine los estándares de calidad que deben tener las notas informativas de los espacios noticiosos.

PALABRAS CLAVE: Productos audiovisuales; informativos; calidad periodística; canales de televisión.

Copyright © Revista San Gregorio 2018. ISSN 1390-7247; eISSN: 2528-7907 

ABSTRACT

The demand of the public for the quality of products or services, is a constant present in public and private dialogues, whether in social, commercial or academic spheres. In the case of television media, betting on the quality of the products makes it possible not only to build and define a brand, but also to position them in an increasingly demanding market. Within this context a group of teachers of the communication career carry out a research whose objective is: to know the process of quality control of informative audiovisual products of the television channels that broadcast signals from Manabí. In this regard, the results of the research process conducted with the use of empirical methods such as observation, survey and interview evidence that although the news departments of Manabita television require teamwork for their writing, editing and broadcasting processes of informative audiovisual products that appear through the screen, these do not follow a specific normative protocol that determines the quality standards that the informative notes of the news spaces should have.

KEYWORDS: Audiovisual products; news; journalistic quality; television channels.

Copyright © Revista San Gregorio 2018. ISSN 1390-7247; eISSN: 2528-7907 



JOSÉ BERNARDO VACA ALCÍVAR



Universidad Laica Eloy Alfaro. Manabí, Ecuador.



jose.vaca@uleam.edu.ec



MAURO ILICH ANDINO CHANCAY



Universidad Laica Eloy Alfaro. Manabí, Ecuador.



mauro.andino@uleam.edu.ec



ANA DEL ROCÍO SALTOS CARVAJAL



Universidad Laica Eloy Alfaro. Manabí, Ecuador.



rocio.saltos@uleam.edu.ec



MERCEDES ROXANA ALMEIDA MACÍAS



Universidad Laica Eloy Alfaro. Manabí, Ecuador.



mercedes.almeida@uleam.edu.ec

ARTÍCULO RECIBIDO: 12 DE DICIEMBRE DE 2018

ARTÍCULO ACEPTADO PARA PUBLICACIÓN: 17 DE ENERO DE 2019

ARTÍCULO PUBLICADO: 31 DE ENERO DE 2019

INTRODUCCIÓN

En menos de dos décadas la forma de hacer las cosas ha cambiado vertiginosamente, uno de los aspectos que sobresale es el imperativo de hablar y exigir calidad en los productos o servicios. La sociedad globalizada e influenciada directamente por el avance acelerado de las comunicaciones y de la tecnología en diversas manifestaciones así lo demanda. Sin embargo, en muchas sociedades latinoamericanas como la ecuatoriana aún se encuentra en proceso de construcción de los parámetros y definiciones de calidad que se ajusten a la diversidad de productos tangibles e intangibles que se producen (INEN, 2017).

Especificar un proceso de control de la calidad de los productos posibilita no solo construir y definir una marca, sino también posicionarla en el mercado, y al mismo tiempo mejorar la imagen institucional. Aunque la tarea no es tenerla o encontrarla, es mantenerla en el tiempo y en el espacio. En el caso de la calidad de los productos de los medios de comunicación que es a donde apunta la proyección del presente trabajo investigativo, se diversifica o se complica a ratos, más aún la televisión que en la actualidad trabaja más con lo digital y tecnológico que otros de los medios de comunicación, por tanto, la tarea de sostener la calidad de sus productos es ardua.

Para tal propósito, la televisión precisa del trabajo en equipo para sus procesos de edición de productos audiovisuales informativos, debido a que el producto final que sale a través de la pantalla es el resultado del desempeño de varias personas, como: director de noticias, jefe de información, productores, coordinadores, reporteros, editores, camarógrafos, sonidistas, equipo técnico operativo e incluso del chofer que conduce el equipo comunicativo hasta el lugar de los hechos. De ahí que, sensibilizar a todos por el interés común de lograr un producto final con calidad es un

reto sistemático al que se enfrentan no solo los periodistas, sino también los directivos de los medios televisivos, ya que “ser parte de un equipo no es una función humana natural; es aprendida” (Crosby, 1999) y en televisión esto es una máxima importante.

