

**DOI:** 10.26820/reciamuc/7.(1).enero.2023.410-419

**URL:** <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/1035>

**EDITORIAL:** Saberes del Conocimiento

**REVISTA:** RECIAMUC

**ISSN:** 2588-0748

**TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Artículo de revisión

**CÓDIGO UNESCO:** 5910.02 Medios de Comunicación de Masas

**PAGINAS:** 410-419



## Estudio narrativo discursivo del programa contacto directo y la influencia mediática del periodismo de opinión: Período de crisis

Discursive narrative study of the direct contact program and the media  
influence of opinion journalism: Period of crisis

Estudo narrativo discursivo do programa de contacto directo e da influên-  
cia mediática do jornalismo de opinião: Período de crise

**George Javier Menéndez Quimís<sup>1</sup>; Gina Arsenia Morán Cárdenas<sup>2</sup>; Gina Pamela Moyano Morán<sup>3</sup>;  
Gabriel Fernando Moyano Morán<sup>4</sup>**

**RECIBIDO:** 15/09/2022 **ACEPTADO:** 20/11/2022 **PUBLICADO:** 02/02/2023

1. Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; Investigador Independiente; Guayaquil, Ecuador; g.menendez@kissu.com.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-7429-8637>
2. Magíster en Comunicación y Desarrollo; Licenciada en Ciencias de la Educación Especialidad Supervisión y Administración Educativa; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador; gina.moranc@ug.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-0423-8644>
3. Diploma Superior en Comunicación Aplicado a la Publicidad; Máster en Administración de Empresas; Ingeniero en Marketing; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador; gina.moyanom@ug.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0003-0815-6870>
4. Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; Investigador Independiente; Guayaquil, Ecuador; g.menendez@kissu.com.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-0200-5900>

### CORRESPONDENCIA

George Javier Menéndez Quimís

gina.moyanom@ug.edu.ec

**Guayaquil, Ecuador**

## RESUMEN

El presente tema de estudio se fundamentó en la línea de investigación Medios de Comunicación y Opinión pública, y se caracteriza en el análisis de un acontecimiento trascendental como son las protestas de octubre 2019, ocurrido en la República del Ecuador, y el rol de los Medios de Comunicación en dicho suceso. **Problema:** ¿Cómo se genera la construcción de la narrativa de discurso del programa Contacto Directo y la influencia mediática del periodismo de opinión: período de crisis? **Objetivo:** analizar la narrativa y el discurso del programa Contacto Directo y la influencia mediática del periodismo de opinión: período de crisis. **Hipótesis:** la construcción de la Narrativa del discurso del programa Contacto Directo y su influencia mediática, del periodismo de opinión: período de crisis, en los ciudadanos del Barrio Las Peñas, está determinado por la construcción mediática del discurso y los efectos de los programas de opinión en la audiencia. **Tipo de investigación:** exploratoria-descriptiva. **Diseño:** no experimental-transaccional. **Metodología:** Fenomenología. **Muestra:** no probabilística por cuotas. Obteniendo resultados de las técnicas se define la propuesta con el debido presupuesto, y cronograma de actividades.

**Palabras clave:** Comunicación, Estudio Narrativo-Discursivo, Periodismo de Opinión, Discurso Mediático, Efectos de Programas en la Audiencia.

## ABSTRACT

The presented subject of study is based on the research line of Media and Public Opinion. It is characterized by the analysis of significant events such as the October 2019 protests which occurred in the Republic of Ecuador, and the role the media played at such events. **Issue:** How is the narrative's structure of speech of the Direct Contact program and how is the media's influence of journalistic viewpoints generated: crisis' period? **Objective:** To analyze the narrative and the speech of the Direct Contact program and the media's influence of journalistic viewpoints: crisis' period? **Hypothesis:** The narrative of the Direct Contact program's structure and its media influence, of journalistic viewpoints: crisis' period, of the Barrio Las Peñas' citizens, is determined by the media's structure of the speech and the effects of the persuasive programs on the audience. **Type of Research:** Exploratory-descriptive. **Design:** Non-experimental-transactional. **Methodology:** Phenomenology. **Sample:** Non-probabilistic by quotas. The proposal is defined with the due budget and schedule of activities by obtaining the techniques' results.

