



# **Uleam**

**Universidad Laica Eloy Alfaro" de Manabí**

**Facultad Ciencias de la Comunicación**

**Carrera de Periodismo**

**MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Previo a la obtención del Grado de:**

**Licenciado / a en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo**

**Tema:**

**Análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017**

**Autor**

**Jorge Geovanny Anchundia Lucas**

**Tutor**

**Lic. XAVIER CEDEÑO GUADAMUD, MG.**

**Manta - Manabí - Ecuador**

**2018**

## **DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD**

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente al autor.

**JORGE GEOVANNY ANCHUNDIA LUCAS**

## **CERTIFICACIÓN DE TUTOR**

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, el señor, **JORGE GEOVANNY ANCHUNDIA LUCAS**, ha elaborado el presente proyecto de investigación, titulado: **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA COMO GÉNERO CREADOR DE OPINIÓN PÚBLICA EN LOS MEDIOS IMPRESOS, CASO DE ESTUDIO EL DIARIO DE PORTOVIEJO, DURANTE EL SEMESTRE DE JULIO A DICIEMBRE DEL 2017**; como requisito previo para optar por el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo.

Lic. XAVIER CEDEÑO GUADAMUD, MG.  
**DIRECTOR DE PROYECTO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme salud y bienestar junto a mi familia. En lo personal tengo gran satisfacción en reconocer el amplio reconocimiento a la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, por facilitarme la ayuda necesaria en la formación profesional. A los estimados tutores que en cada momento compartían sus conocimientos y el total apoyo académico basado en experiencia y juventud. Me ha hecho mejor ser humano al servicio de mi patria, guardo gratitud al Lic. Xavier Cedeño Guadamud, Mg. quién me fortaleció con su saber para seguir en lucha de este trabajo de mi proyecto de investigación. La motivación y el diálogo son cosas importantes para el desarrollo humano y profesional.

**JORGE GEOVANNY ANCHUNDIA LUCAS**

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro:

Mi trabajo de investigación con todo afecto y pasión se la dedico a mis hermanos y mis padres pero en especial a mi querida madre María Lucas Lucas, por todo el apoyo económico que me brindaron en la marcha para alcanzar el profesionalismo y aportar en la sociedad.

Decirle a la sociedad ecuatoriana que trabajar y estudiar es complejo, pero no hay lucha inalcanzable con mucha más razón aprender a valorar el esfuerzo, también decirles que debemos participar en el aporte del conocimiento si es posible aportar y descubrir ciudadanos útiles con ideales humanitarios.

Además decirle a todas las personas entre ellos profesionales, vecinos, amigos darle la gratitud que me dieron fuerza para seguir el proceso y llegar a la meta.

**JORGE GEOVANNY ANCHUNDIA LUCAS**

## RESUMEN

La investigación tuvo como límite realizar un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

La entrevista es un género periodístico que ha contribuido y lo seguirá haciendo al servicio del desarrollo cultural y educativo de los pueblos en base a la inspiración, estilo y conocimiento de periodistas y comunicólogos agarrados de otras técnicas, consideraciones y reglas periodísticas y literarias que han permitido consolidar y determinar un elevado nivel lingüístico en la narración de hechos y acontecimientos de hombres y pueblos del mundo.

El Diario, es un medio de comunicación impreso que forma parte de una empresa comunicacional en Manabí, Ediasa S.A que contribuye justamente a ese desarrollo de la región en base a contenidos educativos y avances que requiere la población manabita en sus diversos ámbitos.

En la exploración de este tema se utilizaron técnicas cualitativas como cuantitativas, mismas que ayudaron a conseguir un mayor flujo de información desde el medio de comunicación El Diario de Portoviejo, en la cual se logró obtener resultados positivos que permitieron realizar un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, durante el semestre de julio a diciembre del 2017

**Palabras claves:** Entrevista, géneros periodísticos, opinión pública, medios impresos, El Diario, Portoviejo.

## ÍNDICE

<b>7.- INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>8.- MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>10</b>
<b>8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>10</b>
<b>8.2.- SITUACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>8.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>14</b>
<b>8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL</b>	<b>15</b>
<b>8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL</b>	<b>15</b>
<b>8.6.- OBJETIVOS</b>	<b>15</b>
<b>8.6.1.- OBJETIVO GENERAL</b>	<b>15</b>
<b>8.6.2.-OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>15</b>
<b>8.7.- JUSTIFICACIÓN</b>	<b>16</b>
<b>8.8.- VIABILIDAD LEGAL</b>	<b>18</b>
<b>9.- BASES TEÓRICAS</b>	<b>20</b>
<b>9.1.- ESTADO DE ARTE</b>	<b>20</b>
<b>9.2.- HIPÓTESIS</b>	<b>22</b>
<b>10.- MARCO TEÓRICO</b>	<b>23</b>
<b>NACIMIENTO Y EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS IMPRESOS</b>	<b>23</b>
<b>MEDIOS IMPRESOS EN EL ECUADOR</b>	<b>24</b>
<b>PERIÓDICOS</b>	<b>24</b>

<b>DIARIOS</b>	<b>26</b>
<b>CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS IMPRESOS</b>	<b>27</b>
<b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS</b>	<b>28</b>
<b>LOS GÉNEROS DE OPINIÓN</b>	<b>29</b>
<b>EL EDITORIAL</b>	<b>29</b>
<b>EL ARTÍCULO</b>	<b>30</b>
<b>LA COLUMNA</b>	<b>30</b>
<b>LOS GÉNEROS INTERPRETATIVOS O HÍBRIDOS</b>	<b>31</b>
<b>LA CRÓNICA</b>	<b>31</b>
<b>LA ENTREVISTA</b>	<b>32</b>
<b>LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA</b>	<b>34</b>
<b>LA ENTREVISTA Y SU TÉCNICA</b>	<b>37</b>
<b>LA ENTREVISTA PERIODÍSTICA: ¿GÉNERO O HERRAMIENTA?</b>	<b>38</b>
<b>PERIÓDICO EL DIARIO DE PORTOVIEJO</b>	<b>41</b>
<b>DESDE EL DIARIO MANABITA A MEDIOS EDIASA</b>	<b>41</b>
<b>LA POLÍTICA EDITORIAL</b>	<b>42</b>
<b>11.- MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>46</b>
<b>12.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO</b>	<b>48</b>
<b>13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>67</b>
<b>14.- CRONOGRAMA</b>	<b>70</b>
<b>15.- BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>71</b>



## **7.- INTRODUCCIÓN**

En el campo del periodismo escrito los comunicadores o periodistas utilizan códigos y técnicas como parte del lenguaje periodístico para hacer conocer hechos, situaciones y acontecimientos de los que ocurre en una comunidad. Una de estas técnicas es la entrevista, estudiosos como Días Rangel (1981), la definen como un diálogo donde un interlocutor interroga, formula pocas o muchas preguntas, sobre uno o varios temas, en busca de información, para conocer opiniones o revelar una personalidad a través de las respuestas, mientras el otro interlocutor las responde o las elude, parcialmente. Y como forma literaria, es la reseña de esa conversación, o más exactamente, de ese interrogativo.

Por lo expuesto se interpreta que los periodistas a través de la entrevista ensalzan y disfrutan aquellas técnicas, normas periodísticas y literarias que nutren el conocimiento puestos al servicio de la comunicación social y de la sociedad, en una profesión regocijante y de mucha vocación humana y profesional como lo es el periodismo.

Por lo tanto a través de la presente investigación cuyo tema es Análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017, se analizó esta técnica de comunicación periodística.

Para efecto se tomó en cuenta el objetivo general que expresa Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017. De igual manera los objetivos específicos determinados en demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos. Se evaluó a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo. Así

mismo se identificó el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.

## **8.- MARCO CONCEPTUAL**

### **8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los géneros periodísticos nacieron en diferentes etapas de la vida del hombre. Pero a partir del siglo XV, cuando se inventa la imprenta se consolidan cuando aparecen en Europa y América varios medios de comunicación y gacetillas de mayor alcance y penetración social. Anexo a este hecho el interés acucioso de los hombres permitió que se consoliden los modelos y estilos de redacción, dando forma y nombre a los contenidos, ubicando por secciones el contexto a publicar.

Entre este conjunto de técnicas de redacción, entre las cuales la entrevista, no nacieron con nombres propios como tal, inicialmente se les llamaba crónicas, pero al paso del tiempo los primeros periodistas y todo aquel que laboraba en los medios de comunicación la fue definiendo, especificando, construyendo su estilo, técnica y estructura. Entonces la entrevista que ancestralmente entre los seres humanos se constituía en un diálogo como forma de comunicar, sirvió de soporte para constituir la como género periodístico para informar y dar a conocer hechos y situaciones de la vida del hombre y la sociedad a través de los medios de comunicación.

Muchos medios escritos europeos en Francia, España, Inglaterra; y otros en Estados Unidos y México y América subsisten aún desde siglos anteriores gracias a la magia del relato informativo de los diversos géneros periodísticos.

Parratt (2008), dice que será a partir de los años 1920 y 1930, cuando se entienda a la entrevista en su acepción actual de género periodístico dialogado, aunque este vocablo seguirá conviviendo con otros traducidos directamente del inglés como *interviú*. La entrevista adquirió así una gran notoriedad en los Estados Unidos, pero tardaría en ser considerada un género periodístico.

Por lo expuesto se deduce que el periodismo de los tiempos modernos fue el que estableció que esta técnica de recopilar información, se la concibiera como género periodístico con grado de interpretación e implicación del periodista.

La entrevista, igual que otros géneros periodísticos se constituyó en generador de opinión pública a través de los medios impresos en las diversas sociedades donde existía medios de comunicación y comunidad lectora, aquel grupo de personas que de manera diaria se nutre del pensamiento editorial y acción informativa de los periodistas en su búsqueda por informar, orientar y educar.

Rodríguez (2001), dice que “con la entrevista informamos al lector sobre aspectos interesantes del pensamiento, vida y obra de algún personaje. La entrevista es una forma de reportaje de máximo interés porque nos pone en contacto directo con el mundo particular y privado de unas personas que destacan sobre el común por sus cualidades intelectuales, artísticas y humanas”.

Por lo expuesto se delibera que la entrevista es una técnica periodística que motiva a los lectores cuando se hace conocer a las audiencias temas relacionados a protagonistas en diversos campos del saber hacer, aunque para muchas personas solo sea una simple entrevista, esta genera reacciones, rechazos, exaltaciones, estímulos sobre personas de

manera individual, grupal o colectiva. De esa manera genera opinión pública, es decir se ha de apreciar desde el punto de vista de un gran público.

En el caso que amerita la presente investigación y que data del análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

El Diario de Portoviejo, dentro de su política editorial y responsabilidad social hacia Portoviejo y Manabí, como medio de comunicación regional. En sus secciones y páginas establecidas publica entrevistas a funcionarios públicos y privados sobre temas humanos y profesionales, con temas relacionados a la obra pública de los gobiernos locales; así como también a personajes vinculados a la cultura, economía, deportes, ciencias, educación, es decir en todos los campos del saber humano.

Sus directivos y periodistas se han preocupado de informar bien a su público lector con la idea de generar puntos positivos a su favor como medio de comunicación y aún más como empresa periodística que incide dentro del contexto comunicacional y sociológico en Manabí y el país. Pero al parecer no se ha establecido un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública, tal vez porque no se ha aplicado una correcta técnica utilizada, no se ha cumplido un proceso comunicativo provocado, por la poca difusión de información a la opinión pública y por carecer investigación y autenticidad.