Con el desarrollo de la Internet, la televisión se ha transformado en una maquinaria de producción de todo tipo de soportes audiovisuales y mensajes destinados, tanto a la información como al entretenimiento, convirtiéndose de esta forma en un medio versátil y útil en varios aspectos para la sociedad. Es en este contexto del quehacer televisivo, que surge la preocupación por conocer y analizar la calidad de los productos audiovisuales informativos que se exhiben en los medios televisivos de Manabí, así como también la calidad del quehacer periodístico, que llega día a día a un consumidor cada vez más exigente (Gutiérrez y Palau, 2007). Para complementar la tarea investigativa, se precisa como objetivo orientador: Analizar los procesos de control de calidad de los productos audiovisuales informativos que se emiten por los canales de televisión Manabitas, Oromartv y Manavisión.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS TELEVISIVOS

Referirse a la calidad de los productos televisivos siempre será difícil, mucho más si se quiere hacer un análisis de la calidad informativa que emite un canal de televisión, más aún si lo que se pretende es partir de una concepción de calidad, ya que la misma puede ser tan general o muy compleja, no sólo por la dificultad para definirla, que por su naturaleza se convierte en un término polisémico (Gutiérrez, 2006), sino por los elementos que la conforman como un todo, sin los cuales no se tendría criterios para determinar si un producto tiene o no tiene calidad. Tal como lo confirma Ishikawa, para quién “la calidad es siempre un concepto relacional, explícita e implícitamente, que no denota una única característica, sino una relación entre una característica y un conjunto de normas ancladas a un conjunto de valores básicos que caracterizan una sociedad” (Ishikawa, 1996, p.4).

Muchos estudios realizados sobre la calidad de la información periodística han llegado a la conclusión de que cuando se analiza la calidad informativa no solo hay que mirar la capacidad comercial y el compromiso profesional

del medio de comunicación, sino más bien el proyecto informativo, tomando en cuenta el compromiso del periodista ya que no es sólo un negocio sino también una responsabilidad y servicio social. tal como lo señalan Gómez y Palau (2015), cuando manifiestan:

La necesidad de abordar la calidad periodística ha estado ligada, en general, a diferentes tradiciones metodológicas y objetivos de diversa índole. Si la investigación en el ámbito norteamericano ha tenido una orientación comercial, enmarcada en la búsqueda de beneficios económicos, la realizada en Alemania se ha desarrollado en torno al profesionalismo, aunque los países escandinavos fueron los pioneros en Europa, a partir de la noción de informatividad, una idea ligada a la cantidad de información y el espacio dedicado por un medio a un conjunto de hechos. La tercera línea, que tiene como motor principal algunos países latinoamericanos –sin olvidar ciertas investigaciones de España–, ha centrado su atención en la responsabilidad social y la calidad democrática, al concebir el periodismo como un bien público de cuyo buen y honesto funcionamiento depende el bienestar y el desarrollo democrático. (p.22).

En ese sentido, Gutierrez (2006) corrobora y aporta que en la calidad informativa intervienen las competencias profesionales de quienes elaboran la información, ya que el público necesita de informaciones fiables, completas diversas y oportunas para entender la realidad y poder adoptar decisiones adecuadas conforme a sus intereses o preferencias.

Cuando se habla de calidad, no se hace mención de si un producto tiene buena calidad o mala calidad, simplemente se alude a si tiene o no tiene calidad. Por tanto, la calidad se impone por la cantidad de argumentos que puedan convencer a los consumidores, ya que un mismo producto puede tener calidad para un grupo de consumidores, mientras que para otro grupo de consumidores puede no tener calidad. Es que la calidad no es objetivable, tal como lo señala Terribas “no hay programas con el sello de este programa ha sido certificado como programa de calidad”. Entonces la calidad tiene que ser percibida con otros mecanismos que te permitan comunicar o transmitir la sensación de que estás viendo calidad” (2002, p.135). Por eso se reitera en la idea antes enunciada, que la calidad de los

productos audiovisuales está en relación al profesionalismo con el que este elaborado.