**Keywords:** Communication, Narrative-Discursive Study, Journalistic Viewpoints, Media Speech, Programs' Effects on Audience.

## RESUMO

O tema de estudo apresentado baseia-se na linha de investigação dos Media e da Opinião Pública. Caracteriza-se pela análise de eventos significativos, tais como os protestos de Outubro de 2019 que ocorreram na República do Equador, e o papel que os meios de comunicação social desempenharam em tais eventos. **Questão:** Como é a estrutura de discurso da narrativa do programa Contacto Directo e como é gerada a influência dos media nos pontos de vista jornalísticos: período de crise? **Objetivo:** Analisar a narrativa e o discurso do programa Contacto Directo e a influência dos meios de comunicação social dos pontos de vista jornalísticos: período de crise? **Hipótese:** A narrativa da estrutura do programa Contacto Directo e a sua influência dos media, dos pontos de vista jornalísticos: período da crise, dos cidadãos do Barrio Las Peñas, é determinada pela estrutura do discurso dos media e pelos efeitos dos programas persuasivos sobre o público. **Tipo de Investigação:** Exploratório-descriptivo. **Desenho:** Não-experimental-transaccional. **Metodologia:** Fenomenologia. **Amostra:** Não-probabilístico por quotas. A proposta é definida com o devido orçamento e calendário de actividades através da obtenção dos resultados das técnicas.

**Palavras-chave:** Comunicação, Estudo Narrativo-Discursivo, Pontos de Vista Jornalísticos, Discurso dos Media, Efeitos dos Programas no Público.

## Introducción

Los medios de comunicación son herramientas utilizadas para la transmisión y difusión de información lo cual le permite al ser humano mantenerse informado de los hechos que ocurren en su contexto social. Dicha información es receptada por el individuo lo cual genera criterios y argumentos como resultado de aquello que ve y escucha en los mismos.

Partiendo desde esta consigna se destaca que entre las funciones principales de los medios de comunicación están la de informar, formar y educar, lo cual conlleva a los medios de comunicación a ser parte de este proceso en el que está inmersa la persuasión y la construcción de la opinión pública. Esto se produce por el tratamiento que el medio le da a la información y la posición del mismo frente a los hechos.

A través de sus espacios de opinión e informativos los medios de comunicación se han convertido en algunos grupos sociales en los formadores de los criterios de los ciudadanos, puesto que son estos los encargados de difundir la información y ser la vía por la cual los actores políticos y sociales se expresan a diario, de aquí que los ciudadanos tomen su propia perspectiva acerca de los que puede observar en televisión, escucha en medios radiales o leer en los periódicos.

Un análisis narrativo discursivo es de vital importancia porque determina la construcción de los contenidos de los mensajes mediáticos y lo que estos generan en las audiencias. En Ecuador los programas de opinión se caracterizan por direccionar y orientar a la opinión pública, pero de acuerdo a este criterio, es necesario estudiar si existe imparcialidad en los líderes de opinión y los medios de comunicación al momento de analizar con criticidad los temas de trascendencia social.

Además, esta investigación se justifica porque un análisis del discurso es de vital importancia porque determina la relación

de los contenidos de los mensajes mediáticos y lo que el público construye a partir de ellos.

Este estudio es relevante porque a través del mismo se puede conocer el impacto comunicacional de los argumentos vertidos en el programa Contacto Directo, la influencia mediática del periodismo de opinión en los ciudadanos de la Parroquia Anconcito, detallando los diferentes factores mediáticos que inciden en la construcción del criterio ciudadano.