Así mismo no se la ha evaluado como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo, por el estilo del entrevistador, por sus características narrativas, por el cuestionamiento al entrevistado y por el impacto a la comunidad. De igual manera no se la identificado el tipo de entrevista y si corresponde a entrevista estructurada, no estructurada, si es de semblanza-perfil u otras.

Finalmente, no se ha comprobado el tipo de incidencia que genera la entrevista que publica El Diario como género creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí, tal vez por no aprender de la charla entre entrevistador y entrevistado, por la falta de valoración a la calidad de información que se emite, por no aprender de quienes admiran y transfieren liderazgo, por no apelar el derecho a la réplica; y finalmente porque genera caos de manera individual, grupal o colectiva.

Por lo tanto, el presente tema merece una investigación que compruebe el análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

#### **PREGUNTAS DERIVADAS**

¿Considera usted adecuado establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

¿Cree usted necesario demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos?

¿Está de acuerdo en evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?

¿Cree usted necesario identificar el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?

¿Considera usted que la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

## **8.2.- SITUACIÓN**

La entrevista como género periodístico debe ser para los periodistas principios de conocimientos del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un grado de comunicación de hechos y de ideas mediante niveles de creación estética en el uso de la palabra.

Los directivos y periodistas de Ediasa, al parecer no se han preocupado de participar correctamente a su público lector a través de la entrevista con la idea de generar positivismo como medio de comunicación y aún más como empresa periodística que aporta dentro del sistema comunicacional de Manabí y el Ecuador.

Lo correcto es aplicar las técnicas periodísticas en procura de que se mantenga posturas de equilibrio, igualdad, semejanzas en las personas y entes sociales que se benefician de la responsabilidad social de El Diario.

La entrevista debe ser canalizada positivamente tanto como género y técnica de expresión humana que orienta a los lectores sobre personajes dentro de un marco de opinión pública favorable, como un mecanismo fundamental de la responsabilidad social de El Diario frente a la comunidad que la cobija.

## **8.3.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera incide el análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

#### **8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL**

La investigación del proyecto investigativo se desarrolló en la provincia de Manabí, tomando en cuenta al periódico El Diario, de Portoviejo.

#### **8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La investigación se determinó durante el primer semestre del año 2018.

#### **8.6.- OBJETIVOS**

##### **8.6.1.- OBJETIVO GENERAL**

Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

##### **8.6.2.-OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos.
- Evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.
- Identificar el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.

## **8.7.- JUSTIFICACIÓN**

La entrevista es un género periodístico que permite disfrutar, ensalzar, complacer y a la vez criticar los diálogos cuando se lo realiza a personajes que tienen carisma con los lectores y audiencias, como también interlocutores que si bien gozan de estímulos, pero a la vez son rechazados por una buena parte de la comunidad, y eso se observa también en otros medios tecnológicos de manera diaria y continua.

La entrevista es una norma periodística que también se relaciona con las literarias que nutren el conocimiento de los periodistas; puestos al servicio de la comunicación social y de la sociedad, en una profesión regocijante y de mucha vocación humana y profesional como lo es el periodismo.

Es necesario investigar a la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, y la oportunidad investigativa cabe para un medio de comunicación escrito de prestigio como lo es El Diario, de Portoviejo.

Y se entiende también a la opinión pública como el veredicto receptor de la comunidad donde se desenvuelve el medio. El ciudadano común recepta los mensajes e interpreta, juzga, descifra y explica a su manera, a su vez ese pensamiento se codifica en las masas, heterogéneamente o desigual. Esa es la labor de los medios en la actualidad en base a temas mediáticos apresurar o agilizar la opinión pública de la masa receptora sobre temas de interés nacional, y con la entrevista es similar su accionar.

Por lo tanto es importante y se justifica el análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, tomando como caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.



Esta investigación tiene factibilidad social, económica y técnica.

**Social:** Porque se circundó al medio de comunicación impreso El Diario de Portoviejo, perteneciente a la empresa comunicacional EDIASA S.A.

**Económica;** Se definió por parte del autor con recursos económicos para realizar la investigación.

**Técnica:** Se participó con el apoyo de los especialistas en periodismo, opinión pública y medios de comunicación impresos de Portoviejo y Manabí.

## **8.8.- VIABILIDAD LEGAL**

### **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR**

#### **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

##### **TÍTULO I**

###### **Disposiciones preliminares y definiciones**

**Art. 1.- Objeto y ámbito.-** Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

**Art. 2.- Titularidad y exigibilidad de los derechos.-** Son titulares de los derechos Establecidos en esta Ley, individual o colectivamente, todas las personas ecuatorianas y extranjeras que residen de manera regular en el territorio nacional, sin importar su Cargo o función en la gestión pública o la actividad privada, así como los nacionales que residen en el exterior en los términos y alcances en que sea aplicable la jurisdicción ecuatoriana.

**Art. 3.- Contenido comunicacional.-** Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

**Art. 5.- Medios de comunicación social.-** Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias,

así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

**Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.-** Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

**Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.-** Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

**Art. 9.- Códigos deontológicos.-** Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

## **9.- BASES TEÓRICAS**

### **9.1.- ESTADO DE ARTE**

Carlos David Santamaría Ochoa, 2011, sustentó para optar el grado de doctor en Comunicación y periodismo, el tema La entrevista periodística: ¿Género o Herramienta?, propone que la entrevista Definida como un diálogo que se lleva a cabo entre dos o más personas, también resulta ser la base para la construcción de la noticia o nota informativa y el reportaje, constituyendo parte importante en la crónica y en ocasiones en las columnas y editoriales. El trabajo es abalizado por Universidad de Santiago de Compostela, a través de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La Dra. Pastora Moreno Espinosa, Profesora Titular de Redacción Periodística de la Universidad de Sevilla, escribió un artículo científico sobre Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional; lo publicó en la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Revista ÁMBITOS. Nº 5. 2º Semestre de 2000 (pp. 169-190), año 2000.

Margarita Boladeras Cucurella, escribió sobre La opinión pública en Habermas, auspiciado por Universitat de Barcelona. Facultat de Filosofia, Baldiri Reixac, s/n. 08028 Barcelona, boladera@trivium.gh.ub.es. La investigación sobre el sentido y la historia del «espacio público» y la «opinión pública» ha sido una parte muy importante de la obra de Habermas. Desde sus primeros trabajos hasta Facticidad y validez, vincula la dinámica del mundo simbólico a la interacción comunicativa, generadora de opinión, consenso, voluntad común y acciones cooperativas frente a los conflictos sociales. El conocimiento y la crítica de la concepción de Hannah Arendt ha modelado.

en gran medida su propia posición, y por ello se tiene en cuenta en este texto. Finalmente, se muestra el carácter fundamental del espacio de la opinión pública en el modelo de Estado de derecho y de política deliberativa propuesto por este autor

La noticia y la entrevista, Una aproximación a su concepto y estructura; Dr. Rafael Yanes Mesa, de la Universidad de La Laguna, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, 1979, expone que el periodismo informativo tiene como único fin la información, y en su estilo destacan como características esenciales la claridad, la sencillez y la exactitud. Hay dos géneros periodísticos que responden principalmente a estos criterios: la noticia y la entrevista. Ambas tienen como sello de identidad su función informativa, aunque entre las entrevistas debe contemplarse una modalidad que se aproxima al artículo, ya que, sin abandonar su fin informativo, incorpora un componente estético: la entrevista creativa.

Introducción a la Opinión Pública y los Medios de Difusión Masiva. De Luís Aníbal Gómez, 1982, Gómez plantea que la personificación es más problemática. El argumento básico es que las noticias tienen la tendencia a presentar los sucesos en una forma sintáctica donde hay un sujeto: una persona con nombre y apellido o grupo de personas y un predicado: el suceso. En esta forma los hechos son enfocados como consecuencias de los actos de aquella o esta persona. La alternativa se da presentar los sucesos como el producto de "fuerzas sociales", más como productos estructurales que personales de la sociedad que los originan.

La opinión pública en la sociedad de la información: un fenómeno social en permanente cambio, por Juan Antonio García Galindo; Universidad de Málaga. BROCAR, 34 (2010)

273-288; El nuevo escenario de la comunicación surgido a finales del siglo XX está transformando en el siglo XXI las relaciones entre los emisores y productores de la información y los receptores o destinatarios de la misma. Las posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación permiten la interacción entre unos y otros, convirtiendo a los ciudadanos, hasta ahora receptores tradicionales de la comunicación, en emisores y productores de contenidos. Esta ruptura en la linealidad de los procesos comunicativos ha dado lugar a la multiplicación de flujos de información en diferentes direcciones, revalorizando el papel del individuo como productor y usuario de la comunicación, y replanteando incluso el concepto vigente de opinión pública, fenómeno social que también asiste hoy a su transformación. Estas nuevas fronteras de la comunicación que parecen situarnos ante la mayor democratización de la comunicación social en toda su historia, nos sitúan, sin embargo, ante un panorama lleno de incertidumbres que exigen su reflexión y estudio.

## **9.2.- HIPÓTESIS**

La Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió efectivamente en El Diario de Portoviejo durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

## **10.- MARCO TEÓRICO**

### **Nacimiento y evolución de los medios impresos**

Según varios informes y análisis de datos históricos, el nacimiento de los medios impresos se remonta en la época de la prehistoria con la creación de las pinturas rupestres, y se asienta con la invención del alfabeto. Poco a poco fue evolucionando con el paso de los años, pasando por la escritura en manuscritos como pergaminos y papiros.

Por otro lado, según varios historiadores, existen dos teorías sobre el nacimiento de la prensa escrita, también conocida como los medios impresos:

La primera cobra vida en el año 59 a.C; en la Roma Republicana, dentro del Supremo Foro Romano; con los primeros diarios denominados el Acta Diurna o Eventos del día, los mismos que fueron solicitados por Julio César.

La segunda se remonta a los años 413 d.C. cuando el gobierno imperial Chino solicitara la publicación de Noticias Mezcladas en el lejano Oriente.

Ambas publicaciones no contaron con gran popularidad entre el público, ni tuvieron mayor distribución, por lo que el nacimiento oficial de los medios impresos, y de los medios de comunicación en general, se le atribuye al ingenioso invento de Johann Gutemberg en 1450, la imprenta. Este invento tuvo un gran impacto, ya que con este se dio apertura a la difusión masiva de acontecimientos, o mayormente conocida como comunicación masiva.

Con el paso de los años los medios impresos se fueron sembrando con fuerza en las sociedades, ya que las mismas vieron la necesidad de ir plasmando y difundiendo los

acontecimientos de la época. Los más antiguos se remontan en los años 1470 (Bolonia) con el tema principal sobre el recorrido de los turcos por el Mediterráneo.

Uno de los ejemplos más conocidos en cuanto a difusión ocurrió en los años 1492 con el descubrimiento de América, donde se publicaron noticias actuales sobre los avances de las conquistas en las colonias, noticias que mantuvieron interesado al público hasta el siglo XIX.