Ahora bien, si lo que se busca es, analizar la calidad de los productos audiovisuales televisivos, se puede determinar una relación inversa a lo que normalmente se busca como calidad, en televisión, muchos consideran que la programación catalogada como televisión basura no tiene calidad; sin embargo, es la que goza de mejores audiencias que justifican a los medios tener este tipo de productos al aire (Montoya, 2013). Además, es obligatorio considerar los niveles de calidad desde que se empiezan a desarrollar los procesos de producción televisiva, tanto de las imágenes como de los contenidos que se exhiben dentro los distintos programas. Una producción audiovisual de calidad es “aquella que contribuye a mejorar la calidad de vida y, por tanto: al fomento del bienestar emocional, de las relaciones interpersonales, de los derechos, de la inclusión social y del desarrollo de las facultades intelectuales de sus consumidores” (Montoya 2013, p.45). Sobre este punto, y como reflexión se puede observar que es fácil para cualquier consumidor ir a un supermercado y en base a los criterios de calidad que viene en las etiquetas adjuntas de cualquier producto, determinar la calidad de lo que va adquirir; en cambio, para el consumo de productos audiovisuales, los canales de televisión no revelan las normas que direccionan la calidad de sus producciones, con la respectiva etiqueta de equilibrio para la salud cultural, social y mental de los consumidores. Observándose por tanto una gran diferencia al momento de seleccionar un producto de consumo doméstico que se puede palpar, tocar y hasta degustar, a la de un producto audiovisual, que en cambio debe pasar por diferentes niveles culturales de una sociedad, a más del cumplimiento de determinadas leyes que regulan su exposición, sumándose el hecho de que hasta pudiera confundirse que un producto audiovisual televisivo tiene calidad si el mismo es observado por un mayor número de audiencias.

Por otro lado, tal como manifiesta Vaca, el control y medición de la calidad audiovisual de un producto informativo, debe “estar centrado exclusivamente en los aspectos técnicos de la calidad visual, del sonido, de los efectos visuales, de la señal al aire, para lo cual se aplican las variables que desde un punto de vista técnico pueden afectar su calidad”

(2017, p.22). Sin embargo, es evidente que actualmente, el televidente tiene muchas más herramientas para seleccionar aquello que le gusta y quiere mirar. Del mismo modo, las parrillas de programación que ofrecen los diversos canales, es cada vez más diversa y ocupa más espacios en los distintos sectores a donde llegan con mensajes dirigidos, en busca del tan ansiado rating, que los lleve al reconocimiento comercial por parte de las empresas que ofertan sus productos en televisión, sin reparar en: la calidad periodística, calidad de la información, calidad de la noticia, calidad del producto informativo, y sobre todo en la calidad percibida desde el televidente.

CALIDAD PERIODÍSTICA

Como se ha manifestado anteriormente es complejo dar una definición exacta de lo que es la calidad en lo audiovisual, más aún aplicado al periodismo, donde el nivel de complejidad es mayor. Por tanto, cabría preguntar ¿Se debe hablar de calidad informativa o de calidad periodística? Al respecto, Shultz (2000), manifiesta que la calidad periodística depende de tres factores fundamentales: disponibilidad de los recursos adecuados para el trabajo periodístico, del ordenamiento político y legal que garantice la libertad de los medios, y de la adhesión del periodista al cumplimiento de los estándares profesionales. Mientras que para Pujadas (2002:19) “la calidad periodística esta ligada al uso del lenguaje en la codificación de los mensajes noticiosos”. Desde estos criterios se puede decir que la construcción del producto informativo audiovisual no se refiere exclusivamente al producto como tal, sino a todo el proceso que envuelve su elaboración, que va desde la planificación para la producción del audiovisual informativo, seguidamente de la cobertura y generación de la noticia, involucrando a periodistas, editores camarógrafos tal como lo aporta Vaca, (2017); y de las decisiones y políticas que asuman directivos, productores y realizadores de los informativos de televisión.