## Objetivos

Objetivo general: Analizar la narrativa y el discurso del programa Contacto Directo y su influencia mediática del periodismo de opinión: período de crisis, en los ciudadanos del Barrio Las Peñas, Salinas, 2020.

Objetivos Específicos:

- Determinar las principales fuentes teóricas que relacionan a la narrativa y el discurso con el periodismo de opinión: período de crisis.
- Identificar el método y las técnicas de investigación más eficientes que vinculen a análisis del discurso con el periodismo de opinión: período de crisis.
- Evaluar el estado actual de credibilidad del programa contacto directo y la influencia mediática del periodismo de opinión: período de crisis, en los ciudadanos del Barrio Las Peñas, Salinas, 2020.
- Formular una propuesta de desarrollo de un observatorio de programas de opinión enfocado a examinar los contenidos vertidos en los mismos y su influencia en la construcción de la opinión pública.

## Marco Teórico

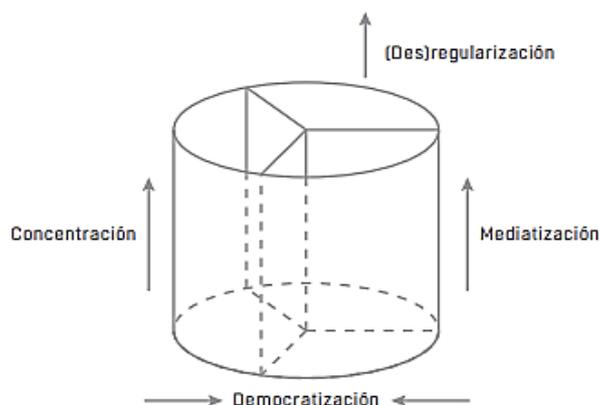
En la investigación Medios de comunicación y prácticas discursivas: notas para el levantamiento de un estado actual se presenta:

[...] “No obstante, se acepta que los discursos mediáticos tienen eco en las apreciaciones que sobre el mundo y sobre la vida tienen las personas. El discurso cotidiano no es inmune a la presión que los medios ejercen y, de hecho, puede ser una continuación o cuando no una copia de aquel” (Espinosa, 2015, p. 145)

En esta investigación se resalta la influencia que tienen los actores sociales en una determinada población, convirtiendo sus

discursos en una herramienta de persuasión masiva con la cual otros individuos se sienten identificados frente a las posturas sobre algún tema de interés. Agrega que estos discursos pueden ser cambiantes en la medida en que los medios de comunicación ejercen su poder mediático.

En la investigación Mediatización más allá de las democracias maduras: una propuesta tridimensional para medir la influencia de los medios en Brasil se expone:



**Figura 1.** Vaso compartimentado de la influencia mediática

**Fuente:** (Brandao, 2014, p. 157)

En esta ilustración la autora señala que la influencia mediática en los discursos está dividida en tres dimensiones, la primera ejercida por la mediatización por parte de los medios de comunicación, la segunda variable se expresa como una concentración de poder por parte de los grupos políticos y la tercera marcada como la regularización y desregularización que se establecen en determinadas circunstancias para limitar o favorecer el proceso de difusión de información. Sin embargo, esta influencia tridimensional se encuentra condicionada por la democratización de la información para todos los sectores de la sociedad.

En la investigación *La sociología de la opinión pública* se conceptualiza:

[...] “Los medios de comunicación han hecho que el ser humano se entere de todo lo que sucede en el mundo. Cada vez aumen-

ta el número de personas interesadas por lo que sucede en torno de ellas y quieren que se les informe, cuando no que se les consulte. Además, sus actitudes sobre diversos asuntos pueden ser transmitidas a los que manejan la opinión pública y siempre tienen los oídos abiertos para conservar o conseguir el poder” (Roucek, 2016, p. 152)

En el siguiente artículo el autor hace énfasis en el papel fundamental que han tenido los medios de comunicación en cuanto a la masificación de información. Esta socialización ha permitido que el ser humano se mantenga informado de lo que ocurre a su alrededor y lo que acontece a nivel internacional; ha generado, además, que el proceso de democratización de información entre instituciones, medios de comunicación y audiencia se convierta en una necesidad para las masas que exigen su participación

en temas de trascendencia e importancia pública a través de los diferentes canales de comunicación.