El 30 de Mayo de 1631 se imprimió La Gazette, primer periódico oficial a nivel mundial que circulaba todos los viernes; al cabo de unos años, cambio su nombre por el de La Gazette de France y aumentó su circulación a dos por semana. Su fundador fue el periodista y médico Théophraste Renaudot, y después de 284 años se imprimió la última edición (30 de septiembre de 1915), dejando un gran legado y ejemplo cultural en los demás países.

## **Medios impresos en el Ecuador**

### **Periódicos**

El primer medio impreso de nuestro país, Ecuador, tuvo su aparición el 5 de enero de 1792, cuando aún éramos conocidos como la Real Audiencia de Quito, este primer periódico llevó el nombre de “Primicias de la cultura de Quito” y su fundador fue el redactor y considerado el primer periodista ecuatoriano, Eugenio Espejo Delgado, quien además estuvo a cargo de la dirección en compañía de Eugenio Xavier de Santa Cruz; se imprimió en Quito, con 16 páginas, y se destinó para difundir opiniones de interés social, como cartas y ensayos filosóficos, políticos, literarios y económicos; tuvo tan solo 7 ediciones, pero dejó un legado cultural abriendo nuevas etapas para la comunicación en



la región. Enrique Ayala Mora, en su trabajo *La prensa en la historia de Ecuador*, considera que la aparición de este es un poco tardía, ya que en Europa, específicamente en Inglaterra, la prensa escrita ya estaba establecida con fuerza.

El segundo periódico de la nación fue guayaquileño y circuló el 21 de Abril de 1821 (después de la batalla del 9 de octubre de 1820), con el nombre “El Patriota de Guayaquil”, era más pequeño que el primero, con redacciones más cortas que informaban y debatían sobre noticias actuales locales y de otros lugares; en 1827 cambió su nombre por “El Colombiano de Guayas”, pero en 1829 retomó su nombre inicial. Se vio envuelto en temas políticos conflictivo, y muchas veces no veraces, que perjudicaron mucho su reputación, por lo que tuvo que dejar de circular.

Después de la fundación de la República (1830), el gobierno ordenó la impresión de un periódico oficial, donde se publicaba información relacionada del gobierno y del manejo de la República, como: leyes, acuerdos internacionales, sentencias, documentos oficiales de gobierno; información que resultaba de suma importancia, y favorecedora, para los dirigentes políticos, funcionarios públicos y abogados de la época.

También se fundaron muchos periódicos auspiciados por municipios y corporaciones, pero su gran mayoría eran privados; y todos perseguían un mismo objetivo, la política (en especial en épocas de elecciones); como: *La Ilustración*, definido como “científico y literario”; *El Católico del Guayas*, considerado “religioso, político, científico y literario”. Estos medios no tuvieron mucho tiempo de circulación por las inclinaciones coyunturales por las que se publicaban.

Los medios impresos en Ecuador fueron utilizados, hasta ese entonces, para promocionar las ideas de proyectos nacionales puestos en marcha y generar opinión pública sobre

ideas nacionalistas y cívicas, con la finalidad de sembrar el amor a la patria o patriotismo en la ciudadanía, así mismo, fueron utilizados como canales literarios de información, con la publicación de poemas, rimas, ensayos y obras de la época, que luego se editaron para formar libros que representan, el día de hoy, a nuestra cultura literaria Guayaquil y Quito, según Enrique Ayala, son las ciudades que más medios impresos han tenido, pero en otras localidades también hubo producción periodística, aunque de poca duración; por ejemplo: en Azuay, el periódico El Eco, publicado por Fray Vicente Solano (periodista y pensador) en 1828; en Loja, el periódico La Federación, publicado en 1859; en Imbabura, El Imbabureño y en Ambato, El Tungurahua, quienes llevaban el nombre de su localidad.

Al principio, la producción de periódicos era considerada como un servicio público, personas colaboradoras ayudaban con la redacción y, en muchas ocasiones con el financiamiento, debido a que los precios por los que se comercializaban eran irrisorios.

## **Diarios**

Con el aumento de la población, economía y necesidad de información aparecieron los diarios. El primer diario circuló en Guayaquil en 1860 con el nombre “Diario de Guayaquil”, el mismo que fue fundado por Sixto Juan Bernal; según Camilo Destruge, este diario era “exclusivamente comercial y de información” ya que incluía “bastantes avisos, relativamente relacionados a la época y al espacio disponible”, pero, a pesar del desarrollo, este y los diarios que aparecieron en las siguientes dos décadas tuvieron que dejar de circular, ya que la ciudad aún no podía sustentar un medio de comunicación cotidiano. Unos años después, la preferencia por el diarismo se había establecido en el país. En Guayaquil se empezó a imprimir y publicar varios diarios que circularon por un lapso de tiempo prolongado, como: El Telégrafo, El Globo, Diario de avisos y El Grito

del Pueblo. En quito, a su vez, el diarismo demoró en institucionalizarse, pero a principios del siglo XX (1906) se fundó El Comercio, digno representante de la capital, que hasta el día de hoy llega a los hogares ecuatorianos.

Los diarios fueron evolucionando en su estructura física, se imprimían en formatos más grandes, se le fueron agregando un sinnúmero de detalles, como: la fecha, el encabezado, una frase reflexiva, el número de páginas, eslóganes, artículos editoriales, gráficos (dibujos, viñetas), fotos, anuncios o publicidades de distintos tamaños, y varias características más que perduran hasta la actualidad. Con el avance de la tecnología, se fueron implementando nuevas maquinarias que agilaban la elaboración de los diarios, como las guillotinas, dobladoras e intercaladoras, del mismo modo, la obtención de la información se hacía en menor tiempo, ya que se empezó a utilizar el sistema del telégrafo para comunicarse con personas a distancias muy lejanas, de una ciudad a otra, lo que facilitó la entrega de las noticias de un día para otro.

A partir de la Revolución Liberal, la producción de diarios se transformó en negocio, por lo mismo, se contrataron redactores que estaban permanentemente escribiendo las noticias, aunque igualmente seguían utilizando a los colaboradores, quienes ayudaban de forma gratuita con la redacción. Se necesitaban de seis a ocho personas contratadas para mantener funcionando a la empresa.

### **Clasificación de los medios impresos**

Los medios de comunicación impresos en general se clasifican de la siguiente forma:

- Periódicos o diarios: se imprimen, por lo general, diariamente e incluyen información acontecida recientemente.

- Revistas: se editan con periodicidad semanal, mensual, bimensual, trimestral, o anual. En su mayoría, incluyen información para grupos específicos.
- Trípticos y dípticos: los trípticos son impresiones que se doblan en tres partes y los dípticos se doblan en dos. Ambos son considerados publicitarios, ya que incluyen información de servicios, productos o eventos que organiza u ofrece alguna institución.
- Volantes: hoja impresa que incluye información en de servicios o productos de una institución.

### **Géneros periodísticos**

Juan Gargurevich (1982:11) destacado periodista, catedrático e investigador peruano define a los géneros periodísticos como “formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación”

Para José Luis Martínez Albertos (1983:272) son “diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva”.

Lo cierto es que la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de diferentes formas que se conocen como géneros periodísticos y estos se definen en función del papel que juega el narrador o el emisor del mensaje respecto a la realidad observada.

Esta idea es apoyada por María Jesús Casals (2005:433) quien dice que “los géneros periodísticos sirven como referencia para el destinatario: cada género le informa del tipo de mensaje que va a recibir y respeta su capacidad de elección”.

Tomando en cuenta la definición de los autores, podemos decir que los géneros periodísticos son aquellas formas y estilos que elige el periodista para contar la información, guiado sobre todo por el objetivo que busca. Este objetivo puede ser tanto informar, como interpretar (opinar) o, simplemente, entretener.

## **Los géneros de opinión**

### **El editorial**

Es un texto redactado por un miembro del medio de comunicación y aunque no va firmado, la responsabilidad de su contenido recae en primer lugar sobre el director. En este texto se refleja de manera explícita la postura del medio ante los acontecimientos más relevantes de la actualidad. A través de argumentaciones, se presenta la valoración del periódico sobre algún asunto de actualidad, con la intención de convencer al lector de que adopte esta postura. Su finalidad es, por tanto, condicionar y crear lo que se conoce como opinión pública. El medio puede optar por presentar su tesis en un tono de aparente objetividad, o bien mostrar abiertamente su ideología. Martínez Albertos (1983: 143) respecto al editorial, decía que:

Los temas acordados pueden corresponder a campos distintos de la información: política, economía, ciencia, deporte, cultura, etc. Sin embargo, la ideología persiste en cada ámbito. Por eso, no basta un editorial para conocer ampliamente la doctrina de un medio de comunicación, se requiere un seguimiento duradero para armar el esqueleto opinante. Todo ese cumulo de perspectivas gesta la conciencia del periódico”.

## **El artículo**

El artículo de opinión es un texto cuyo autor es un personaje público de relevancia intelectual ya sea escritor un abogado, sociólogo, historiador, matemático, economista, etc. quien transmite al público su opinión sobre un tema de actualidad e interés social.

Este autor, la mayoría de veces, no pertenece al medio, esta ausencia de vinculación directa entre autor y medio confieren al artículo su característica más importante: la libertad. El tema, su tratamiento y las opiniones vertidas son responsabilidad del autor, por lo que, en teoría, no está condicionado por la línea editorial del periódico. La estructura y el estilo son también libres. En definitiva, se puede considerar el artículo como una especie de ensayo breve.

## **La columna**

La columna conserva los rasgos generales del artículo de opinión, aunque se diferencia en dos aspectos: su brevedad y su periodicidad. La columna puede ser de aparición diaria, semanal, quincenal o mensual. Esta periodicidad permite que se convierta en un punto de encuentro entre el autor y sus lectores, ya que estos textos son muy personales tanto en el tratamiento del tema como en el estilo.

## **Los géneros interpretativos o híbridos**

### **La crónica**

Crónica deriva de la voz griega cronos que significa tiempo. Se trata de contar un de un hecho en orden temporal, desde la experiencia y visión de un especialista. No se equivoca Vivaldi (2001:83) al definir a la crónica como “una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos”. Según él, se trata de un género que “vale como relato y juicio de un cronista”.

La crónica comparte rasgos estructurales con la noticia y el reportaje, pero con una visión más profunda. Tiene la misma función que los otros géneros: informar sobre los hechos noticiosos de actualidad, con la diferencia que su narración incluye muchos más detalles, capaces de hacer que los receptores imaginen y reconstruyan en su mente lo sucedido.

Rasgos de la noticia: La crónica es una narración de un acontecimiento de actualidad. Suele mantener la estructura de titulares, lead y cuerpo.

Rasgos del reportaje: Incluye análisis de antecedentes y consecuencias, testimonios, documentos, etc., que aportan una mayor interpretación. Tiene un estilo más libre que la noticia.

Rasgos subjetivos propios: En la crónica, el periodista interpreta los datos, realiza valoraciones, introduce elementos subjetivos procedentes de su percepción como especialista o corresponsal.

## **La entrevista**

La comunicación en el ser humano puede considerarse como el acto más importante que pueda realizar: en toda actividad tiene un papel protagónico y fundamental que le permite entender los procesos de toda índole. Es también la forma en que podemos conocer todo lo relacionado con el individuo y su entorno, sea en aspectos profesionales o humanos.

Una adecuada comunicación propicia el conocimiento de cualquier actividad y la forma en que podemos afrontar situaciones diversas.