Por tanto, se puede afirmar que el concepto de calidad de los productos audiovisuales informativos, va ligado a elementos inseparables como: la estructura de un noticiero de televisión, el trabajo diario de redacción periodística, las condiciones laborales de todos quienes trabajan en la construcción del producto informativo audiovisual y de la manera en que se presenta al televidente; éstos indu-

dablemente son los elementos que se conjugan para determinar la calidad del producto audiovisual informativo (Vaca, 2017).

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La calidad de la información como analizan algunos autores, entre ellos Gutiérrez (2001), es el elemento principal del desarrollo de los productos informativos, por tanto, la calidad de la información no puede partir exclusivamente de los periodistas, también depende de los empresarios de medios periodísticos quienes deben establecer políticas y recursos hacia la consecución de mejores niveles en la calidad de los informativos. Lo cual va aparejado a la exigencia que los consumidores hagan de los productos del medio, en función de una mejor calidad informativa, ya que ellos tienen la decisión de preferir un medio en relación con otro.

Dentro del periodismo, la calidad de la información se encuentra implícita en la intención del periodista de realizar un periodismo veraz, objetivo, responsable entre otras cualidades que caracterizan la labor periodística, determinando que el elemento principal de la calidad de un producto informativo es el contenido periodístico de la noticia, proceso que parte en el instante que empieza a levantarse la información desde el lugar de los hechos.

Mauro Wolf (2005) sostiene que los criterios relacionados con el proceso de construcción de una noticia van desde:

La acción, la noticia será tanto mejor cuanto más ilustre es una acción, un momento o un hecho.

El ritmo, en los caos en que la noticia está intrínsecamente desprovista de acción, se procura hacerla menos aburrida recurriendo a diversos procedimientos de exposición o presentación.

La globalidad, que puede significar tanto proporcionar todos los puntos de vista posibles sobre un tema controvertido, como ofrecer la máxima cantidad de datos cognoscitivos sobre el acontecimiento.

La claridad de lenguaje, teniendo en cuenta la imposibilidad del telespectador de volver atrás sobre lo que no ha entendido o no le ha resultado claro.

Los estándares técnicos mínimos, dirigidos hacia la calidad de los productos periodísticos, si bien es cierto que esto va dirigido a toda aplicación periodística con el único afán de garantizar la calidad de sus informaciones, uno de los más beneficiados es el medio periodístico televisivo (p.127).

Estos criterios orientan de una manera más precisa el hecho de determinar que la calidad de un producto informativo audiovisual parte desde el momento que se concibe un espacio informativo, desde la planificación que se hace tanto de estructura como de contenido, hasta el mismo en un conjunto armónico de noticias de diversa índole llega al televidente. Sin embargo, autores como Soengas (2007), Casero y Marzal (2011), Israel y Pomares (2013), y, consideran que la calidad en la información está relacionada con la credibilidad, asociando de esta forma calidad con veracidad.

CALIDAD DE LA NOTICIA

Según Tuchman (1983), noticia es una ventana al mundo. La noticia es, inevitablemente, producto del trabajo de informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales. La Noticia como tal, es lo que llega al consumidor final que es el televidente y es quien da las valoraciones de lo que él considera si un producto tiene o no calidad. Como lo plantea Crosby (1987), aunque existen medios estadísticos efectivos para medir, definir y aumentar la calidad. La Calidad realmente comienza con la profesionalidad de los periodistas y no con los productos informativos. Por lo que cabe una interrogante, ¿Qué tanto incide la selección del personal periodístico en un medio televisivo y cuáles serían las principales características para su inserción en el trabajo a un departamento de noticias televisivo? Respuestas que se encontrarían con otra investigación complementaria. Sin embargo, lo que sí es claro, es que dentro del proceso que significa la construcción de la noticia, se encuentran relacionados muchos factores que inciden en su emisión final, como, por ejemplo: la posición del medio televisivo frente a la sociedad, la misma que es determinante para la estructura noticiosa, ya que el rol y procedimiento del periodista en la mayoría de las veces va de acuerdo a las políticas establecidas por el medio (Vaca, 2017).