En la investigación *Líder de opinión y opinión pública*. Hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos se expresa:

[...] “El interés de instrumentalizar los medios masivos de comunicación para acreditar el voto ha sido uno de los usos estratégicos de la política (...). De tal modo, al leer, escuchar o ver el spot, la entrevista, el reportaje, el programa radiofónico o televisivo, el espectacular callejero, el ciudadano será llevado a decidir a favor de tal o cual candidato”. (González, 2016, p. 20)

En esta cita el autor sostiene que los medios de comunicación han sido utilizados por la política para persuadir a la audiencia mediante los diferentes segmentos y programas de opinión hacia una postura referente a los temas de interés público. Señala, además, que este proceso de influenciar a los ciudadanos se concreta a través de la agenda política de los medios de comunicación.

En el artículo *La entrevista periodística como paradigma de un género dialógico: estudio del léxico en la prensa española se sostiene:*

[...] “La vida de comunidad desde la más primitiva a la más desarrollada, pide al hombre la necesidad de estar informado, de saber cosas, de preguntarlas (...) el periodismo ha venido siendo el instrumento específico para la ampliación y más perfecta consecución de esa ansia de comunicarse connatural al hombre” (Oliva cit. a Benito, 2014, p. 73)

En esta cita el autor define a la comunicación como una necesidad del ser humano de mantenerse informado de lo que sucede en su entorno, frente a esta necesidad es que se crean los medios de comunicación. Afirma, además, que el periodismo es el canal mediante el cual los ciudadanos se expresan, esto genera que el conocimiento y la capacidad de comunicarse se amplíen.

En el artículo *La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014* se sustenta:

[...] “El periodismo, en el marco del fortalecimiento de la democracia, tiene la responsabilidad de proporcionar información veraz y oportuna y, al mismo tiempo (...) debe dar cabida a todas las voces, abrir espacios de participación y construcción de ciudadanía, trascendiendo la participación tipo consulta y favoreciendo el ejercicio de la libre expresión”. (Carrasco, 2016, p. 257)

En esta investigación el autor recalca la importancia que tiene el periodismo en difundir información que sea de utilidad para los ciudadanos, que eduque y fomente la construcción de criterios y argumentos. Manifiesta, además que los medios de comunicación tienen la responsabilidad de incluir en sus agendas espacios de opinión en los que puedan expresarse los ciudadanos mediante análisis de temas de interés público, y los actores políticos y sociales que generan noticias.

## Material y Método

### Método

Para el desarrollo de esta investigación se siguió como metodología a la Fenomenología, debido a que la relación sujeto-objeto está asociada al contexto social en que se desarrollan los discursos narrativos y la interacción comunicacional.

### Tipo de investigación

Esta investigación inició como tipo exploratoria ya que se analizaron las variables que inciden en la formación de la opinión pública a través de los argumentos, comentarios y criterios vertidos en el programa Contacto Directo y concluyó en descriptiva puesto que profundizó en cada una de las variables, dimensiones e indicadores para tener una perspectiva más amplia del proceso de influencia en la audiencia.

## Diseño de investigación

La investigación tiene un diseño no experimental-transeccional, puesto que el estudio se lo realizó en un tiempo máximo de 5 meses en la unidad de observación. En este lapso se analizaron los factores que inciden en la formación de la opinión pública, los procesos de difusión de información y los encuadres informativos, sin embargo, las variables no se modifican ni manipulan.