Es la entrevista una forma de comunicarnos y de conocer, cuestionar; acercarnos a la realidad que se busca a través de distintos métodos que nos llevan al desarrollo de actividades, actitudes y a la planeación de lo que cocebimos como progreso.

Hablar de la entrevista es remontarse a aquellas teorías de la comunicación que enumera David K. Berlo (2003) en su libro “El Proceso de la Comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica”, y que recuerdan la manera en que los estudiosos del tema han tratado de explicar a través del tiempo uno de los procesos de interacción más comunes en el ser humano.

El acto de compartir un mensaje con un código común entre el emisor y el receptor, obteniendo la retroalimentación que conforma el proceso de comunicación es quizá la fundamentación para que la entrevista exista como tal.

La entrevista es un diálogo o conversación que se utiliza en todas las disciplinas en las que interviene el ser humano. Es el punto de partida en la interacción humana.



Diversos profesionales dedicados al estudio del comportamiento humano, basan su trabajo de investigación en la entrevista, como la forma más idónea para obtener la información de parte de los protagonistas del tema motivo de estudio. Es a través de ella que se logra conocer lo que piensan los demás, lo que se ha realizado o la forma en que se visualizan ciertos aspectos humanos.

Para Arfuch (1995: 29) La entrevista se vislumbra como una práctica cotidiana, porque se lleva a cabo en toda actividad en la que participa el ser humano.

No puede concebirse una actividad en la que intervenga el individuo sin que haya de por medio un proceso comunicativo interpersonal, siendo su principal exponente el diálogo que se lleva a cabo entre emisor y receptor, donde uno pregunta y el otro contesta, logrando completar el proceso comunicativo que se significa como el más importante, sin que sea el único medio de transmisión de información. Existen procesos comunicativos visuales, no verbales y de diferentes características que no se fundamentan en el diálogo.

Decir que la entrevista es un diálogo es suponer que existe un entrevistador y un entrevistado, donde la habilidad del primero permitirá la obtención de la información necesaria, dado que en algunas ocasiones se encontrará con la resistencia del segundo, sea porque no tiene interés en proporcionar la información requerida; por estar obligado a ello o por no convenir a sus intereses personales. Dentro del diálogo se pueden formular una serie de interrogantes y exponer distintos conceptos que permitan al entrevistador obtener lo que necesita en cuanto a información.

En dicho proceso, se establece una comunicación en la que debe haber necesariamente retroalimentación, aunque ésta, no se presente en forma verbal. Las distintas formas de

comunicación permitirán al entrevistador contar con las respuestas necesarias y su habilidad, le permitirá interpretar lo que con la palabra no se expone. En ocasiones dice más un gesto que una frase, y éste deberá ser el motivo para que el entrevistado pueda hacer una nueva pregunta, asumiendo el gesto como una respuesta previa que requiere, en el caso escrito, de la ratificación a través de una frase.

### **La entrevista periodística**

El periodismo es una actividad cuya función es dar a conocer a la opinión pública los hechos más relevantes, puede desarrollarse en forma informativa, interpretativa u opinativa, es decir, no necesariamente conlleva a la publicación en cualquier medio, escrito o electrónico de un acontecimiento o una noticia como tal, sino que también propicia la difusión de mensajes en los que la información, si bien es cierto que se considera como la base, es la opinión de quien escribe o la interpretación que éste otorga al hecho o declaración a lo que se le da cabida en la publicación.

La actividad periodística se desarrolla a través de medios masivos de comunicación: prensa escrita (periódicos diarios y con otro tipo de calendarización, revistas y magazines), televisión, radio, cine e Internet.

La entrevista como género constituye uno de los más sólidos pilares del periodismo, dado que el mayor porcentaje de la información que se transmite, surge de los propios protagonistas de la historia y que se revela a través del periodista y sus escritos.

Montserrat Quesada (1984: 119) expone que la entrevista, que deriva de la palabra francesa “entrevoir” significa “verse uno al otro”, y la define como “el método mediante el cual un profesional de la información, el periodista, entra en contacto con un personaje

público, el entrevistado, del que se ha presupuesto un interés periodístico, bien por sus declaraciones, por su cargo o por su propia personalidad”.

Erbolato (1984: 267) refiere que la entrevista periodística tiene sus orígenes en 1836, en Nueva York, después de publicar noticias sobre política y administración, cuando la prensa norteamericana comenzó a interesarse por historias de interés humano. La autenticidad es el primer requisito que debe tener una entrevista, y el reportero debe prepararse bien antes realizarla, para poder acceder al éxito.

Juárez Bahía (1971), en su libro titulado “Jornalismo, informacao, comunicacao”, dice que la entrevista debe ser auténtica, que las declaraciones del interlocutor puedan ser fácilmente probadas, y tener como requisito indispensable el desarrollo de una adecuada técnica, que es más importante que el mismo entrevistador. Se le conoce como reportaje provocado.

La entrevista es, entonces, la fuente de información más apegada a lo que sucede cada día, sea por la opinión o los datos que puedan aportar los que intervienen en cada acción.

Arfuch (1995: 29) sostiene la idea de que la entrevista es una práctica cotidiana, dado que se lleva a cabo en toda actividad en la que participa el hombre; no podría concebirse una interrelación humana sin la existencia de la entrevista, dado que es el más claro ejemplo de la comunicación interpersonal, donde se establece el intercambio de ideas, conceptos, formas de vida y expresión.

Se pueden encontrar conceptos tales como el que es “una conversación con un propósito”, según la International Encyclopedia of Social Sciences (citado por Bahena, 1993: 121) o

“la principal fuente de noticias de índole altamente individual según Hohenberg (citado por Bahena, 1993: 121).

Es también Baena Paz (1993: 123) quien ubica entre los profesionales de la información a los que desempeñan el periodismo en forma empírica; algunos de ellos coinciden en que la entrevista está obligada a la búsqueda de información directa, donde quien la realiza debe explorar en cada entrevistado su conocimiento sobre temas que interesan a la opinión pública, describiendo con la mayor fidelidad posible ya sean los datos aportados sobre el suceso, el personaje o el ambiente que lo rodea.

Encuentro, intercambio de puntos de vista con un objetivo, cuestionamiento, conversación entre dos o más personas: ya a través de los años se ha definido a la entrevista de diversas maneras, todas con un concepto en común: es una conversación, plática, encuentro entre dos o más personas, en donde uno asume el papel de entrevistador y pregunta, y el segundo, el de entrevistado, y le corresponde responder a los cuestionamientos.

Descrita también como un enfrentamiento entre un reportero y una persona, donde el primero busca “desenmascarar” al segundo, buscando la manera de obtener la mayor cantidad posible de información inédita, y el segundo procura evadir muchas interrogantes que podría considerar inadecuadas para su difusión ante la opinión pública (Ibarrola, 2001: 21). Profesionales del periodismo enfrentan el reto de realizar una entrevista como una “batalla” en la que la base para obtener una “victoria” deberá ser la habilidad de poder cuestionar, buscar, hurgar, logrando con ello la mejor información sobre el tema o el personaje.

## **La entrevista y su técnica**

La entrevista periodística se desarrolla con técnicas específicas que permiten llegar a su objetivo. Aunque éstas son diariamente modificadas según quien las emplea y la experiencia que ha obtenido en el ámbito profesional. No podría establecerse un manual, dado que siempre se presentan en diferente espacio y circunstancia.

Por su carácter público, el periodismo es una actividad en la que los tópicos deben tener algún tipo de interés para la comunidad. No es una charla privada en la que existe interés únicamente en ambas partes sin que exista algún tema que pudiera trascender fuera de su entorno, cuyo contenido sea totalmente ajeno a la visión que pudiera tener la sociedad.

Para tal efecto, se deberá establecer una serie de preguntas y respuestas que servirán de guía en su desarrollo, aunque es necesario aplicar durante ella, diversas técnicas de observación para lograr una comprensión suficiente de la misma, que pueda complementar el trabajo de redacción y su consiguiente aceptación y entendimiento por parte del público hacia quien va dirigida”.

Constituye una obra exclusiva, irreplicable en todos aspectos; si un periodista estructurara una entrevista, apoyado en todos los medios físicos posibles, y se le pidiera volver a redactarla, no podría elaborar un texto igual: siempre habrá diferencias entre uno y otro, y una apreciación distinta, pese a que las dos o tres versiones fueran realizadas por la misma persona.

Miguel Túñez reafirma que una entrevista nunca se podrá escribir dos veces de la misma manera, aunque sea realizada por el mismo periodista y con iguales recursos: el hecho de leer el texto o escuchar la conversación en ocasiones diferentes constituye una

apreciación con visiones completamente distintas, ya que habrá algunos conceptos que se valorarán con mayor o menor rigor, y esto cambiará el resultado del texto, sin lugar a dudas. Es por eso que la considera como un texto único, como un cuadro o una escultura, cuya imitación podrá existir, pero su originalidad nunca se podrá discutir.

En innumerables ocasiones sucede que el periodista elabora un trabajo, lo valida y considera que está apto para su publicación; cuando hace una revisión del mismo encuentra algunas palabras o frases que deberán ser, según su punto de vista, modificadas, de ahí la certeza de que cada entrevista es un texto irrepetible, incluso por el mismo autor.

### **La entrevista periodística: ¿Género o herramienta?**

¿Para qué se emplea la entrevista? Para obtener información de fuentes autorizadas o validadas por la opinión pública, donde se busca que quien forma parte del proceso como entrevistado sea un personaje del que el público meta puede o debe escuchar una opinión o dato calificado. Es determinante hacer una buena selección de la fuente informativa que nos garantice el éxito de la entrevista.

La falta de observación en lo anterior puede llevar a cometer el grave error de dar “voz” a quien no se debe, interpretando lo anterior como una inadecuada selección de la fuente de información. Silvia González, en su libro “El Ejercicio del Periodismo” (1999: 41) recuerda que hay dos formas de adquirir información: a través de la lectura y a través de la voz, siendo esta última la que corresponde a la entrevista, de ahí la importancia de una buena elección del personaje.

Muchos acontecimientos cotidianos son del dominio público: sus detalles son conocidos por la gente, sin embargo, su validación se pone de manifiesto cuando una fuente autorizada ofrece los datos al respecto.

Un ejemplo de lo anterior podría constituir el hecho de que una nación se encuentre en crisis económica por diversos motivos, y se llegue a la búsqueda de opiniones autorizadas; lo más importante y que seguramente impactará a la opinión pública será la voz o declaración del presidente, el encargado de las finanzas en ese gobierno o el titular de una asociación de economistas. El tratamiento de la información podría perder su punto de interés comunitario si se buscara, por ejemplo, la declaración de un doctor o un ingeniero, sin que quiera decir que una crisis no afecte a todos los sectores, pero en materia de interés general, será más válida la opinión de los primeros.

Cuando se requiere obtener una opinión o postura sobre algún tema específico, la adecuada selección del personaje es determinante. Son estos protagonistas, validados por la opinión pública los que pueden emitir una razón de peso sobre determinado tema, de ahí la importancia de una adecuada selección.

La validez del comentario o autoridad que pueda tener quien lo externa no obliga a su aceptación, no es menester tomarlo como ley, aunque por lo general se toma como un punto de partida para emitir un juicio personal.