CALIDAD DEL PRODUCTO INFORMATIVO

En los actuales momentos a diferencia de lo que ocurría en décadas pasadas, las audiencias reciben tanta información que en determinados momentos ya no logran determinar si de verdad están bien informadas; o si lo que miran realmente es lo que les interesa, ya que en un producto informativo hay que considerar las condiciones particulares de producto y/o de servicio (López y Medina 2016).

Si se concibe a la televisión como un medio que influye en la opinión política, cultural y humana, se puede señalar que el televidente está en la capacidad de poder exigir mayor variedad de programación con calidad, y que al mismo tiempo le proporcione credibilidad al medio de comunicación, incrementando de ese modo la influencia en la opinión pública.

Gómez (2001), relaciona la calidad con los valores éticos y deontológicos, y con criterios profesionales, como la calidad de las fuentes de información y documentación, en virtud de que estos aspectos influyen tanto en la elaboración, como en el desarrollo de la noticia, y de éstos a la opinión pública. De otro lado, la calidad de los productos informativos también está determinada por el tratamiento o punto de vista que el periodista tenga y dé a la noticia, por la pertinencia en función del contexto, por los recursos y tecnologías con las cuales capta y procesa la noticia; en suma, la calidad del producto informativo está determinada por la calidad de los contenidos y por la calidad de las actividades que realiza el medio (Picard, 2004).

LA CALIDAD DESDE EL TELEVIDENTE

Rincón (2003), considera que el televidente busca y selecciona aquello que es de su interés. Por tanto, desde el televidente pudiera decirse que la calidad es subjetiva y va en relación con la calidad percibida, ya sea en función del grado de satisfacción de las necesidades o expectativas de calidad de las audiencias, (Herbet Zettl 2012). Cada vez más, se relaciona la percepción del televidente con la manera de aceptar o asimilar la noticia, y con las expectativas de lo que quiere conocer; es decir, el televidente valora desde su punto de vista al producto informativo y va a depender de lo que conoce referente al producto que se le ofrece, para determinar qué consume y qué noticiarios prefiere observar.

La producción de la noticia en base a un hecho o un suceso atraviesa varias interpretaciones hasta llegar a su emisión final al aire, en donde el televidente simplemente recibe un mensaje procesado del hecho, desconociendo el proceso que se vivió hasta el instante en que le llega la información. Por esta razón, López y Medina (2016) establecen que el índice de afinidad es una medida de calidad de los informativos de televisión tanto para la televisión pública como para la privada, diferenciada únicamente por la forma como estructuran la programación de los noticieros. Aspecto que da identidad al medio, y por ende potencializan la fidelidad de la audiencia, al proyectar una imagen de cercanía al espectador en el empeño de proporcionarle información objetiva y significativa al contexto donde está inmerso y con el cual se relaciona de manera directa.

METODOLOGÍA

Para desarrollar el proceso de investigación se recurrió a métodos como el análisis-síntesis, la inducción-deducción, para lograr la definición de la problemática, y de ese modo elaborar la sistematización de los referentes teóricos; además, se utilizó la observación como método y como técnica una lista de cotejo, de una muestra de productos audiovisuales informativos emitidos por las televisoras manabitas, como son los noticieros matutinos de Oromartv, Televisión Manabita y Manavisión durante tres meses, tres veces por semana, para determinar la presencia de características empíricas, que permitan sustentar y argumentar la necesidad de contar con un protocolo o metodología para el control de la calidad de los productos audiovisuales informativos de la televisión Manabita. También se entrevistó a directivos de los canales de televisión, y se encuestó al personal que labora directamente en la producción y emisión de los productos audiovisuales informativos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información recabada a través de las observaciones, entrevistas y encuestas se sistematizan a través de los siguientes criterios:

ROL DEL PRODUCTOR DE NOTICIAS

El productor de noticias tiene la responsabilidad de planificar con los reporteros cómo y con quien realizar las coberturas asignadas, este trabajo es fundamental en el

inicio de la planificación ya que de aquí parte la optimización del tiempo para el cumplimiento de los cronogramas en cuanto al número de coberturas que tiene que realizar el reportero.

Los resultados muestran que el 50% de los productores asumen la responsabilidad de designación de los equipos periodísticos, mientras que el 25% asume como prioridad la designación de los temas, y el otro 25 % asume la responsabilidad de manejar con el reportero los contenidos de los temas asignados para dar el seguimiento desde el inicio. Criterios que evidencian que la responsabilidad del productor de noticias va más allá del simple hecho de coordinar situaciones logísticas para que se cumplan los cronogramas establecidos con la dirección y los reporteros, sino que también en su rol está el poder desarrollar y proponer contenidos informativos.

ROL DE PERIODISTAS Y REPORTEROS

El productor de noticias, en el transcurso del día mantiene una constante coordinación con cada uno de los periodistas y reporteros del staff de noticias, para estar al tanto de las novedades en las coberturas, a fin de poder cambiar sobre la marcha cualquier cobertura que se pudiera cancelar por varias razones, obligándolo a tomar diferentes decisiones y direccionar la cobertura a temas de actualidad e interés general.

Los datos obtenidos muestran que el 50 % de los productores designan inmediatamente un editor si fuese necesario, o lo dispone con el mismo reportero la edición de sus notas, lo que permite afirmar que en los canales de televisión que están en Manabí, determinan en su gran mayoría que los periodistas y reporteros, no solo deban cubrir los hechos noticiosos, sino que deben extender su rol a la redacción y edición de la noticia. Aunque en un 25 % de las veces, solo le pide informe al reportero de la cobertura, y existe otro 25 % de las veces, que se le solicita al periodista reportero el material grabado para supervisar y analizar el tipo de tomas que tiene para la edición final de la nota. La observación en las salas de redacción y producción de noticias, se puede constatar que los canales no tienen un protocolo, manual o guía que implícitamente determine los roles de los periodistas en sus rutinas diarias, sino que éstas son determina-

das diariamente, o en algunos casos semanalmente.

Queda evidenciado, sin embargo, que el productor de noticias desde que comienza su trabajo no deja de establecer los controles permanentes sobre todo el equipo de cobertura, ya que esto siempre le va a permitir adelantar el trabajo desde estudios y poder ayudar al equipo cuando llegue al canal con material adicional que pudiera requerirse, y que luego de la supervisión del material grabado por el reportero pueda servir como complemento de la nota.

GESTIÓN Y RESPONSABILIDAD DE LA CALIDAD DE LAS NOTAS INFORMATIVAS

En los canales de televisión en Manabí, el productor de noticias asume la responsabilidad desde un inicio sobre la calidad que se puede dar a una nota periodística, en su asignación, en su coordinación, en su seguimiento, se complementa con el momento de supervisar desde el comienzo la edición, las imágenes, los textos y los contenidos que irán inmersos en una nota. El rol como productor de noticias le exige un alto conocimiento y criterio periodístico para saber evaluar los contenidos de la noticia que trabaja el reportero, así lo manifestaron los gerentes y directores de noticias.