## Hipótesis

La construcción de la Narrativa del discurso del programa Contacto Directo y su influencia mediática del periodismo de opinión: período de crisis, en los ciudadanos del Barrio Las Peñas está determinado por la construcción mediática del discurso y los efectos de los programas de opinión en la audiencia.

## Operacionalización de las variables

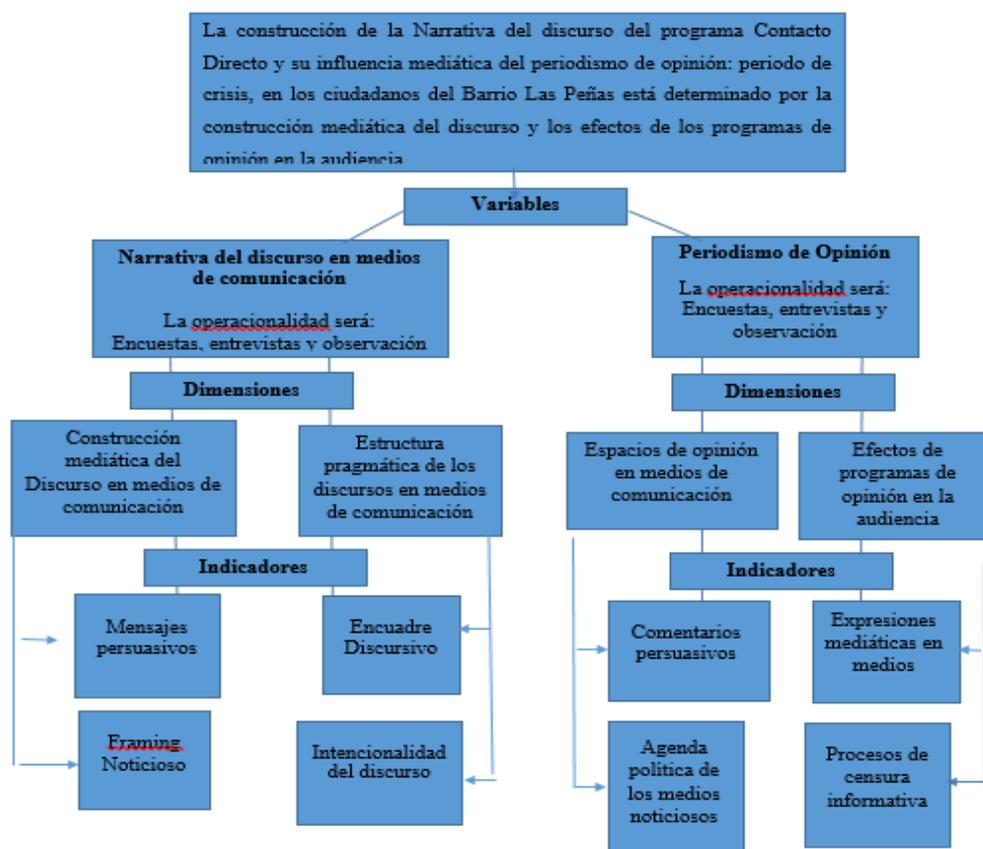


Figura 1. Desgloce operacional de las variables

Fuente: Autores

## Población y muestra

El siguiente trabajo de investigación se realizará en el Barrio Las Peñas, de la Parroquia Anconcito (Salinas), que cuenta con una población de 600 habitantes, datos indicados por la Comitiva Barrial.

## Técnicas de investigación

Para el desarrollo de la investigación fue necesario aplicar técnicas cualitativas y cuantitativas que permitan analizar los indicadores planteados. El cuestionario se compone por preguntas abiertas para analizar cuantitativamente los resultados y por preguntas cerradas para analizar cualitativamente las respuestas.

**Resultados**

**Variable:** Narrativa del discurso

**Dimensión:** Construcción mediática del discurso

**Indicador:** Mensajes persuasivos

**Técnica:** Escala de Likert

**1. ¿Está usted de acuerdo con los comentarios persuasivos vertidos por parte de los entrevistados en el programa Contacto Directo?**

**Tabla 1.** Comentarios persuasivos

Alternativa	Número de personas	Porcentaje
Muy de acuerdo	24	24%
De acuerdo	52	52%
Indiferente	16	16%
En desacuerdo	8	8%
Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** El 24 % de los encuestados estuvieron muy de acuerdo con que en el programa Contacto Directo se emiten comentarios persuasivos, el 52% indicó estar de acuerdo, mientras que a un 16% le fue indiferente los criterios. Por su parte, un 8%, manifestó estar en desacuerdo, y ninguna persona expresó estar muy en desacuerdo.

**Variable:** Narrativa del discurso

**Dimensión:** Construcción mediática del discurso

**Indicador:** Framing Noticioso

**Técnica:** Escala diferencial semántica

**2. ¿Considera que el medio que transmite el programa Contacto Directo, encuadra la noticia para persuadir a la audiencia a una postura?**

**Tabla 2.** Encuadre Noticioso

Alternativa	Número de personas	Porcentaje
Sí	84	84%
No	16	16%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Análisis:** En relación a las respuestas de los encuestados un 84% señaló que el programa Contacto Directo encuadra la noticia para persuadir a la audiencia a una postura, mientras que un 16% sostuvo que no.

**Variable:** Periodismo de Opinión

**Dimensión:** Efectos de programas de opinión en la audiencia

**Indicador:** Expresiones mediáticas en medios

**Técnica:** Escala diferencial semántica

**3. ¿De qué manera influyó el programa Contacto Directo en los televidentes en las protestas de octubre de 2019?**

**Tabla 3.** Influencia de Contacto Directo en las protestas de octubre de 2019

Alternativa	Número de personas	Porcentaje
Orientación al Aprendizaje	40	40%
Incitó a Criticar Argumentos	48	48%
Incitó A La Rebelión	8	8%
Promovió El Odio	4	4%
<b>Total</b>	100	100%

**Variable:** Periodismo de opinión

**Dimensión:** Efectos de programas de opinión en la audiencia

**Indicador:** Procesos de censura informativa

**Técnica:** Encuesta

**4. ¿El programa Contacto Directo, toma posturas más agresivas en torno a sus discursos en período de crisis social?**

**Tabla 4.** Posturas del programa en crisis social

Alternativa	Número de personas	Porcentaje
Sí	80	80%
No	20	20%
<b>Total</b>	100	100%

**Análisis:** El 80% de los encuestados afirmó que el programa Contacto Directo toma posturas más agresivas en medio de crisis sociales, en tanto un 20% dijo que no es así.

**Variable:** Periodismo de opinión

**Dimensión:** Espacios de opinión en medios de comunicación

**Técnica:** Encuesta

**5. ¿Está de acuerdo con la creación de un observatorio digital que analice los comentarios del programa de opinión Contacto Directo?**

**Tabla 5.** Propuesta

Alternativa	Número de personas	Porcentaje
Sí	88	88%
No	12	12%
Total	100	100%

**Análisis:** En cuanto a la pregunta 11, correspondiente a la propuesta del proyecto de investigación, un 88% señaló que están de acuerdo con la creación de un observatorio digital del programa Contacto Directo, y un 12% expresó estar en desacuerdo.

**Discusión**

En la investigación *Periodismo, ética y pos-verdad* se declara:

[...] “Mediante el framing, las narrativas imponen determinados puntos de vista sobre la realidad. La influencia del relato periodístico tiene en los marcos interpretativos uno de los elementos más importantes, ‘los hechos adquieren sentido en términos de su sistema de marcos, o serán ignorados’” (Rodrigo-Alcina; Cerqueira cit. a Lakoff, 2019, p. 231)

Los encuadres en los medios de comunicación determinan la forma en la que los ciudadanos perciben la información, esto acompañado de los discursos mediático

establecen un sesgo en la audiencia que le impide interpretar de manera autónoma lo que ocurre en su entorno. Sin embargo, señala también que dicho proceso depende de la capacidad interpretativa de los individuos.

Los medios de comunicación son los primeros canales de información y tienen la capacidad de construir y reconstruir los hechos a través de los profesionales en comunicación. Esta facultad está vinculada a la forma en la que perciben los individuos los elementos, factores y circunstancias que forman parte del acontecer, señala además que es justo por esta razón que los actores políticos buscan adueñarse del poder que conlleva ser el canal socializador de información, ya que esto les garantiza el transmitir mensajes persuasivos a la audiencia.

Los discursos tienen una constante persuasiva en la sociedad. Esta influencia es producto de la generación de mensajes previamente desarrollados y moldeados por quienes emiten información; la consecuen-

cia de este influjo son los análisis de los discursos que se estudian desde la transdisciplinariedad ya que en la recepción de los mensajes intervienen aspectos culturales, sociales, contextuales, entre otros.

En cuanto al proceso de construcción de discursos y transmisión de mensajes a través de los medios de comunicación, el autor expone que es un ciclo en el que la sociedad ejerce demandas de obligaciones del estado para con los ciudadanos y éste a su vez condiciona a los medios a través de leyes a difundir información que no afecte sus intereses, de esta manera los mass medias emiten mensajes que en su defecto son producto de sus ideologías socio-económicas y políticas y de la influencia de las instituciones gubernamentales.

### **Conclusiones**

- Las dimensiones principales que determinan al Estudio Narrativo Discursivo y a la influencia mediática del Periodismo de Opinión, son la construcción mediática del discurso, y los efectos de los programas de opinión en la audiencia.
- El programa Contacto Directo ejerce una fuerte influencia en los ciudadanos que observan su transmisión.
- Los ciudadanos van formando una opinión en base a lo que ven y escuchan en el programa Contacto Directo, de ahí se va afianzando la relación sujeto-objeto de la metodología de estudio escogida (Fenomenología)

- Los periodistas del programa cuentan con un nivel moderado de aceptación, sin embargo, un porcentaje considerable de la población encuestada expresa que los comentarios de entrevistadores le generan duda.

Las crisis sociales son señaladas por parte de los encuestados como periodos de tiempo en que el programa muestra más agresividad al momento de emitir criterios sobre la coyuntura actual.

### **Bibliografía**

Brandao, Ángela (2014). Mediatización más allá de las democracias maduras: una propuesta tridimensional para medir la influencia de los medios en Brasil. *Revista Cuadernos. Info.*, no. 34, pp. 153-164

Carrasco, Gloria (2016). La responsabilidad social de los medios impresos: estudio comparativo 2013-2014. *Revista Quórum Académico*. Vol. 13, pp. 253- 272

Espinosa, Luis (2015). Medios de comunicación y prácticas discursivas: notas para el levantamiento de un estado actual. *Revista Poliantea*, no. 20, pp.143-174.

González, Carlos (2016) Líder de opinión y opinión pública. Hacia una reflexividad epistemológica de los conceptos. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, no. 23, pp. 15-32

Oliva, Carlos (2014). La entrevista periodística como paradigma de un género dialógico: estudio del léxico en la prensa española. *Revista Comunicación de la SEECI*, no. 34, pp. 65-82.

Roucek, Joseph (2016). La sociología de la opinión pública. *Revista mexicana de opinión pública*, no. 21, pp. 151-163.



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.

### **CITAR ESTE ARTICULO:**

Menéndez Quimís, G. J., Morán Cárdenas, G. A., Moyano Morán, G. P., & Moyano Morán, G. F. (2023). Estudio narrativo discursivo del programa contacto directo y la influencia mediática del periodismo de opinión: Período de crisis. *RECIAMUC*, 7(1), 410-419. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.\(1\).enero.2023.410-419](https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.(1).enero.2023.410-419)