Hay que puntualizar que durante el encuentro entre ambas partes se produce todo un diálogo, una conversación, un interrogatorio; diversas fases ocurren en la cita, y por lo general, el periodista edita el contenido de la misma, es decir, omite las partes que considera no tienen la característica fundamental de ser de interés general, o porque supone que son conceptos repetidos o desgastados.

En algunos casos, como puede ser una entrevista tipo Proust o la que llama Halperin (2005: 14) “cara de perro” o la entrevista conocida como “de declaraciones” según los criterios que establece el diario El País (2002) en su manual de estilo, el texto se transcribe íntegro, producto de un cuidadoso cuestionario que evite la inclusión de temas cuyo desinterés sea manifiesto. En los otros casos, será el periodista el responsable de su contenido y será él quien seleccione el texto, las declaraciones y por consiguiente, asumirá las consecuencias del trabajo final que puede ser parte del diálogo o conversación sostenida con el entrevistado.

Podría pensarse que la omisión de ciertos tópicos no sea válida, sin embargo, es opinión general en el periodismo que no podría transcribirse en su totalidad un encuentro que haya tenido una duración mayor a una hora, y que por las características de quien ha sido entrevistado tuvo que extenderse por más tiempo.

En ocasiones, las respuestas tienen un alto contenido de conceptos que no son de interés, y es el periodista el que determina cuáles son las respuestas que habrá que seleccionar, aunque lo anterior conlleva al riesgo de perder el sentido original de la pregunta que se ha planteado. Para el desarrollo de esta forma de redacción o presentación, se debe tener un amplio conocimiento del tema; del personaje y del entorno que les rodea.

Es importante destacar que durante la entrevista siempre deberá ser el periodista/entrevistador el que lleve la directriz, que marque la pauta del encuentro.



## **PERIÓDICO EL DIARIO DE PORTOVIEJO**

### **DESDE EL DIARIO MANABITA A MEDIOS EDIASA**

El Diario Manabita nació en Portoviejo el 13 de marzo de 1934 como el esfuerzo de quince personas, lideradas por Pedro Zambrano Barcia, que se propusieron crear un medio de comunicación alternativo a los varios que por aquella época existían en Manabí.

Desde su creación misma el matutino ha tenido una línea editorial de corte liberal. Antes de la aparición de El Diario Manabita, decenas de periódicos habían sido fundados a lo largo de Manabí. El primer periódico de la región, según el historiador Wilfrido Looor Moreira, fue El Manabita, creado en 1853.

En su historia El Diario ha pasado por todas las etapas que tuvo que recorrer la imprenta. Desde los tipos móviles que inventó el alemán Johannes Gutenberg hacia 1440, los grabados en madera o metal, los linotipos, hasta el actual sistema “offset”.

Durante sus tres primeras décadas este periódico fue el segundo o tercero dentro de las preferencias de los lectores. Fue en base al trabajo constante y a la innovación en la presentación de las noticias, que en la década de los 60 se convirtió en el líder del mercado. En 1992 el nombre del periódico pasó de Diario Manabita a El Diario. La sociedad anónima El Diario Ediasa S.A., existe legalmente desde 1974.

La empresa Ediasa fundamenta su trabajo en la ética y los principios del periodismo desde su fundación, y está consciente que la forma de presentar la información ha variado muchísimo. El Diario pasó de ser un periódico generalista que informaba a un lector tipo, a lo que es en la actualidad: varios medios, segmentos y productos, diseñados y producidos, cada uno, en función de las diferentes audiencias para las que se trabaja.

En 1986 Pedro Zambrano Izaguirre, el segundo director del medio, funda Manavisión. En 1980 inaugura Radio Estéreo 90, que en 1995 pasó a llamarse Radio Líder; y desde el 2012 opera como radio Amiga.

La Redacción de Ediasa publica en 1996 la primera edición web de El Diario; en el 2007 funda diario La Marea, en Manta; y en el 2010 diario Centro, en Santo Domingo de los Tsachilas. La redacción de El Diario S. A. produce materiales periodísticos que son difundidos por: El Diario, Manavisión, Radio Amiga, [www.eldiario.ec](http://www.eldiario.ec), La Marea, Centro y otros medios o entregas especiales que pueden presentarse.

## **LA POLÍTICA EDITORIAL**

Medios Ediasa es:

- Independiente: no depende de ningún grupo económico, político, religioso o de cualquier otro tipo.
- Pluralista: en sus ediciones se da cabida a todas las corrientes de pensamiento y grupos sociales, sin excepción.
- Demócrata: defiende el sistema democrático como la mejor forma de organización de la sociedad. Combate abiertamente los sistemas o gobiernos totalitarios, estatistas, dictatoriales.
- Liberal. promueve las libertades civiles e individuales, y en función de estas, el desarrollo de la sociedad. En consecuencia, considera que es mejor un Estado pequeño y regulador para que sean los individuos los protagonistas y generadores del progreso.
- Evolucionista: entiende que el constante cambio y la evolución de las cosas y los sistemas lleva a mejorarlos.

- Autonomista: considera que Ecuador es un país hipercentralizado y que eso hace daño a la sociedad. Está a favor de crear un sistema de autonomías regionales o una profunda descentralización.

Medios Ediasa acoge los conceptos de democracia y de libertad de expresión que están definidos en la Carta Interamericana de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos, que en lo pertinente dice:

1. La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.
2. Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.
3. Toda persona tiene el derecho a acceder a la información sobre sí misma o sus bienes en forma expedita y no onerosa, ya esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados y, en el caso de que fuere necesario, actualizarla, rectificarla y/o enmendarla.
4. El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. Los Estados están obligados a garantizar el ejercicio de este derecho. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas

previamente por la ley para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas.

5. La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión.

6. Toda persona tiene derecho a comunicar sus opiniones por cualquier medio y forma. La colegiación obligatoria o la exigencia de títulos para el ejercicio de la actividad periodística, constituyen una restricción ilegítima a la libertad de expresión. La actividad periodística debe regirse por conductas éticas, las cuales en ningún caso pueden ser impuestas por los Estados.

7. Condicionamientos previos, tales como veracidad, oportunidad o imparcialidad por parte de los Estados son incompatibles con el derecho a la libertad de expresión reconocido en los instrumentos internacionales.

8. Todo comunicador social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales y profesionales.

9. El asesinato, secuestro, intimidación, amenaza a los comunicadores sociales, así como la destrucción material de los medios de comunicación, viola los derechos fundamentales de las personas y coarta severamente la libertad de expresión. Es deber de los Estados

prevenir e investigar estos hechos, sancionar a sus autores y asegurar a las víctimas una reparación adecuada.

10. Las leyes de privacidad no deben inhibir ni restringir la investigación y difusión de información de interés público. La protección a la reputación debe estar garantizada sólo a través de sanciones civiles, en los casos en que la persona ofendida sea un funcionario público o persona pública o particular que se haya involucrado voluntariamente en asuntos de interés público. Además, en estos casos, debe probarse que en la difusión de las noticias el comunicador tuvo intención de infligir daño o pleno conocimiento de que se estaba difundiendo noticias falsas o se condujo con manifiesta negligencia en la búsqueda de la verdad o falsedad de las mismas.

11. Los funcionarios públicos están sujetos a un mayor escrutinio por parte de la sociedad. Las leyes que penalizan la expresión ofensiva dirigida a funcionarios públicos generalmente conocidas como “leyes de desacato” atentan contra la libertad de expresión y el derecho a la información.

12. Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.

13. La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial

y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión.

## **11.- MARCO METODOLÓGICO**

### **ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación ofrece un enfoque cualitativo y cuantitativo considerando que se basó en especificar el análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, tomando de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre

de julio a diciembre del 2017. Todo ello accederá poder entender e interpretar la particularidad equivalente de la investigación.

## **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación que se realizó es de tipo experimental porque se desarrolló un reconocimiento o una comparación para conocer un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, en el caso de estudio El Diario de Portoviejo. También se basó en la investigación documental que abarcó distintas fuentes de consulta de lo cual se obtuvo la información para elaborar el marco teórico y enmarcar las características de la entrevista como género de opinión pública.

Es trascendental saber la relación positiva de las variables tanto dependiente como independiente para referir con una idea clara del tema en estudio recalando los cambios que pueden coexistir al momento de realizar la investigación.

## **MÉTODOS**

Los métodos que se utilizaron en esta investigación fueron los siguientes:

**Método Deductivo-Inductivo.**- Por que va de lo general a lo particular. Se parte de un todo para concentrarse en un tema específico, como es el caso del análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017

**Método Analítico-Histórico.** -Se consideró indispensable el estudio del problema, conocer su historia y analizarlo.

**Método Estadístico.** - A través de datos estadísticos se mostraron los resultados a obtener.

## **TÉCNICAS**

**Técnicas Documentales.-** Información adquirida a través de textos, revistas y documentos existentes.

**Técnicas de Campo.-** Se obtuvieron las muestras e información desde las fuentes, Ediasa.

## **RECURSOS**

**Humano.-** Personal para realizar visitas, encuestas, entrevistas y todo el trabajo investigativo en Ediasa. **Materiales.-** Computadora, impresora, grabadora, cámara fotográfica, papel, así como **Económicos.-** Todo lo referente a gastos invertidos en el presente trabajo.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

El presente trabajo de investigación se realizó en la ciudad de Portoviejo y se tomó de muestra al azar a 25 periodistas que laboran en El Diario de la empresa Ediasa.

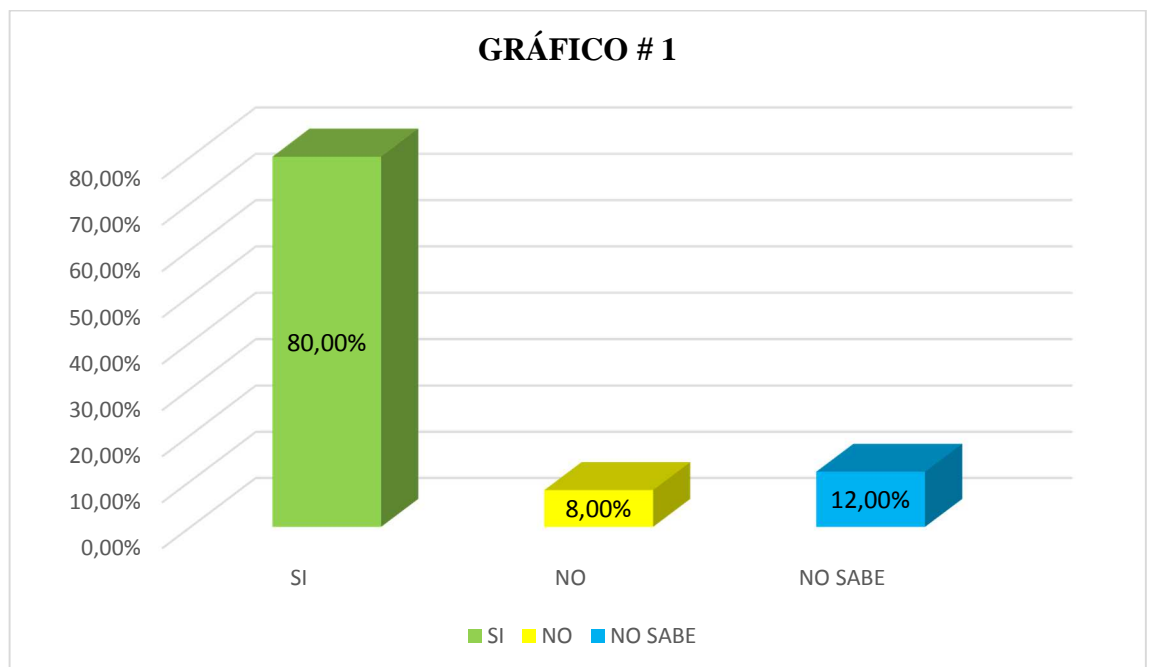
## **12.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO**

### **ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PERIODISTAS QUE LABORAN EN EL DIARIO DE PORTOVIEJO.**



**1.- ¿Considera usted adecuado establecer un análisis de la entrevista como genero creador de opinión publica en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	20	80%
<b>No</b>	2	8%
<b>No Sabe</b>	3	12%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas.