Los resultados empíricos señalan que la gran mayoría, que equivale a un 75 % de los productores de noticias, evalúan el contenido de la nota informativa, para dictaminar su calidad, mientras que el 15 % determina más la calidad por la investigación periodística que evidencie una nota informativa, y en un menor porcentaje se constató, que en determinados casos no evalúa la redacción de la nota, ni la calidad de las imágenes que tiene el video de la noticia, lo que lleva a determinar, que es necesario que los conocimientos del productor de noticias para exigir calidad en la nota periodística, no sólo debe ir acompañado del criterio que tenga, sino también de la experiencia en televisión que sustente ese criterio, ya que la responsabilidad de coordinar todo el trabajo de producción de audiovisuales informativos es un trabajo que requiere de ciertas prácticas constantes para poder sustentar criterios de calidad ante el director del informativo.

Indicadores de calidad de los noticiarios informativos

Como se mostró en el criterio anterior, el productor de noticias asume la responsabilidad durante el proceso de edición de la noticia, al supervisar cada uno de los elementos que intervienen en la construcción de la información, cuidando que se cumplan los tiempos establecidos, ya que uno de los factores fundamentales en un informativo es la puntualidad, desde el inicio hasta el momento de la emisión, en este trayecto está claro que la calidad que se impone a la información depende de todos estos controles. Es decir, que el productor de noticias para autorizar la emisión al aire de una noticia cuida los parámetros de calidad que impone la política del medio.

Así vemos que el 50 % e los productores de noticias autorizan la emisión al aire cuando el producto informativo ha cumplido con las exigencias que se han determinado previamente, mientras que el otro 50 %, sostienen que la calidad de los productos audiovisuales informativos esta en dependencia de la experiencia y conocimiento del periodista que cubre y edita una nota informativa. en este ámbito el productor de noticias cumple con las políticas de calidad del medio, y es el primero en exigir el cumplimiento de cada uno de los procesos establecidos para la construcción de la noticia aun cuando no exista un protocolo específico que determine los criterios de calidad que deban cumplirse y el nivel de cumplimiento aceptable de los mismos; sin embargo se pudo constatar que el productor de noticias asesora a la dirección de noticias para que se desde la planificación se estipulen los contenidos con el máximo rigor de calidad en la información.

CONCLUSIONES

De acuerdo con lo que se plantea como objetivo general se determinan las siguientes conclusiones:

La observación de los productos audiovisuales informativos, revelan la estructura de la pauta diaria de sus informativos, sin embargo, reflejan poca organización en la selección de contenidos y no muestran definición de esquemas, ya que algunas veces se observa ciertas improvisaciones por llenar el espacio de tiempo. Lo que deja ver claramente la falta de procesos específicos para un mejor control de calidad de los productos informativos de los canales Manabitas. Por tanto, existe la necesidad de implementar y desarrollar un

manual de calidad que ayude al control de la calidad de los productos informativos que se emiten al aire en los espacios informativos.

Los análisis sobre la calidad, los procesos, y la gestión de procesos determina que para lograr un producto de calidad en los informativos de los canales de televisión en Manabí es necesario desarrollar y aplicar controles de calidad en los procesos de producción de acuerdo con un manual de calidad ajustado a las características y necesidades de casa medio de comunicación televisivo, en relación al entorno donde se encuentra ubicado o de su campo de cobertura.

De igual modo, se infiere en que es necesario la estandarización de procesos de producción de audiovisuales informativos en los medios televisivos Manabitas, ya que los mismos constituyen la columna vertebral de los medios en su aplicación diaria de emisión de productos informativos audiovisuales, porque si bien los canales de televisión en Manabí, han aplicado en sus productos informativos algún proceso que determina calidad en los mismos, la producción de sus informativos lo hacen aplicando procedimientos de rutina diaria correspondiente a cada uno de los integrante del equipo de noticias y de acuerdo al cargo que desempeñan en el departamento de producción de los informativos.

finalmente, es necesario indicar que en algunos casos y momentos, la asignación de cobertura, edición y emisión de productos informativos no son establecidos al inicio de la jornada laboral, sino que inician con la asignación de temas y la búsqueda de la información por parte de los periodistas, lo que deja en evidencia la falta de control en la calidad de sus productos informativos audiovisuales, quedando a criterio de los directores de noticias y productores la evaluación y decisión de qué noticias serán emitidas al aire. 