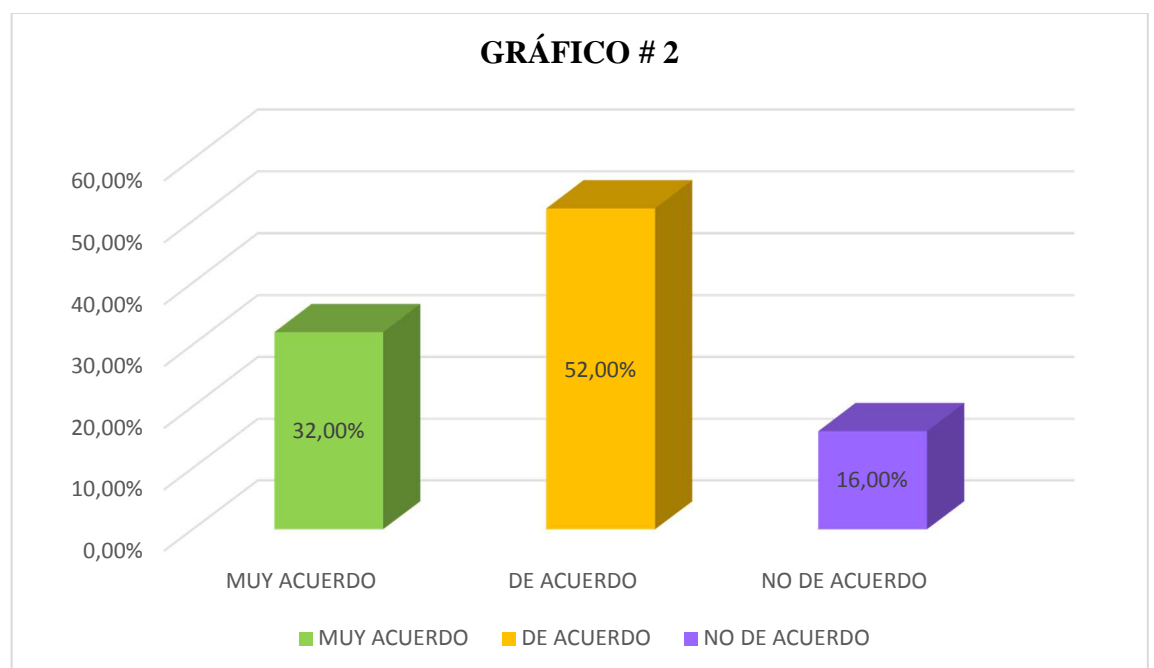
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que el 80% “Sí” cree adecuado establecer un análisis de la entrevista como genero creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017, un 12% opina que “No sabe” y un 8% que “No”.

Se demuestra que los encuestados consideran necesario establecer un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

2.- ¿Cree usted necesario demostrar que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy acuerdo	8	32%
De acuerdo	13	52%
No de acuerdo	4	16%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas.

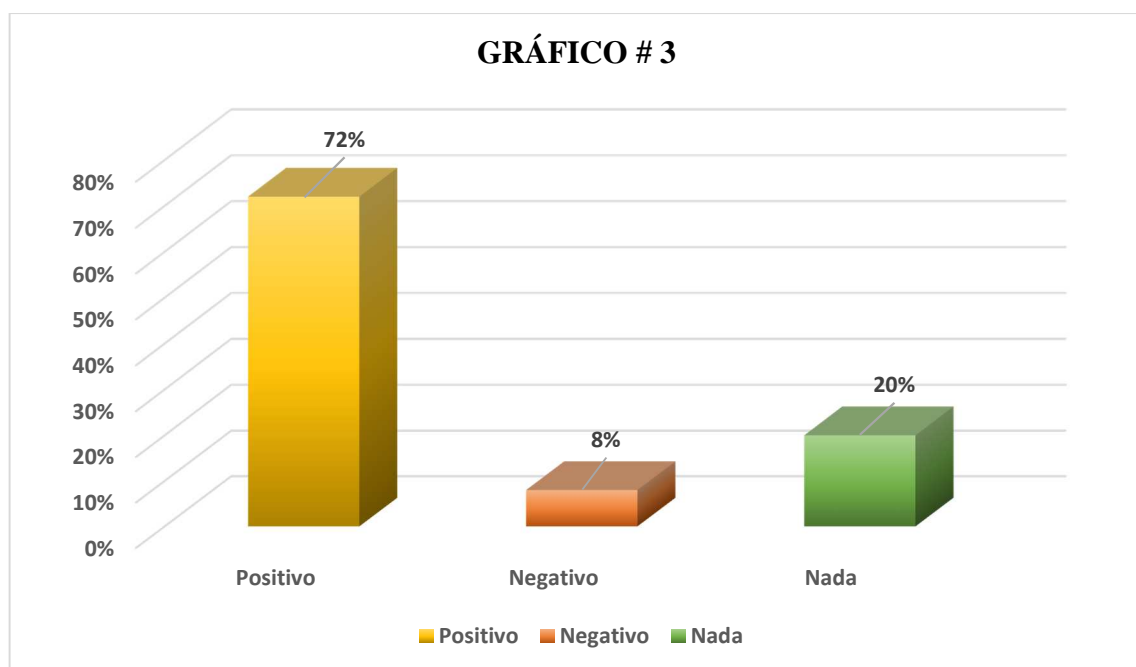
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que un 52% está “De acuerdo” con demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos, un 32% opina “Muy acuerdo” y un 16% que “No de acuerdo”.

En consecuencia, los encuestados concuerdan con demostrar que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos.

**3.- ¿Está de acuerdo en evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	18	72%
Negativo	2	8%
Nada	5	20%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas.

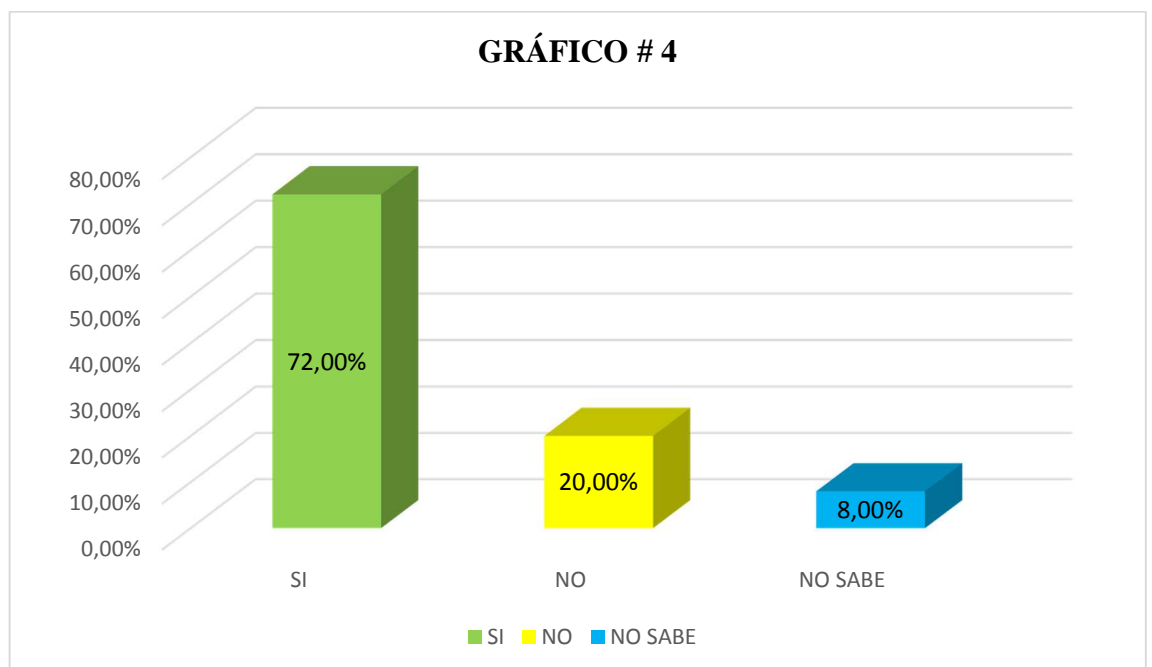
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que un 72% considera “Positivo” evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo, un 8% opina “Negativo” y un 20% que “Nada”.

Se determina que se considera positivo evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.

**4.- ¿Cree usted necesario identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	18	72%
No	5	20%
No Sabe	2	8%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

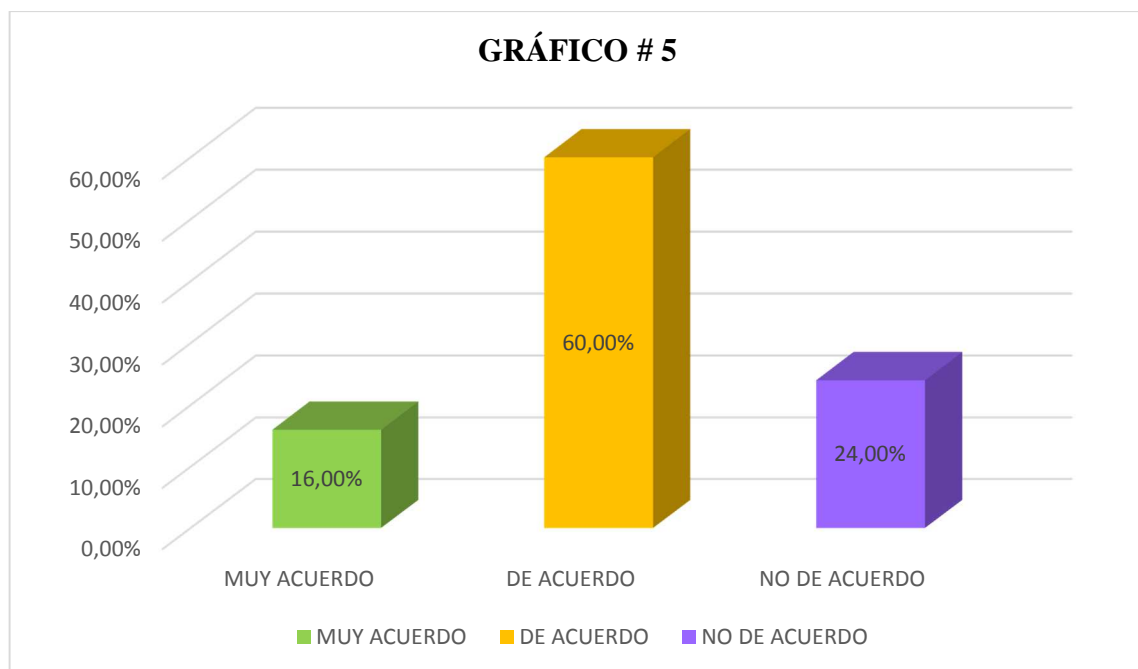
El gráfico muestra que el 72% “Si” cree necesario identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo, un 20% opina que “No” y un 8% que “No Sabe”.

Se demuestra que los encuestados consideran necesario identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.



5.- ¿Considera usted que la entrevista como genero creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy acuerdo	4	16%
De acuerdo	15	60%
No de acuerdo	6	24%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

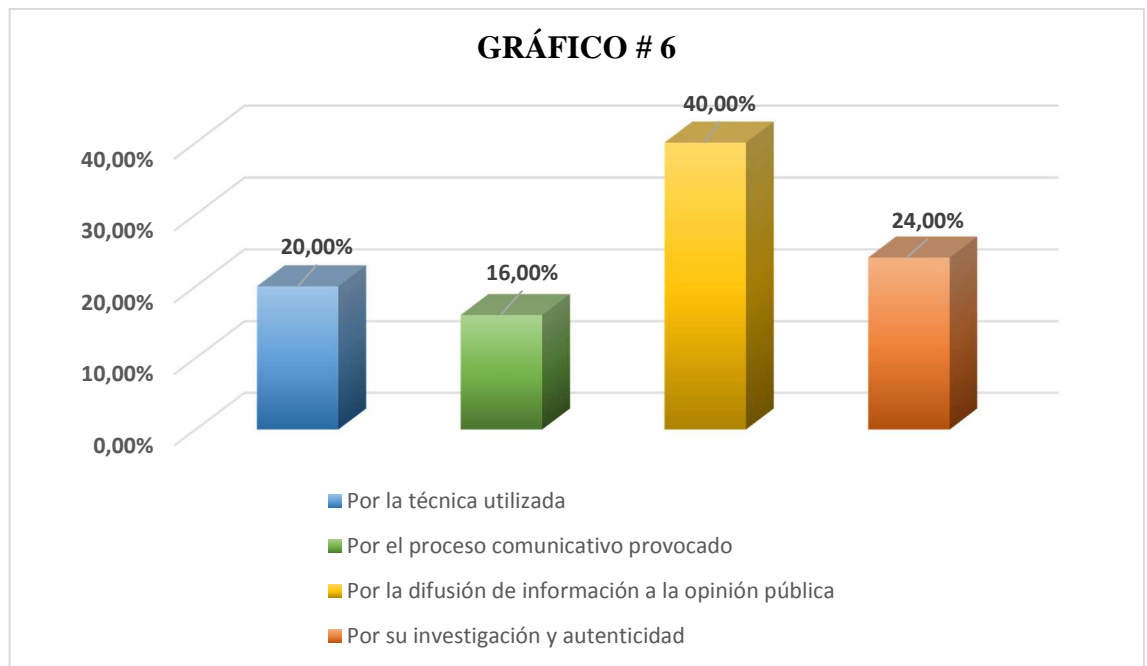
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que un 60% está “De acuerdo” con que la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017, un 16% opina “Muy acuerdo” y un 24% que “No de acuerdo”.

En consecuencia, los encuestados coinciden con demostrar que la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

6.- ¿Desde su punto de vista está de acuerdo en que se establezca un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por la técnica utilizada	5	20%
Por el proceso comunicativo provocado	4	16%
Por la difusión de información a la opinión pública	10	40%
Por su investigación y autenticidad	6	24%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.

**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

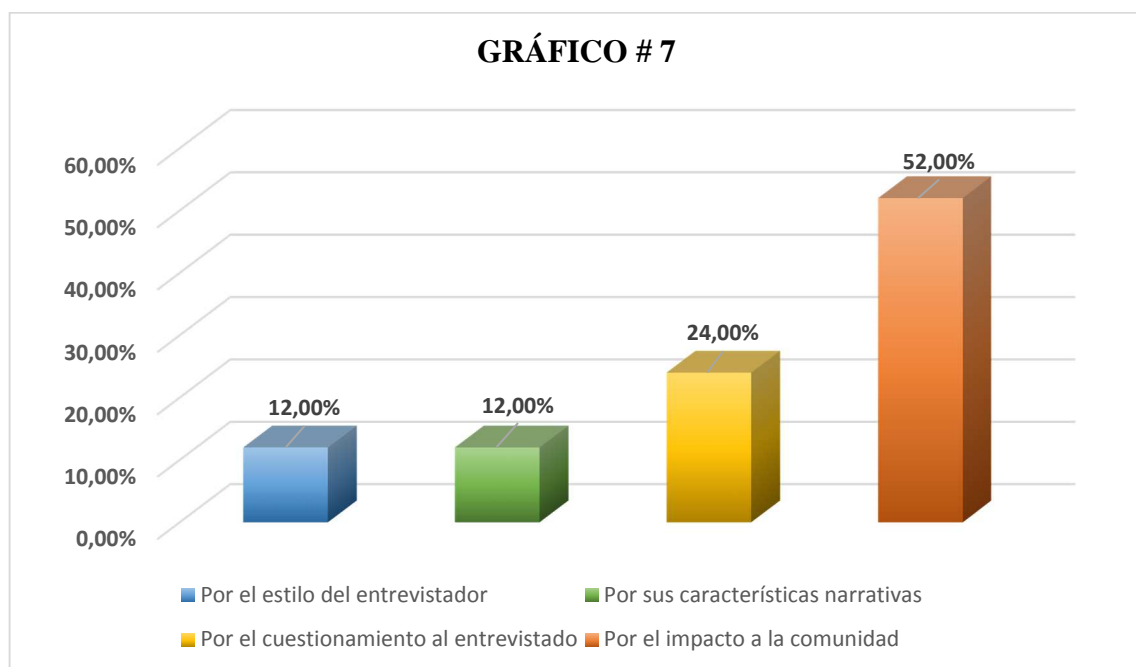
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que el 20% señaló “Por la técnica utilizada” como la razón en que se establezca un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017, un 16% eligió “Por el proceso comunicativo provocado”, un 40% “Por la difusión de información a la opinión pública” y un 24% “Por su investigación y autenticidad”.

Los encuestados consideran en que por la difusión de información a la opinión pública se establezca un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

**7.- ¿Está de acuerdo en evaluar a la entrevista como género creador de opinión publica en el periódico El Diario de Portoviejo?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por el estilo del entrevistador	3	12%
Por sus características narrativas	3	12%
Por el cuestionamiento al entrevistado	6	24%
Por el impacto a la comunidad	13	52%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.

**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

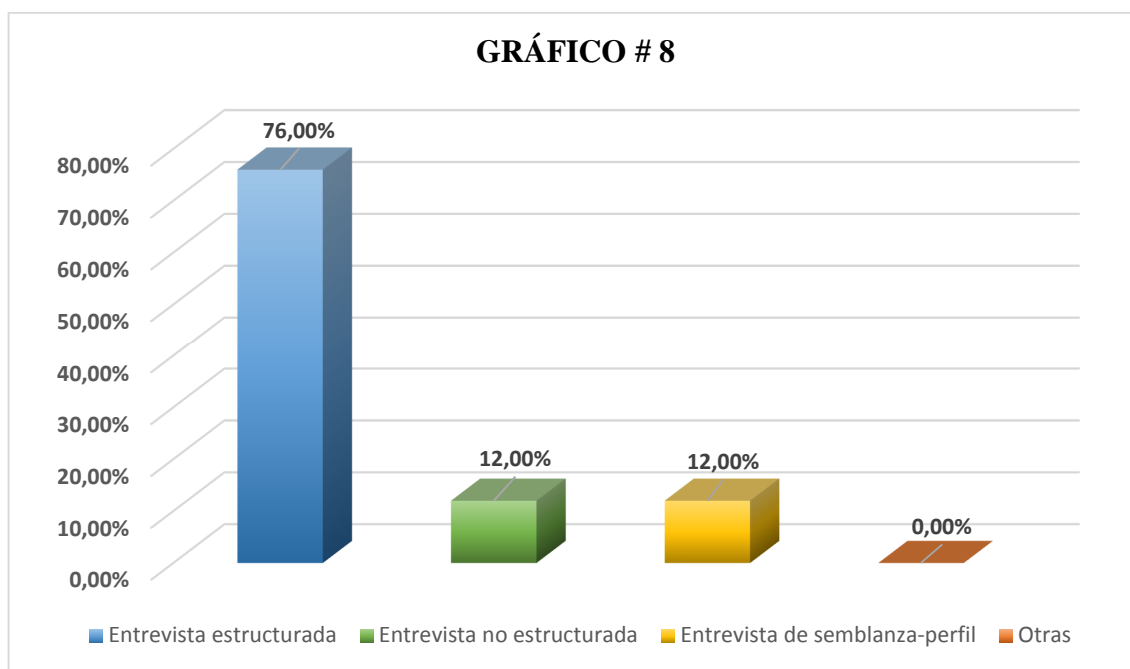
## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que el 12% señaló “Por el estilo del entrevistador” como forma de evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo, un 12% eligió “Por sus características narrativas”, un 24% “Por el cuestionamiento al entrevistado” y un 52% “Por el impacto a la comunidad”.

En consecuencia, los encuestados consideran al impacto a la comunidad a la manera de evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.

**8.- ¿Identifica usted el tipo de entrevista que genera opinión publica en El Diario de Portoviejo?**

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Entrevista estructurada	19	76%
Entrevista no estructurada	3	12%
Entrevista de semblanza-perfil	3	12%
Otras	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.  
**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que el 76% identificó a la “Entrevista estructurada” como el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo, un 12% eligió “Entrevista no estructurada”, un 12% “Entrevista de semblanza-perfil” y un 0% “Otras”.

En efecto, los encuestados identificaron a la entrevista estructurada como el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.



**9.- ¿Qué tipo de incidencia genera la entrevista que publica El Diario como genero creador de opinión publica en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí?**

<b>OPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Aprender de la charla entre entrevistador y entrevistado</b>	17	68%
<b>Falta de valoración a la calidad de información que se emite</b>	3	12%
<b>Aprender de quienes admiran y transfieren liderazgo</b>	2	8%
<b>Apelar el derecho a la replica</b>	2	8%
<b>Caos de manera individual, grupal o colectiva</b>	1	4%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100,00%</b>



**Fuente:** Periodistas que laboran en El Diario de Portoviejo.

**Realizado por:** Jorge Geovanny Anchundia Lucas

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El gráfico muestra que el 68% señaló “Aprender de la charla entre entrevistador y entrevistado” como la incidencia que genera la entrevista que publica El Diario como genero creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí, un 12% eligió “Falta de valoración a la calidad de información que se emite”, un 8% “Aprender de quienes admiran y transfieren liderazgo”, un 8% “Apelar el derecho de réplica” y un 4% “Caos de manera individual, grupal o colectiva”.

Se observa que los encuestados optaron por aprender de la charla entre entrevistador y entrevistado como la incidencia que genera la entrevista que publica El Diario como genero creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí.

## 13.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

**Conclusión en relación al objetivo general que manifiesta:** Establecer un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

Se concluye que es necesario establecer un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

**Conclusión en relación al primer objetivo específico que manifiesta:** Demostrar que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos.

En consecuencia, se demuestra que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos.

**Conclusión en relación al segundo objetivo específico que manifiesta:** Evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.

Se concluye considerar positivo evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.

**Conclusión en relación al tercer objetivo específico que manifiesta:** Identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.

Se demuestra que es necesario identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.

**Conclusión en relación a la hipótesis que manifiesta:** La entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

En consecuencia, se concluye que la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

## **RECOMENDACIONES**

### **Recomendación en relación al objetivo general**

Se recomienda establecer un análisis de la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

### **Recomendación en relación al primer objetivo específico**

En consecuencia, se recomienda demostrar que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos.

### **Recomendación en relación al segundo objetivo específico**

Se recomienda evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo.

### **Recomendación en relación al tercer objetivo específico**

Se recomienda identificar el tipo de entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo.

### **Recomendación en relación a la hipótesis**

En consecuencia, se recomienda que la entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, siga incidiendo positivamente en El Diario de Portoviejo.

#### 14.- CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	FECHAS EN MESES			
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Presentación del proyecto de investigación	X			
Aprobación del proyecto de investigación	X	X		
Recolección de información bibliográfica	X	X		
Aplicación de encuestas y entrevistas		X		
Elaboración del marco teórico		X	X	
Tabulación de los datos obtenidos			X	
Redacción de conclusiones y recomendaciones			X	
Redacción del primer borrador			X	
Corrección y presentación del proyecto de investigación			X	X
Sustentación del proyecto de investigación.			X	X

## 15.- BIBLIOGRAFÍA

1. ARFUCH, Leonor (1995) *La Entrevista, una invención dialógica*. Madrid, España: Paidós, Papeles de Comunicación 8.
2. BAHENA Paz, Guillermina (1990). *Géneros Periodísticos Informativos*. México: Editorial Pax.
3. BALSEBRE, A., Mateu, M., & Vidal, D. (1998). *La entrevista en Radio, Televisión y Prensa*. Madrid: Cátedra S.A.
4. BERLO, David K. (2003) *El proceso de la comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica*, México: Ateneo.
5. CANTAVELLA, J. (1996) *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel
6. CASALS, M. J. (2005). *Periodismo y Sentido de la realidad*. Madrid: Editorial Fragua.
7. ELEAZER Días Rangel op. Cita. *Géneros periodísticos*, Juan Garguverich, (1981), página 76, colección Intiyan, Ciespal, Quito Ecuador.
8. GARGUREVICH, J. (1982). *Géneros periodísticos*. Quito: CIESPAL.
9. GONZÁLEZ Longoria, Silvia, (1999) *El ejercicio del Periodismo*. México: Trillas,
10. HALPERÍN, J. (2001) *La entrevista periodística, intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires: Paídos.
11. HALPERIN, Jorge. (2005): *La entrevista periodística, Intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires, Argentina: Paidos Estudios de comunicación.
12. IBARROLA, Javier, (2001), *La entrevista*. México: Gernika. 3ª. Edición
13. MARTÍNEZ Albertos, J. L. (1983) *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
14. PEREZ Trigerro Rosa (2017) Tesis “La lectura critica como elemento fundamental para el análisis del genero de opinión de la prensa escrita en el aprendizaje de los estudiantes del primer semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil”. Guayaquil.
15. SONIA F. Parratt, *Géneros periodísticos en prensa*, (2008), página 117, ediciones Intiyan, Quito Ecuador. ISBN,: 978-9978-55-066-3

16. VAN DIJK, T. (1990) La noticia como discurso. Barcelona: Paidós.
17. VÍCTOR Rodríguez Jiménez, Manual de Redacción, (2001), página 165, ISBN: 84-283-2830-7. Paraninfo, Thompson Learning, Madrid, España.
18. VIVALDI, M.(1998) Géneros Periodísticos. Madrid: Paraninfo.



## ENTREVISTA # 1

**NOMBRE:** Lic. José García

**FUNCIÓN:** Editor de área, El Diario.

**INSTITUCIÓN:** EDIASA S.A, Portoviejo.

**1.-¿Considera usted adecuado establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**

Sí, la entrevista siempre genera opinión pública, toda entrevista contiene información y esa información genera impacto llama la atención de los Lectores de una u otra manera, ellos a partir de la lectura del conocimiento del contenido de esa entrevista puede generar sus propias opiniones y ello puede conllevar eso, ha ocurrido con mucha frecuencia en el caso de estudio del Diario de julio a diciembre de 2017, en entrevista de tipo político o con obras en los proceso de reactivación y construcción económica de Manabí.

**2.- ¿Cree usted necesario demostrar que la entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos?**

En todos los medios la entrevista es un género que crea opinión pública, como le decía genera porque a partir de la respuesta del entrevistado, habrán criterios diferentes de la sociedad manabita.

**3.- ¿Está de acuerdo evaluar a la entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?**

Sí estoy de acuerdo porque la entrevista como le decía es un género muy utilizado en el Diario, en este medio impreso se utiliza con mucha frecuencia a partir de este género han tenido respuesta han tenido reacciones a nivel de la sociedad.

**4.- ¿Cree usted necesario Identificar el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?**

Sí la entrevista es de tipo político, la entrevista local sobre todo genera pública a partir de la información del medio porque y para se informa.

**5.- ¿Qué tipo de incidencia genera la entrevista que publica El Diario como género creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí?**

Crea repercusiones con frecuencia como genera tal donde aparecen preguntas y respuestas.



**Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí  
Facultad Ciencias de la Comunicación  
Carrera de Periodismo**

**Encuesta aplicada a los periodistas del periódico El Diario de Portoviejo.**

**OBJETIVO:**

Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

**Estimado Joven, Señor o Señora:**

Un egresado de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es: Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

**Indicaciones:**

**Señale con una X en el casillero de la respuesta que estime conveniente.**

**1.- ¿Considera usted adecuado establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**

a) Sí  b) No  c) No sabe

**2.- ¿Cree usted necesario demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos?**

a) Muy acuerdo  b) De acuerdo  c) No de acuerdo

**3.- ¿Está de acuerdo en evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?**

- a) Positivo       b) Negativo       c) Nada

**4.- ¿Cree usted necesario identificar el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?**

- a) Sí       b) No       c) No sabe

**5.- ¿Considera usted que la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos, incidió positivamente en El Diario de Portoviejo durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**

- a) Muy acuerdo       b) De acuerdo       c) No de acuerdo

**6.- ¿Desde su punto de vista está de acuerdo en que se establezca un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**

- a) Por la técnica utilizada   
b) Por el proceso comunicativo provocado   
c) Por la difusión de información a la opinión pública   
d) Por su investigación y autenticidad.

**7.- ¿Está de acuerdo en evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?**

- a) Por el estilo del entrevistador   
b) Por sus características narrativas   
c) Por el cuestionamiento al entrevistado   
d) Por el impacto a la comunidad.

**8.- ¿Identifica usted el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?**

- a) Entrevista estructurada
- b) Entrevista no estructurada
- c) Entrevista de semblanza-perfil
- d) Otras.

**9.- ¿Qué tipo de incidencia genera la Entrevista que publica El Diario como género creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí?**

- a) Aprender de la charla entre entrevistador y entrevistado
- b) Falta de valoración a la calidad de información que se emite
- c) Aprender de quienes admiran y transfieren liderazgo
- d) Apelar el derecho a la replica
- e) Caos de manera individual, grupal o colectiva.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



# Uleam

Universidad Laica

“Eloy Alfaro” de

Manabí

Facultad Ciencias de la Comunicación

Carrera de Periodismo.

## **Entrevista a las autoridades de periódico El Diario de Portoviejo**

### **OBJETIVO:**

Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

### **Estimada autoridad:**

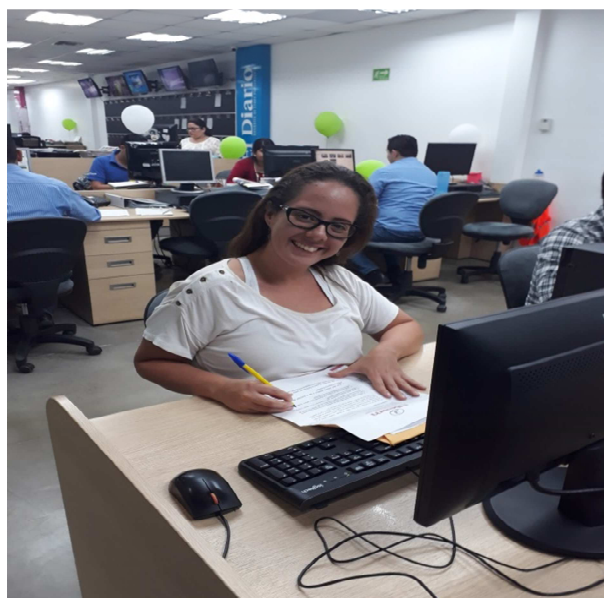
Un egresado de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es: Establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017.

- 1.- ¿Considera usted adecuado establecer un análisis de la Entrevista como género creador de opinión pública en los medios impresos. Caso de estudio El Diario de Portoviejo, durante el semestre de julio a diciembre del 2017?**
- 2.- ¿Cree usted necesario demostrar que la Entrevista es un género creador de opinión pública en los medios impresos?**
- 3.- ¿Está de acuerdo en evaluar a la Entrevista como género creador de opinión pública en el periódico El Diario de Portoviejo?**
- 4.- ¿Cree usted necesario identificar el tipo de Entrevista que genera opinión pública en El Diario de Portoviejo?**
- 5.- ¿Qué tipo incidencia genera la Entrevista que publica El Diario como género creador de opinión pública en la ciudadanía de Portoviejo y Manabí?**

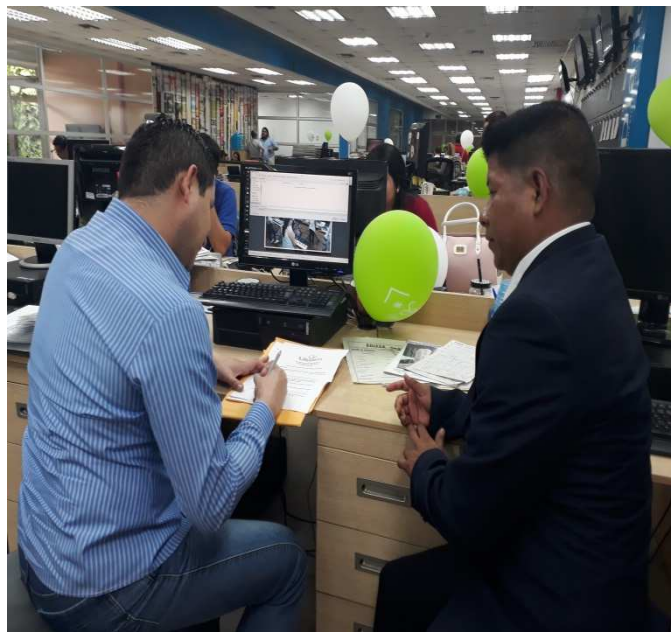
## FOTOS



**Instantes cuando el investigador Jorge Anchundia Lucas, entrevistaba al Lic. José García, editor de área del Diario en Portoviejo.**



**Periodistas del Diario en Portoviejo respondiendo a la encuesta realizada por Jorge Anchundia Lucas.**



**Periodistas de Ediasa respondiendo las encuestas del investigador.**