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Casero A. y Marzal J. (2011). *Periodismo en Televisión*. Nuevos Horizontes. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, Salamanca, Zamora.
- Castillo. J. (2011). *Teleperiodismo en la era digital*. Editorial IOR.TV. España.
- Crosby P. (1999). *Reflexiones sobre calidad. 295 máximas del gurú mundial de calidad*. __ Estados Unidos: Mcgraw-Hill.
- Crosby P. (1987). *La Calidad No Cuesta*. Compañía Editorial Continental. Méjico
- Gómez, J. L.; Gutiérrez, J.F.; Palau, D. (2015). "La calidad periodística en España según la percepción de los periodistas" *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 21, p. 13-30
- Gutiérrez. L. (2006). "Análisis de la Calidad Informativa, Primer paso hacia el cambio" Palabra-Clave. Universidad de La Sabana. Bogotá Colombia.
- Gutiérrez., J.; Palau, D. (eds.) (2007). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPE, UJI y UV, pp. 147-161.
- Gutierrez Coca. L. (2001). *La justicia ignorada: tratamiento de la información judicial en la prensa*. En Palabra-Clave N010. universidad de la Sabana, pp. 67-83
- Herbet Zettl. (2012). *Manual de Producción de Televisión – Décima edición*. Editorial CENGAJE
- INEN. (2017). *Normas para la calidad de los productos*. Servicio Ecuatoriano de Normalización
- Israel, E; pomares, R. (2013). *Indicadores de calidad en los informativos de televisión*. En: Gómez Mompert, josep lluis
- Ishikawa, S. (1996). *Quality assessment of television*. Luton, Bedfordshire, John Libbey/University of Luton Press.
- López M. y Medina M. (2016). "El índice de afinidad como medida de la calidad en los informativos de televisión". *Revista Mediterránea de Comunicación*. España
- Montoya. N. (2013). "La evaluación de la calidad televisiva y su trascendencia social (El caso Español)". *Fórum Nacional de Profesores de Jornalismo*. España
- Picard, R. (2004). "Commercialism and newspaper quality. En *Newspaper Research Journal*". tomo 25, No. 1, pp. 54-66
- Rincón. O. (2003). *El Periodista DJ es el Medio*. WordPress.com. La Crujía Ediciones. Buenos Aires
- Rincón. O. (2003). "Hacia un nuevo Periodismo Televisivo". *REVISTA-DIÁLOGOS#66*. Felafacs/ Lima.
- Rodríguez B. (2013). *La Evaluación de la Calidad de los productos periodísticos audiovisuales*. Tesis de Maestría. Holguín. Cuba
- Soengas, Xosé (2007b). "La información en televisión: espectáculo y realidad manipulada". *Icono 14*, No. 9, pp. 1-17,
- Schulz, W. (2000). "Preconditions of Journalis-tic Quality in an Open Society". Ponencia presentada en la Conferencia internacional "News Media and Politics-Independent Journalism". Budapest, 6-7 october 2000
- PUJADAS, E. (2002): "Contextualització teòrica als estudis sobre qualitat i televisió des del punt de vista de l'emissor" en TERRIBAS, M.(Coordinadora), QUALITAT i TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directors i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +. Barcelona, Publicacions del Consejo Audiovisual de Catalunya [En línea] Disponible en <http://www.audiovisualcat.net/box0.html>
- Terribas, M. (Coordinadora) (2002): QUALITAT i TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directors i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +. Publicacions del Consejo Audiovisual de Catalunya. Barcelona. Disponible en <http://www.audiovisualcat.net/box0.html>
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Vaca, J.B. (2017). *Determinación de procesos que inciden en el control de calidad e los productos informativos audiovisuales de los canales de televisión de Manabí en el primer semestre del año 2016*. Tesis de Maestría. Ceperci-Uleam.
- Wolf, M. (2005). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau

