

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE PERIODISMO

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

INVESTIGACIÓN

**Análisis de la relación entre los titulares de sucesos sobre
narcotráfico y el contenido noticioso en CR Hoy y Diario
Extra durante el primer cuatrimestre del 2025**

AUTORA:

Camila de Jesús Acosta Lazo

TUTOR:

Pablo Aguilar Quirós

San José, abril del 2026

DEDICATORIA

“Porque también somos lo que hemos perdido”- Amores Perros, Alejandro González Iñárritu.

A las personas que partieron durante el camino: mi abuelo Ricardo Acosta, mi abuelo Vicente Lazo, mi abuela Nuria Nassar, mi tío Marco Acosta y de último, mas no menos importante, a la razón de mi ser, mi papá Edgardo Acosta. En la vida es importante tener buenas bases para ser un buen ser humano y una mejor persona, bases que enseñen la importancia de los valores, la ética, a educarse, tener buen criterio y opinión.

Las personas mencionadas aportaron mucho a quien soy hoy y por eso es a quienes les dedico este trabajo de investigación final. En especial a mi papá, pues sé que siempre quiso verme graduada y con una carrera universitaria, un gran abrazo de protección en cualquier galaxia o estrella que estés, esto es para vos. Separados en vida pero siempre juntos en corazón y alma.

A mi mascota, Kimo. También a Ariel Robles Barrantes, por ser una gran fuente de inspiración, sus enseñanzas y sin saberlo, motivarme con sus palabras, por esa pasión a luchar en lo que se cree firmemente, por más igualdad y no dejarse intimidar por los grandes poderes. Y dedicarle también este trabajo final de investigación al pueblo resiliente de Palestina, por un mundo mejor, más justo y libre.

AGRADECIMIENTOS

A mi *primerísimo primer círculo*, mi papá, por ayudarme a iniciar mi carrera universitaria, darme la mano y no soltarla nunca, solo cuando el camino nos separó. ¡Pa, llegué a la meta final! En segundo lugar, a mi mamá Heidy, a Fannie, a Kenneth, a Mery y a mi hermana; también a las personas cercanas a mi entorno, quienes fueron esa primera contención, ese hombro para llorar y el gran apoyo incondicional para escuchar en los momentos más difíciles de este proceso.

También agradecerle a Pablo, mi tutor de tesis, por sus consejos y comprensión. A la Universidad Internacional de las Américas, Escuela de Periodismo, profesores y profesoras que ayudaron en mi formación académica y en especial a esos docentes que llegaron a marcar mi corazón, siempre estaré agradecida con ustedes por entenderme y permitirme ser en clases. A don Álvaro, por ser de los mejores profesores que he conocido en la vida, fue un honor que usted fuera mi lector de tesis.

Y, por último, agradecerme a mí misma, por seguir adelante a pesar del montón de pérdidas que tuve en el camino, encontrar fuerzas cuando no las tenía o encontraba y motivación para cruzar la meta final.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DECLARACIÓN JURADA	iv
AUTORIZACIÓN DE USO PARA EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA.....	3
1.1 Pregunta de investigación.....	4
1.2 Objetivos de investigación	4
1.3 Hipótesis de investigación.....	5
1.4 Proyecciones.....	5
1.5 Justificación.....	6
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES.....	9
2.1 Antecedentes históricos.....	9
2.1.1 CR Hoy	9
2.1.2 Diario Extra	10
2.2 Antecedentes investigación.....	12
Investigaciones Nacionales.....	12
Investigaciones Internacionales.....	14
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	18
3.1 El titular periodístico.....	18
3.2 Funciones comunicativas del titular.....	19
3.3 Tipologías de titulación.....	21
3.4 Recursos retóricos frecuentes.....	22
3.5 Titulares, encuadre y efectos comunicativos.....	24
3.5.1 Encabezado como “marco” de lectura.....	24
3.5.2 Estilo y subjetividad en la práctica local	25
3.6 Titulares y desinformación en el ecosistema digital	27

3.6.1 “Clickbait”: lógica y efectos.....	27
3.6.2 Tendencias y normalización.....	29
3.7 Google como motor de búsqueda y la evolución de las búsquedas personalizadas en Internet.....	31
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO.....	34
4.1 Tipo de diseño.....	34
4.2 Tipo de investigación.....	36
4.3 Fuentes de información.....	37
4.3.1 Fuentes primarias: opinión de expertos.....	37
4.3.2 Fuentes primarias: Corpus discursivo.....	38
4.4 Fase de recolección de información y datos.....	40
4.4.1 Tipo de muestreo.....	40
4.4.2 Instrumentos de recolección y sistematización de datos.....	40
4.5 Operacionalización de variables.....	47
4.6 Cronograma de trabajo.....	51
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	52
5.1 Resultados análisis comparativo de variables CR Hoy.....	52
5.2 Resultados análisis comparativo de variables – Diario Extra.....	54
5.3. Resultados análisis comparativo por variable de CR Hoy vs. Diario Extra.....	56
5.3.1. Nivel informativo CR Hoy vs. Diario Extra.....	56
5.3.2. Resultados nivel del atractivo del titular CR Hoy vs. Diario Extra.....	58
5.3.3. Resultados nivel proximidad titular–contenido CR Hoy vs. Diario Extra.....	60
5.4. Resultados del análisis correlacional.....	62
5.4.1. Análisis correlacional entre el nivel informativo del titular y la proximidad titular–contenido en Diario Extra.....	62
5.4.2. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y la proximidad titular–contenido en Diario Extra.....	64
5.4.3. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en Diario Extra.....	65
5.4.4. Análisis correlacional entre el nivel informativo del titular y la proximidad titular–contenido en CR Hoy.....	66
5.4.5. Análisis correlacional entre la proximidad titular–contenido y el nivel de atracción del titular en CR Hoy.....	66

5.4.6. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en CR Hoy.....	68
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
6.1. CONCLUSIONES	78
6.2. RECOMENDACIONES	85
APÉNDICES	93
A.1 Explicación del método	93
A.2 Instrumentos de recolección de información.....	96
A.3 Tablas de los gráficos – Capítulo V	103
A.4 Transcripción de las entrevistas	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Fuentes de información primarias: opinión de expertos.....	38
Tabla 2 Operacionalización de variables	48
Tabla 3 Correlación nivel informativo y proximidad titular–contenido Diario Extra	63
Tabla 4 Correlación nivel de atracción y la proximidad titular–contenido Diario Extra.....	64
Tabla 5 Correlación nivel de atracción y el nivel informativo del titular Diario Extra	65
Tabla 6 Correlación nivel informativo y la proximidad titular–contenido en CR Hoy	66
Tabla 7 Correlación proximidad titular–contenido y el nivel de atracción en CR Hoy	67
Tabla 8 Correlación entre el nivel de atracción y el nivel informativo del titular en CR Hoy	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis comparativo de variables – CR Hoy.....	52
Figura 2. Análisis comparativo de variables – Diario Extra.....	54
Figura 3. Análisis comparativo del nivel informativo CR Hoy vs. Diario Extra.....	56
Figura 4. Análisis comparativo del atractivo del titular CR Hoy vs. Diario Extra	58
Figura 5. Análisis comparativo de la proximidad titular–contenido CR Hoy vs. Diario Extra.....	60
Figura 6. Titular informativo sobre narcotráfico.	70
Figura 7. Titular apelativo en noticia sobre narcotráfico.....	70
Figura 8. Titular con elemento de atracción en noticia sobre narcotráfico.....	72
Figura 9. Titular con correspondencia titular–contenido.....	74

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito analizar la relación entre los titulares y los contenidos de las noticias sobre narcotráfico publicadas en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025. El estudio busca comprender de qué manera los titulares, más allá de su función informativa, actúan como estrategias discursivas que orientan la interpretación del lector y configuran representaciones sociales sobre la criminalidad y la seguridad en Costa Rica.

El interés por este tema surge a partir de la creciente presencia del narcotráfico en la agenda mediática nacional y de la influencia que ejercen los medios en la construcción del imaginario social del delito. Los titulares, al ser la primera unidad textual de contacto con la audiencia, poseen el poder de condensar, jerarquizar y moldear el sentido de la noticia. Sin embargo, la búsqueda de impacto en entornos digitales ha generado tensiones entre la precisión informativa y la atracción del lector, especialmente con la proliferación de estrategias de “clickbait” o sensacionalismo digital.

El Capítulo I expone el problema de investigación y su relevancia en el campo de los estudios periodísticos contemporáneos, destaca, además, cómo los titulares sobre narcotráfico pueden distanciarse de los contenidos informativos que encabezan al incidir en la percepción social del fenómeno. En este capítulo se presentan la pregunta de investigación, los objetivos general y específicos, la hipótesis de trabajo, la justificación del estudio, sus proyecciones y los antecedentes nacionales e internacionales que sustentan su pertinencia.

El Capítulo II, correspondiente al marco teórico, desarrolla las principales categorías conceptuales vinculadas con la titulación periodística; aborda las funciones comunicativas del titular, las tipologías de titulación, los recursos lingüísticos y retóricos utilizados en el periodismo digital, así como el fenómeno del “clickbait” y su impacto en la relación entre información y atracción en los titulares.

El Capítulo III presenta el marco referencial, en el cual se contextualiza el objeto de estudio mediante la caracterización de los medios digitales analizados, CR Hoy y Diario Extra, junto con

una revisión del tratamiento del narcotráfico como tema informativo en el ecosistema mediático costarricense. Este apartado permite situar empíricamente la investigación dentro de un contexto comunicacional específico.

El Capítulo IV corresponde al marco metodológico, basado en un diseño mixto explicativo secuencial (DEXPLIS). En una primera fase cuantitativa, se aplica un análisis de contenido no experimental, de tipo transversal y correlacional, orientado a medir el nivel informativo, el nivel de atracción y la proximidad entre titular y contenido mediante matrices e indicadores analizados con el programa SPSS. En una segunda fase, de enfoque cualitativo, se incorporan entrevistas semiestructuradas a periodistas y profesionales en comunicación, con el fin de profundizar en la interpretación de los resultados.

El Capítulo V presenta los resultados del estudio, organizados a partir de las variables analizadas. En este apartado se exponen los hallazgos descriptivos, comparativos y correlacionales obtenidos, además se evidencian patrones en el nivel informativo, el atractivo del titular y la proximidad titular–contenido en ambos medios. Asimismo, se integran los resultados cualitativos provenientes de las entrevistas, lo cual permite una comprensión más profunda del fenómeno desde la perspectiva profesional.

El Capítulo VI expone las conclusiones y recomendaciones de la investigación. En esta sección se sintetizan los principales hallazgos en relación con la pregunta de investigación, los objetivos y la hipótesis planteada, se incorpora además una reflexión comparativa entre los medios analizados. Igualmente, se presentan las limitaciones del estudio y se formulan recomendaciones dirigidas al ámbito académico, profesional y mediático, orientadas a fortalecer la práctica periodística en el tratamiento de temas sensibles como el narcotráfico.

CAPÍTULO I: PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA

Durante la última década, el narcotráfico se ha consolidado como uno de los fenómenos más complejos y persistentes en el contexto costarricense, no solo por sus implicaciones sociales y judiciales, sino también por su impacto en la manera en que los medios de comunicación representan la realidad. Los periódicos digitales CR Hoy y Diario Extra, como principales referentes informativos del país, han desarrollado una cobertura constante de noticias sobre decomisos, capturas y operativos vinculados al tráfico de drogas, en las cuales los titulares adquieren un rol central en la construcción del sentido noticioso.

Sin embargo, diversos estudios sobre análisis del discurso periodístico y prácticas editoriales en entornos digitales advierten que los titulares pueden funcionar no solo como una síntesis informativa, sino también como un recurso persuasivo que orienta la interpretación del lector. En este marco, la frontera entre informar y atraer se ha vuelto difusa, especialmente con la incorporación de estrategias de impacto conocidas como “clickbait”, las cuales priorizan la atención inmediata por sobre la profundidad informativa.

En el caso de Costa Rica, este fenómeno adquiere relevancia particular en las noticias relacionadas con el narcotráfico, debido a que se trata de temas de alta sensibilidad social, política y moral. Los titulares, en lugar de limitarse a informar, pueden enfatizar el dramatismo, el miedo o la espectacularidad de los hechos, contribuyendo así a la formación de percepciones sociales distorsionadas sobre la criminalidad y la seguridad pública.

A pesar de la abundancia de estudios sobre sensacionalismo y ética periodística, persiste un vacío de investigación en torno a la relación específica entre los titulares y los contenidos informativos en el contexto digital costarricense. Se desconoce hasta qué punto los titulares de sucesos vinculados al narcotráfico reflejan fielmente la información contenida en los textos o, por el contrario, generan distancia discursiva mediante el uso de recursos retóricos, apelativos o emotivos.

De esta necesidad surge la presente investigación, cuyo propósito es analizar la relación entre los titulares y los contenidos de noticias sobre narcotráfico en los medios digitales CR Hoy

y Diario Extra, durante el primer cuatrimestre del 2025, con el fin de identificar el grado de coherencia informativa, nivel de atracción y proximidad titular–contenido.

De esta forma, el estudio contribuirá a una reflexión crítica sobre el tratamiento mediático del narcotráfico y su impacto en la construcción de la agenda informativa en los medios digitales costarricenses.

1.1 Pregunta de investigación

¿Cómo se caracterizan los titulares de sucesos sobre narcotráfico en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra, y en qué medida se relacionan con sus contenidos en términos de: (a) nivel informativo, (b) características morfológicas, atracción del público meta, y (c) correspondencia titular–cuerpo, durante el primer cuatrimestre del 2025?

1.2 Objetivos de investigación

Objetivo general

Analizar la relación entre los titulares de noticias sobre narcotráfico y sus contenidos informativos en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra de Costa Rica, durante el primer cuatrimestre del 2025.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel informativo de los titulares en las noticias sobre narcotráfico publicadas por los medios CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025, en relación con la información desarrollada en sus contenidos.

- Describir las características lingüísticas y discursivas de los titulares, así como su nivel de atracción para el público meta, en las noticias sobre narcotráfico publicadas por CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025.
- Medir el grado de proximidad entre los titulares y los contenidos de las noticias sobre narcotráfico publicadas en los medios CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025.
- Comprender las percepciones y criterios de especialistas en comunicación acerca del impacto que tienen los titulares de las informaciones sobre narcotráfico en la percepción del lector respecto del fenómeno.

1.3 Hipótesis de investigación

Con base en la relevancia y el impacto social del narcotráfico en Costa Rica, así como en la necesidad de comprender el tratamiento mediático de este fenómeno, se plantea que *los titulares de sucesos publicados en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra establecen una relación directa con el contenido de las noticias*, configurando estrategias discursivas que buscan no solo informar, sino también captar la atención del lector mediante recursos tipológicos y funcionales propios de la titulación.

1.4 Proyecciones

Como proyección se esperará que esta investigación contribuya al fortalecimiento del conocimiento académico sobre la titulación periodística en Costa Rica, particularmente en lo que respecta a la cobertura de sucesos relacionados con el narcotráfico en medios digitales. Al analizar la relación entre titulares y contenidos, se pretenderá aportar evidencia empírica, la cual permita comprender cómo los medios construyen sentido e influyen en la percepción social de fenómenos delictivos de alto impacto.

En el ámbito profesional, esta investigación buscará servir de referencia para periodistas y editores interesados en mejorar sus prácticas de titulación, así se promoverá una comunicación más precisa, ética y coherente con los contenidos informativos. De este modo, se esperará que los resultados fortalezcan la capacidad de los medios costarricenses para equilibrar la función informativa con la apelativa, y así evitar el sensacionalismo al priorizar la responsabilidad comunicativa frente a la audiencia.

Desde una perspectiva académica, se proyectará que este trabajo amplíe el acervo de estudios sobre el discurso periodístico digital, pues se ofrecerá un modelo metodológico replicable para futuras investigaciones que analicen la correspondencia titular–cuerpo y los niveles de atractivo informativo en otros temas o medios. Asimismo, se esperará que sirva de base para la reflexión teórica sobre los efectos comunicativos y sociales de los titulares en el ecosistema mediático contemporáneo.

Por último, en el plano personal, el desarrollo de esta investigación permitirá a la autora fortalecer sus competencias analíticas y metodológicas en el campo del periodismo, consolidando una mirada crítica y reflexiva sobre el papel de los medios en la construcción de la realidad social, con miras a contribuir al desarrollo de un periodismo más riguroso, contextualizado y éticamente responsable.

1.5 Justificación

El propósito de este estudio consiste en analizar la relación entre los titulares de sucesos sobre narcotráfico y los contenidos noticiosos en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra. Mediante este análisis se busca comprender cómo los titulares no solo introducen la información, sino que también construyen sentido, configuran percepciones y generan impacto en las audiencias. Esta finalidad responde al objetivo general planteado y permite enmarcar el estudio dentro de la disciplina de la comunicación y el periodismo, con énfasis en el campo de la titulación.

El objeto de estudio corresponde a los titulares de sucesos vinculados al narcotráfico, entendidos como elementos discursivos claves en la construcción del mensaje periodístico. Los sujetos de estudio son los medios digitales CR Hoy y Diario Extra, seleccionados por su relevancia

en la agenda informativa costarricense y por su alcance dentro de la audiencia nacional. Esta delimitación permite profundizar en un análisis comparativo de dos medios con estilos y estrategias distintas en la presentación de noticias de alto impacto social.

En el contexto nacional, Costa Rica ha reportado cifras alarmantes en torno al narcotráfico: solo en 2024 se decomisaron aproximadamente 27,15 toneladas de cocaína y 15,95 toneladas de marihuana (Semanario Universidad, 2024), además de 13.199 kilogramos de cocaína incautados hasta septiembre de ese mismo año (La República, 2024). Asimismo, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito [UNODC] identificó a Costa Rica como una de las principales rutas marítimas para el tráfico de cocaína hacia Norteamérica (CR Hoy, 2025). Estos datos reflejan la magnitud del fenómeno y permiten dimensionar su alcance social, evidenciando la necesidad de analizar de qué manera los medios informan y construyen narrativas sobre este problema.

De lo anterior, la importancia social del estudio radica en que el narcotráfico constituye una de las problemáticas más significativas de Costa Rica, con efectos en la seguridad ciudadana, la economía y el tejido social. En este sentido, el análisis de la titulogía en noticias de sucesos sobre narcotráfico aporta al debate público sobre cómo el papel de los medios de comunicación digitales permite visibilizar estrategias discursivas que influyen en la agenda mediática, generan impacto emocional y contribuyen a la formación de la opinión pública. De igual manera, el hecho de que los titulares representen el primer punto de contacto entre el lector y la noticia hace que su análisis sea fundamental para comprender cómo se interpretan y valoran hechos relacionados con la violencia y el crimen organizado.

En el plano académico, el estudio fortalece la investigación en periodismo digital y comunicación en Costa Rica, al ofrecer evidencia empírica sobre el uso de los títulos como recurso de posicionamiento mediático. La titulogía, al enfocarse en la construcción y función de los titulares, representa una línea de análisis poco explorada en el contexto nacional. Por ello, este trabajo no solo aporta conocimiento en el campo del periodismo digital, sino que también ofrece herramientas de análisis crítico a periodistas, investigadores y estudiantes, lo cual permite reflexionar sobre la coherencia, las funciones y los efectos de los titulares en la práctica periodística.

Respecto a la importancia institucional se enmarca en la contribución que este estudio puede ofrecer a la Universidad Internacional de las Américas (UIA). Como institución educativa que brinda la carrera de Periodismo, este trabajo puede aportar a la base de conocimiento académico y fomentar la reflexión ética en la formación profesional de futuros periodistas. En particular, contribuye a fortalecer la capacidad de análisis crítico sobre la tensión entre informar con rigor y atraer al lector, en un contexto en que la inmediatez y el sensacionalismo suelen condicionar la práctica periodística.

Finalmente, la importancia personal de este estudio radica en el interés por comprender los mecanismos mediante los cuales los medios construyen narrativas sobre fenómenos sociales de alta relevancia, como el narcotráfico. La elaboración de este trabajo representa una oportunidad de crecimiento académico y profesional, así como un aporte personal al debate sobre el rol del periodismo en la formación de la opinión pública. Además, permite desarrollar competencias de análisis crítico, sistematización de información y producción académica, esenciales para el ejercicio profesional en el campo de la comunicación.

CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

En este apartado se presentan los antecedentes que permiten situar el estudio dentro de su contexto mediático y académico. Se abordan, por un lado, los orígenes y características de los medios seleccionados, y por otro, las principales investigaciones nacionales e internacionales sobre la titulación periodística. Este recorrido ofrece un marco de referencia que respalda la pertinencia del tema y orienta el análisis posterior.

2.1 Antecedentes históricos

En esta sección se describe la evolución de los medios costarricenses CR Hoy y Diario Extra, con el fin de comprender sus trayectorias, perfiles editoriales y transformaciones en el ecosistema digital. Ambos representan modelos comunicativos distintos que, desde sus particularidades, han desempeñado un papel relevante en la configuración del panorama informativo nacional. Conocer su historia, identidad editorial y adaptación a las nuevas dinámicas mediáticas permite contextualizar el análisis sobre las prácticas de titulación en torno al fenómeno del narcotráfico en Costa Rica.

2.1.1 CR Hoy

CR Hoy es un medio de comunicación digital costarricense, fundado oficialmente en 2012 por el empresario Leonel Baruch, tras un proceso de planificación iniciado en 2011 con la intención de crear un espacio informativo nativo digital (Latam Journalism Review, 2021). Desde sus inicios, se consolidó como un portal de noticias 24/7, con énfasis en inmediatez y periodismo de investigación, diferenciándose de los medios impresos tradicionales del país (CR Hoy, s. f.).

A lo largo de su trayectoria, el medio ha experimentado un crecimiento sostenido en audiencia, posicionándose entre los sitios de noticias más consultados en Costa Rica. Su estrategia se ha basado en ampliar coberturas temáticas (nacional, economía, deportes, tecnología, opinión, internacional), reforzar su identidad digital mediante rediseños gráficos y dotar a sus periodistas de herramientas de visibilidad como uniformes y presencia activa en redes sociales (Latam Journalism Review, 2021).

El público meta de CR Hoy está conformado principalmente por lectores digitales, jóvenes y adultos que consumen noticias desde dispositivos móviles, interesados en una cobertura inmediata y en la posibilidad de interactuar con los contenidos. Esta orientación lo ha llevado a desarrollar un perfil de medio dinámico y con fuerte presencia en las agendas digitales nacionales (Latam Journalism Review, 2021).

2.1.2 Diario Extra

El Diario Extra nació el 18 de septiembre de 1978 como un periódico impreso de formato tabloide, orientado a un estilo periodístico directo y de cercanía con los sectores populares del país. Desde sus inicios, se distinguió por su cobertura amplia de sucesos, deportes y entretenimiento, lo que le permitió posicionarse durante décadas como “el periódico de más venta en Costa Rica” (Grupo Extra, 2023).

La audiencia meta del Diario Extra ha sido, tradicionalmente, la clase media baja y sectores populares interesados en contenidos de consumo rápido y de alto impacto, con énfasis en noticias policiales, farándula y entretenimiento (Semanao Universidad, 2023). Esta orientación editorial lo consolidó como un medio de referencia en la cobertura de sucesos y un actor influyente en la configuración de la opinión pública nacional, particularmente a través de estrategias narrativas asociadas al sensacionalismo.

No obstante, en años recientes el medio ha atravesado un proceso de transformación estructural y editorial significativo. En septiembre de 2023, el Grupo Extra anunció el cierre de su versión impresa, argumentando una disminución sostenida en ventas y en ingresos por publicidad. Paralelamente, se comunicó la transición hacia un modelo multiplataforma que integra prensa digital, radio y televisión, con el objetivo de adaptarse a las nuevas dinámicas del ecosistema mediático (Diario Extra, 2023; AmeliaRueda.com, 2023).

Este proceso de cambio se profundiza con la adquisición del medio por parte del Grupo Transcomer en 2023, lo que marca un punto de inflexión en su estructura de propiedad y en su orientación editorial. A partir de esta transición, el medio ha impulsado un reposicionamiento

discursivo, presentándose como el “nuevo Grupo Extra”, en un intento explícito de distanciarse de su pasado caracterizado por prácticas sensacionalistas.

En este contexto, resulta particularmente significativo el gesto público del medio al emitir un mensaje de disculpa dirigido a la sociedad costarricense “Perdón, Costa Rica”, donde reconoce de manera implícita su rol histórico en la construcción de una narrativa informativa de alto impacto emocional. Este acto simbólico no solo evidencia un cambio en la política editorial, sino que también sugiere una reconfiguración en los criterios de producción de noticias, incluyendo la titulación periodística.

Actualmente, el Diario Extra mantiene una cobertura nacional y continúa formando parte de un conglomerado mediático que incluye radio y televisión, enfrentando el desafío de consolidar su identidad en el entorno digital sin perder su conexión histórica con amplios sectores de la población. Esta transición resulta especialmente relevante para el presente estudio, pues permite analizar posibles transformaciones en las prácticas de titulación en relación con el tratamiento informativo del narcotráfico.

2.2 Antecedentes investigación

A continuación, se revisan estudios previos relacionados con la titulación periodística, tanto a nivel internacional como nacional. Esta revisión permite identificar los aportes teóricos, metodológicos y analíticos más relevantes, así como las brechas existentes que justifican la elaboración del presente trabajo. El análisis de estos antecedentes ofrece una base sólida para comprender las tendencias discursivas y los enfoques comparativos aplicables al estudio de los titulares en medios digitales costarricenses.

Investigaciones Nacionales

En Costa Rica, la producción académica sobre titulares periodísticos y prácticas de titulación ha permitido comprender cómo los medios locales configuran marcos interpretativos diferenciados según su perfil editorial. Estos antecedentes resultan especialmente relevantes para este estudio, pues varios se centran en coberturas de sucesos como femicidios o criminalidad que guardan estrecha relación con el enfoque temático sobre narcotráfico.

Uno de los trabajos más significativos es el de Mora (2023), quien analizó comparativamente el tratamiento del femicidio en Diario Extra y La Teja en dos periodos: 2007–2008 y 2017–2018. El objetivo fue evaluar cómo los titulares y paratextos condicionan la comprensión social del delito. Metodológicamente, aplicó un análisis de contenido cualitativo de titulares, bajadas y fotografías, codificando recursos lingüísticos y retóricos. Los resultados mostraron que Diario Extra recurrió con mayor frecuencia a la sensacionalización y al léxico apelativo, mientras que una titulación más precisa permitió una mayor identificación del femicidio como problema social. Para este proyecto, el estudio de Mora aporta un marco metodológico útil para examinar la correspondencia titular-contenido en noticias de narcotráfico y valorar cómo la espectacularización puede distorsionar la percepción pública de la violencia (Mora, 2023).

La tesis de Mora (2023) coincide con nuestro estudio en la comparación intermedios y en considerar la titulación/paratextos como dispositivos que inciden en la comprensión social de la violencia. Se diferencia en el objeto temático: femicidio en Diario Extra y La Teja y en su acento en sensacionalización y violencia simbólica. Nuestra investigación traslada la comparación a CR Hoy y Diario Extra en narcotráfico e incorpora indicadores operativos para medir nivel

informativo, características/attractivo para el público meta y correspondencia titular–cuerpo, con miras a valorar la calidad de la titulación en el marco digital.

Otro antecedente importante es la investigación de Cuvardic y Vargas (2010), quienes desarrollaron un análisis sociosemiótico de titulares en La Nación y Diario Extra. Su objetivo fue identificar los recursos lingüísticos predominantes y cómo estos reflejan orientaciones editoriales diferenciadas. El corpus incluyó titulares de secciones políticas y de sucesos, los cuales fueron analizados desde la semiótica social. Los hallazgos evidenciaron que La Nación privilegia titulares nominales, sobrios y referenciales, mientras que Diario Extra utiliza expresiones coloquiales, metáforas e intensificación. En conclusión, los autores sostienen que los titulares constituyen un rasgo identitario el cual articula la línea editorial y la relación con el público meta. Este aporte resulta directamente aplicable al presente estudio, pues permite comprender cómo CR Hoy y Diario Extra podrían reproducir patrones similares en su cobertura del narcotráfico (Cuvardic y Vargas, 2010).

El artículo de Cuvardic y Vargas (2010) se asemeja a nuestra propuesta al describir recursos lingüísticos de la titulación costarricense y sus efectos interpretativos, aportando categorías aplicables. Se diferencia por ser un estudio puntual en un contexto pre-redes sociales, focalizado en La Nación/Diario Extra, y por no operacionalizar medidas de nivel informativo, atractivo ni correspondencia. Nuestra investigación actualizará y aplicará esas categorías en el ecosistema digital actual, con mediciones comparativas entre CR Hoy y Diario Extra en narcotráfico.

Por su parte, el estudio de Sandí y Obando (2025) se centró en el uso de “clickbait” en las publicaciones de Facebook de La República, El Financiero y El Mundo CR. El objetivo era identificar estrategias discursivas empleadas en titulares digitales para incrementar la interacción de los usuarios. La metodología combinó un análisis de contenido con indicadores de “clickbait” (uso de preguntas, omisiones de información, expresiones de sorpresa). Los resultados confirmaron que el “clickbait” es una práctica recurrente en el ecosistema mediático costarricense, este genera tensiones éticas en torno a la veracidad y precisión de la información. Para esta investigación, el trabajo de Sandí y Obando es pertinente porque permite valorar si CR Hoy, como medio nativo digital, recurre a técnicas similares en la cobertura del narcotráfico, y qué diferencias presenta respecto a un tabloide tradicional como Diario Extra (Sandí y Obando, 2025).

Este antecedente es afín al nuestro por analizar estrategias de titulación (“clickbait”) mediante variables operativas vinculadas a la atracción. Se diferencia en la plataforma y el objetivo: estudia Facebook de La República, El Financiero y El Mundo CR, con foco en “engagement” en redes sociales, mientras nuestra investigación trabajará sobre titulares de notas en los sitios de CR Hoy y Diario Extra, circunscritas a sucesos de narcotráfico, e incorporará además nivel informativo y correspondencia titular–cuerpo como criterios de calidad editorial.

Por último, Reyes (2024) abordó la cobertura de temas de salud en CR Hoy durante 2023, con especial énfasis en el impacto del tono de los titulares en la percepción pública del riesgo. El estudio aplicó un análisis cualitativo y cuantitativo de titulares, concluyendo que el uso excesivo de adjetivos alarmistas y estructuras apelativas incide directamente en la construcción de miedo o alarma social. Para la presente investigación, este antecedente resulta clave, pues demuestra que los titulares no solo cumplen funciones informativas, sino también valorativas y emocionales, lo que puede trasladarse al campo del narcotráfico, donde el tono del encabezado influye en la representación de la criminalidad (Reyes, 2024).

El trabajo de Reyes (2024) se alinea con nuestro enfoque al examinar la titulación (incluido el tono) en un medio costarricense (CR Hoy) usando análisis de contenido. Se distingue por la temática que es la salud y la ausencia de comparación con un segundo medio. Nuestra investigación, en cambio, comparará CR Hoy y Diario Extra en narcotráfico y operacionalizará el nivel informativo, las características/atractivo para el público meta y la correspondencia titular–cuerpo, con el fin de estimar de manera consistente y comparable la calidad de la titulación.

Investigaciones Internacionales

En el contexto internacional, las investigaciones sobre la titulación periodística han abordado la relación entre titulares, contenidos y audiencias desde enfoques lingüísticos, retóricos, semióticos y críticos. Estos estudios ofrecen marcos conceptuales y metodológicos valiosos para comprender cómo los titulares funcionan como condensadores de información, orientadores de la interpretación y, en muchos casos, como recursos persuasivos que responden a lógicas de mercado. A continuación, se reseñan algunas de las investigaciones más relevantes, cuyas conclusiones iluminan directamente el análisis que aquí se propone.

Uno de los antecedentes más citados es la tesis doctoral de Zorrilla (1996), quien llevó a cabo un estudio exhaustivo de los titulares informativos en la prensa española de difusión nacional. Su investigación tuvo como objetivo principal sistematizar las funciones comunicativas y las tipologías de los titulares. Metodológicamente, aplicó un análisis lingüístico y retórico de un corpus representativo de titulares, clasificándolos en categorías como nominales, verbales, completos o elípticos, además de identificar funciones informativas, apelativas y expresivas. El autor concluyó que el titular no solo resume la noticia, sino que también ejerce un rol decisivo en la orientación interpretativa y en la jerarquización del acontecimiento. Para el presente trabajo, este antecedente resulta clave porque ofrece una base tipológica sólida con la cual contrastar los titulares de medios costarricenses, esto permite determinar hasta qué punto cumplen funciones de síntesis o de espectacularización (Zorrilla, 1996).

Zorrilla (1996) aporta un armazón tipológico-funcional del titular y sustenta su papel en la jerarquización y orientación de la noticia, insumos directamente aprovechables por nuestro marco teórico. Se diferencia de nuestra investigación por su contexto histórico y mediático, prensa impresa española de los noventa y por su sesgo doctrinal más que empírico comparativo. Nuestra investigación actualizará esas tipologías en el ecosistema digital costarricense y las aplicará al campo de narcotráfico, con mediciones de nivel informativo, atractivo y correspondencia titular–cuerpo que permitirán evaluar coherencia entre titular y desarrollo (cuerpo).

En un ámbito más reciente, la tesis de Barroso (2022) analizó un corpus de 882 titulares en español y alemán, correspondientes al periodo 2018–2022, con el fin de estudiar los recursos fraseológicos y metafóricos que operan en la titulación periodística. La autora utilizó un enfoque desde la semántica cognitiva y la fraseología, donde identificó la recurrencia de metáforas conceptuales como la lucha, la casa o la tauromaquia, las cuales funcionan como marcos cognitivos para interpretar la realidad. Sus hallazgos muestran que los titulares no son meras frases informativas, sino estructuras culturales que condensan ideología y estilo según la sección periodística. El aporte de este estudio a la investigación actual radica en la posibilidad de identificar metáforas y unidades fraseológicas recurrentes en la cobertura del narcotráfico, reconociendo cómo los titulares pueden contribuir a la construcción de narrativas de violencia o criminalidad (Barroso, 2022).

Este antecedente coincide con nuestro interés por los patrones fraseológicos y cognitivos que guían la interpretación de los titulares, ofreciendo categorías transferibles. No obstante, se diferencia por su diseño contrastivo alemán-español y la amplitud multisección, pues nuestra investigación es monocultural (Costa Rica) y temática (narcotráfico en sucesos). Además, nuestro enfoque añade evaluación operativa del nivel informativo, del atractivo para el público meta y de la correspondencia titular–cuerpo, aspectos que el estudio de Barroso no cuantifica de manera específica.

Otra investigación significativa es la de Lombardi (2018), quien aplicó el análisis crítico del discurso (ACD) a 50 titulares sobre el tiroteo en la escuela Stoneman Douglas, en Estados Unidos. Su objetivo fue examinar cómo, incluso bajo normas de objetividad, los titulares enmarcan ideologías y representaciones sociales. La metodología se basó en los aportes de Fairclough y van Dijk, combinando niveles socioculturales, discursivos y textuales. Entre sus conclusiones, destaca que los titulares influyen directamente en la percepción de víctimas, victimarios y eventos, reforzando estereotipos y contribuyendo a la construcción mediática de la violencia. Para este proyecto, la relevancia del estudio de Lombardi radica en la similitud temática, pues permite analizar cómo los titulares costarricenses en torno al narcotráfico pueden moldear percepciones sociales y legitimar ciertos discursos sobre criminalidad (Lombardi, 2018).

El trabajo de Lombardi (2018) coincide con la presente investigación en tratar el titular como nodo central de construcción de sentido y en adoptar un enfoque crítico-discursivo que permite inferir efectos interpretativos. No obstante, difiere en tres aspectos sustantivos: (i) tema y contexto analiza un tiroteo escolar en EE. UU., mientras que la nuestra se acotará a sucesos de narcotráfico en Costa Rica; (ii) idioma y medios corpus en inglés y medios estadounidenses frente a CR Hoy y Diario Extra; y (iii) unidad de análisis, Lombardi privilegia la dimensión ideológica, en tanto nuestra propuesta operará y medirá explícitamente el nivel informativo, las características/atractivo para el público meta y la correspondencia titular–cuerpo, habilitando una comparación empírico-operativa entre ambos medios.

En la misma línea de análisis de recursos expresivos, Pradit (2023) examinó 100 titulares publicados por BBC y CNN entre 2022 y 2024, con el propósito de identificar técnicas retóricas y su impacto en la percepción del público. A través de un análisis cualitativo, documentó la presencia

recurrente de citas textuales, preguntas retóricas, hipérboles y metáforas, que constituyen estrategias para captar la atención del lector. Su conclusión principal es que las técnicas retóricas, aunque efectivas para incrementar el atractivo, pueden desdibujar la claridad informativa y condicionar la interpretación de la noticia. Este aporte resulta pertinente para el presente estudio porque permite evaluar si en CR Hoy y Diario Extra los titulares recurren a estrategias retóricas similares y qué consecuencias tienen en la percepción de hechos de narcotráfico (Pradit, 2023).

El estudio de Pradit (2023) es afín al nuestro al examinar recursos retórico-lingüísticos presentes en los titulares y su relación con la percepción del público. Se diferencia, sin embargo, en el alcance y el corpus: analiza BBC/CNN (temáticas generales, en inglés) y no circunscribe a un campo delictual específico, mientras que nuestra investigación focalizará en sucesos de narcotráfico, en español, y comparará dos medios costarricenses. Además, nuestro diseño operacionalizará indicadores de nivel informativo, atractivo y correspondencia titular–cuerpo para valorar calidad y alineación informativa, más allá del inventario retórico.

Por último, la investigación de Chamorro Poy (2018) abordó el fenómeno del “clickbait” en medios digitales españoles como El Español y El Huffington Post, además analizó 575 publicaciones en X (anteriormente llamado Twitter). Su objetivo fue identificar los rasgos característicos de los titulares diseñados para maximizar clics y su impacto en la calidad informativa. Los resultados evidenciaron que la anticipación, el uso de listas y las preguntas retóricas son recursos frecuentes que aumentan la atracción, aunque en detrimento de la correspondencia entre el titular y el contenido real de la noticia. Para la presente investigación, este estudio es fundamental, pues CR Hoy, como medio nativo digital, participa en la misma lógica de competencia por la atención en redes sociales, lo cual abre la posibilidad de detectar estrategias de “clickbait” en su cobertura del narcotráfico (Chamorro Poy, 2018).

El estudio de Chamorro Poy (2018) coincide con nuestro interés en la atracción generada por los titulares (p. ej., “clickbait”) y su relación con la interacción de las audiencias. Se diferencia, sin embargo, por centrarse en la distribución en X (anteriormente Twitter) de medios españoles y en contenidos generalistas, mientras nuestro análisis se efectuará sobre titulares de notas en los sitios de CR Hoy y Diario Extra y se restringe a sucesos de narcotráfico.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

En este capítulo III se presentan los principales fundamentos teóricos y conceptuales que sustentan la investigación. Se abordan antecedentes, definiciones clave y enfoques académicos relacionados con el tema, con el propósito de establecer una base interpretativa sólida la cual oriente el análisis posterior.

3.1 El titular periodístico

El titular periodístico constituye un elemento esencial en la arquitectura de la noticia, pues se ubica como la primera unidad textual y gráfica a la cual se enfrenta el lector. Su naturaleza es ambivalente: combina autonomía discursiva y dependencia contextual respecto del texto que encabeza. En términos clásicos, Zorrilla (1996) lo define como un “texto imprescindible” (p. 112) el cual debe condensar el núcleo del acontecimiento y, a la vez, guiar la interpretación del relato. Esta perspectiva subraya su doble rol de síntesis y orientación, esto lo diferencia de otros elementos periféricos del discurso periodístico.

Desde un enfoque aplicado a la prensa gráfica, Martínez et al. (2004) afirman que la titulación es el proceso mediante el cual se construyen los encabezados noticiosos, los cuales cumplen funciones de “identificación, resumen y atracción” (p. 45). En consecuencia, la titulación no solo alude al producto final (el titular), sino también a las decisiones editoriales, lingüísticas y tipográficas que intervienen en su elaboración. Así, el titular debe mantener un delicado equilibrio entre la claridad informativa y la fuerza expresiva para garantizar la atención del lector.

En el contexto costarricense, los autores Cuvardic y Vargas (2010) sostienen que los titulares se configuran como resúmenes temáticos los cuales funcionan como “marcos interpretativos” iniciales (p. 78). En este sentido:

Los titulares no solo sintetizan la información central del acontecimiento, sino que actúan como estructuras discursivas que orientan la lectura del texto, condicionando la interpretación del lector desde el primer contacto con la noticia y reflejando, al mismo tiempo, la línea editorial del medio. (Cuvardic & Vargas, 2010, p. 79)

En un plano más amplio, Dor (2003) define los titulares como estructuras orientadas a “maximizar la relevancia de sus noticias para sus lectores” (p. 698, traducción propia). Esta definición, enmarcada en la pragmática de la comunicación, complementa los aportes anteriores al destacar que los titulares no solo resumen, sino que también guían la interpretación más eficiente del texto.

En síntesis, el titular periodístico se define como el enunciado principal de una noticia, dotado de relativa autonomía y orientado a condensar el núcleo informativo del hecho, a la vez que interpela al lector para su ingreso en el contenido. Esta definición integra la tradición académica y la práctica profesional, y sienta las bases para el análisis posterior sobre el nivel informativo, los recursos retóricos y la correspondencia entre titulares y textos en la cobertura del narcotráfico en los medios costarricenses.

3.2 Funciones comunicativas del titular

El titular periodístico cumple múltiples funciones comunicativas que explican su relevancia dentro del discurso informativo. No se limita a condensar información, sino que opera de manera simultánea en dimensiones lingüísticas, pragmáticas y sociales, influyendo tanto en la transmisión del contenido como en su interpretación.

Desde la teoría de las funciones del lenguaje propuesta por Jakobson (1960/1984), los titulares pueden cumplir diversas funciones comunicativas. En primer lugar, la función referencial, al transmitir información objetiva sobre el hecho noticioso; en segundo lugar, la función apelativa o conativa, orientada a captar la atención del lector; además, la función poética, cuando se emplean recursos estilísticos; y la función fática, especialmente relevante en entornos digitales donde el titular actúa como punto de contacto comunicativo.

Esta polifuncionalidad evidencia que el titular no cumple un único propósito, sino que integra diversas intenciones comunicativas en un espacio textual reducido.

Por otra parte, la teoría de la relevancia de Sperber y Wilson (1986), aplicada al estudio de titulares por Dor (2003), permite comprender que estos funcionan como optimizadores de relevancia. En este sentido, su objetivo es facilitar la interpretación del contenido mediante una

economía cognitiva eficiente. Tal como señala Dor (2003): “Los titulares son dispositivos diseñados para guiar al lector hacia la interpretación más relevante del texto, minimizando el esfuerzo necesario para comprender la información” (p. 697). Esta perspectiva refuerza la idea de que el titular no solo informa, sino que orienta activamente la lectura.

Desde el enfoque del *framing* o encuadre, Entman (1993) sostiene que los medios seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los hacen más salientes. En este sentido, el titular cumple una función clave en la construcción del encuadre, pues determina qué elementos del hecho serán destacados y cómo serán interpretados por la audiencia. Esta definición permite comprender que el titular no solo comunica información, sino que también configura una determinada visión del acontecimiento.

Asimismo, la teoría de la agenda setting (McCombs & Shaw, 1972) plantea que los medios no solo informan, sino que también influyen en la percepción de relevancia de los temas. En este contexto, los titulares cumplen una función jerarquizadora, al destacar ciertos acontecimientos sobre otros.

En la tradición hispana, Zorrilla (1996) y Martínez et al. (2004) coinciden en que los titulares cumplen funciones de síntesis, identificación y atracción, mientras que López Hidalgo (2001) agrega una dimensión valorativa, donde señala que los titulares pueden incorporar juicios implícitos a través del lenguaje.

En el contexto costarricense, Cuardic y Vargas (2010) evidencian que estas funciones varían según el tipo de medio. Mientras los medios de referencia privilegian la función informativa, los medios populares tienden a enfatizar la función apelativa, lo cual demuestra que la titulación responde también a estrategias de segmentación de audiencia.

En consecuencia, las funciones comunicativas del titular abarcan dimensiones informativas, apelativas, interpretativas, jerarquizadoras y estilísticas, las cuales interactúan entre sí y se configuran en función del contexto mediático, el tipo de audiencia y la naturaleza del contenido.

3.3 Tipologías de titulación

La clasificación de los titulares ha sido abordada desde diversas perspectivas teóricas, se destaca principalmente los criterios sintácticos y funcionales. Desde el punto de vista estructural, Zorrilla (1996) distingue entre titulares nominales y verbales, este autor explica que los primeros se organizan en torno a sustantivos o grupos nominales, esto les otorga un carácter más estático y generalizador, mientras que los segundos incorporan verbos generalmente en presente histórico, los cuales aportan dinamismo y sensación de inmediatez.

Asimismo, dentro de esta clasificación, se reconocen los titulares completos, que constituyen oraciones gramaticalmente cerradas, y los titulares elípticos, en donde se omiten elementos como el sujeto o el verbo, y se confía en la competencia interpretativa del lector. Esta economía lingüística responde a la necesidad de condensar información en un espacio reducido, sin perder claridad comunicativa.

Desde una perspectiva más amplia, Martínez et al. (2004) exponen que la titulación no puede entenderse únicamente desde su estructura lingüística, sino como un proceso integral el cual articula dimensiones editoriales, gráficas y retóricas. En este sentido, los autores sostienen que la titulación responde a criterios de identificación, síntesis y atracción, lo que condiciona los tipos de titulares utilizados en distintos contextos periodísticos.

En el plano funcional, López Hidalgo (2001) y Martínez-Albertos (2001) coinciden en que los titulares pueden clasificarse en tres grandes categorías: informativos, interpretativos y apelativos. Los titulares informativos privilegian la exactitud y la correspondencia con el contenido de la noticia; los interpretativos incorporan elementos de contextualización o valoración; mientras que los apelativos buscan generar una reacción emocional en el lector.

Esta clasificación se articula con la teoría de las funciones del lenguaje de Jakobson (1960/1984), en tanto cada tipo de titular enfatiza distintas funciones comunicativas. En este sentido, los titulares rara vez cumplen una única función, sino que combinan dimensiones informativas y expresivas en función de los objetivos del medio.

Desde el enfoque pragmático, Dor (2003) propone que estas tipologías pueden entenderse como distintas estrategias para optimizar la relevancia comunicativa. Según el autor, “los titulares están diseñados para presentar un equilibrio óptimo entre el esfuerzo cognitivo y el efecto contextual” (Dor, 2003, p. 699, traducción propia). Esta afirmación permite comprender que las diferencias tipológicas no son arbitrarias, sino que responden a decisiones orientadas a facilitar la comprensión del lector.

En el contexto costarricense, Cuvardic y Vargas (2010) evidencian que la tipología de los titulares varía en función del perfil editorial del medio. Mientras que en diarios de referencia predominan estructuras nominales y sobrias, en medios populares como Diario Extra se observa un uso frecuente de titulares expresivos y apelativos, esto refleja su orientación hacia públicos más amplios y su énfasis en el impacto comunicativo.

En consecuencia, las tipologías de titulación constituyen una herramienta analítica fundamental para comprender las diferencias en la producción discursiva de los medios, pues permiten identificar si se privilegia la precisión informativa o el impacto emocional en la construcción del titular.

3.4 Recursos retóricos frecuentes

Más allá de las tipologías, los titulares se caracterizan por el uso de recursos retóricos que intensifican su atractivo y su capacidad persuasiva. En la tradición clásica, Zorrilla (1996) y López Hidalgo (2001) documentan la recurrencia de metáforas, metonimias, sinécdoques e hipérboles, que permiten comprimir significados complejos y otorgar un carácter expresivo al encabezado. Estos recursos no solo adornan, sino que también orientan la interpretación del lector hacia determinados aspectos del hecho.

Entre los recursos más estudiados en la prensa digital reciente se encuentra el “forward reference” o anticipación, este consiste en retener información clave para despertar curiosidad. Blom y Hansen (2015) demostraron que esta técnica es uno de los pilares del llamado “clickbait”, pues busca maximizar la tasa de clics apelando a la curiosidad. Chamorro Poy (2018) identificó que, en los medios digitales hispanos, las preguntas retóricas y las citas textuales en titulares son

estrategias muy frecuentes para incrementar el atractivo, aunque pueden comprometer la claridad informativa.

Otro recurso retórico extendido es el uso de numerales y cifras, que aportan una impresión de objetividad y verificabilidad. Según Martínez-Albertos (2001), los números en titulares cumplen una doble función: transmiten exactitud y facilitan la memorización. De igual modo, las citas directas (uso de comillas en el titular) aportan dramatismo y proximidad al generar un efecto de testimonio inmediato.

En Costa Rica, Cuvardic y Vargas (2010) observaron que en Diario Extra son frecuentes las hipérboles, metáforas y expresiones coloquiales, lo cual refuerza su perfil apelativo y popular. En contraste, en La Nación predominan recursos más sobrios, como los titulares nominales y el uso restringido de adjetivos, coherente con su perfil de medio de referencia. Estudios recientes también han documentado cómo los recursos retóricos se utilizan en coberturas sensibles como violencia de género o narcotráfico para aumentar el impacto emocional de las noticias (Mora, 2023; Reyes, 2024).

Desde una perspectiva teórica más amplia, Barthes (1977) describió al titular como un mecanismo de anclaje semiótico, en el que las elecciones retóricas determinan qué interpretación de la realidad se impone sobre otras posibles. Asimismo, el análisis crítico del discurso (Fairclough, 1995; van Dijk, 1988) ha señalado que los recursos retóricos en titulares no son neutrales: pueden transmitir ideologías implícitas, reforzar estereotipos o reproducir relaciones de poder.

En definitiva, los recursos retóricos frecuentes en titulares metáforas, hipérboles, preguntas retóricas, citas, numerales, juegos de palabras cumplen un papel central en la configuración del atractivo y el encuadre de las noticias. En el caso de la cobertura del narcotráfico, el análisis de estos recursos permitirá establecer si los medios privilegian la espectacularización y el sensacionalismo o si logran mantener un equilibrio entre impacto y precisión informativa.

3.5 Titulares, encuadre y efectos comunicativos

3.5.1 Encabezado como “marco” de lectura

El titular periodístico no solo cumple una función informativa o apelativa, sino que también actúa como un marco de interpretación el cual guía la lectura del texto noticioso. Desde la teoría del *framing* o del encuadre, propuesta por Entman (1993), los medios de comunicación seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los hacen más “salientes” en un texto comunicativo, pues promueven así una interpretación específica. En este sentido, el titular se constituye como el primer nivel de encuadre: define qué se destaca, cómo se formula el problema y desde qué perspectiva se interpretará el acontecimiento.

Según van Dijk (1988), los titulares funcionan como estructuras de control del discurso informativo, puesto que determinan el esquema mental con el cual los lectores procesan el resto del contenido. En otras palabras, el encabezado no solo anticipa la información, sino que también predispone al lector hacia una determinada comprensión del hecho. De manera similar, Fairclough (1995) sostiene que los titulares pueden transmitir ideologías de forma implícita al seleccionar léxicos, metáforas o construcciones sintácticas para así favorecer una lectura particular.

Desde la semiótica discursiva, Barthes (1977) definió al titular como un elemento de anclaje semántico, capaz de dirigir la interpretación de la imagen o del texto que acompaña. En el ámbito digital contemporáneo, esta idea cobra una vigencia especial: los titulares funcionan como puertas de entrada cognitivas, donde una elección lexical puede determinar si el lector continúa o no con la noticia.

Diversos estudios recientes respaldan esta función en contextos de medios digitales. Cuvardic y Vargas (2010), en su análisis de la prensa costarricense, destacan que los titulares de La Nación y Diario Extra establecen marcos interpretativos diferenciados: mientras el primero utiliza estructuras nominales sobrias y una sintaxis informativa, el segundo recurre a estrategias apelativas y coloquiales que enmarcan el hecho desde la emocionalidad. Esta diferencia demuestra que el encuadre se materializa desde la elección de palabras y desde la orientación estilística de cada medio.

En este sentido, la noción de encuadre desarrollada por Entman (1993) permite comprender con mayor profundidad el rol interpretativo de los titulares en el discurso periodístico:

Seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo, de tal manera que se promueva una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito. (Entman, 1993, p. 52, traducción propia)

De igual manera, Lombardi (2018) evidenció que los titulares sobre hechos de violencia como tiroteos escolares tienden a reproducir sesgos ideológicos al presentar a las víctimas y victimarios bajo determinadas etiquetas. Su análisis reveló que los encabezados no solo informan, sino que jerarquizan moralmente los hechos al configurar un marco discursivo que influye en la opinión pública. En este sentido, el titular puede entenderse como una “pauta interpretativa” que delimita el significado del texto completo (Reyes, 2024).

Así, el encabezado actúa como un filtro cognitivo y valorativo, el cual orienta tanto la atención como la interpretación del lector. En el caso de las noticias sobre narcotráfico, este rol adquiere una relevancia especial: los titulares pueden reforzar representaciones sociales de la criminalidad, la violencia o la marginalidad, dependiendo del léxico empleado. Por ello, analizar el titular como marco de lectura permite comprender cómo los medios costarricenses, como CR Hoy y Diario Extra, construyen diferentes visiones del mismo fenómeno, en función de su línea editorial y su público meta.

3.5.2 Estilo y subjetividad en la práctica local

El estilo periodístico constituye un rasgo identitario de cada medio de comunicación y se manifiesta especialmente en la manera en que se titulan las noticias. Según López Hidalgo (2001), la titulación implica una síntesis estética, lingüística y comunicativa donde confluyen la claridad informativa y la intención expresiva del periodista. De este modo, cada medio desarrolla una subjetividad editorial que se refleja en la selección de léxico, la estructura gramatical y el tono empleado en los titulares.

En el caso costarricense, Cuvardic y Vargas (2010) demostraron que la práctica local de titulación se encuentra atravesada por las diferencias entre la prensa de referencia y la prensa popular. Mientras La Nación se caracteriza por un estilo nominal, sobrio y factual, con predominio de titulares informativos, Diario Extra recurre a construcciones apelativas, metáforas y expresiones coloquiales orientadas a captar la atención de un público más amplio. Esta dualidad refleja no solo preferencias estilísticas, sino también estrategias discursivas que responden a los públicos meta de cada medio.

El estilo, en este sentido, no puede desligarse del componente subjetivo. Fairclough (1995) plantea que todo discurso periodístico contiene una posición enunciativa, es decir, un punto de vista implícito que se materializa en las elecciones lingüísticas. Los titulares, por tanto, no son meramente objetivos: cada verbo, adjetivo o metáfora utilizados expresan una mirada particular del acontecimiento. Esto se hace evidente en medios populares donde el tono dramático o irónico actúa como recurso para establecer proximidad con el lector (López Hidalgo, 2019, como se citó en Ufarte Ruiz, 2020).

Asimismo, Barthes (1977) concibe la escritura periodística como un proceso de significación que mezcla la función informativa con la función simbólica. En este marco, la titulación adquiere un valor estético y social: no solo informa, sino que también representa valores culturales y emocionales. Por ello, titulares como los de Diario Extra tienden a utilizar un registro coloquial y afectivo, apelando a la empatía o al morbo del público; mientras que en CR Hoy, la subjetividad se expresa mediante una aparente neutralidad que refuerza su imagen de medio “objetivo” y tecnológico (Reyes, 2024).

El estilo y la subjetividad son, entonces, inseparables de la identidad mediática. Según Zorrilla (1996), el titular no solo sintetiza el contenido informativo, sino que expresa la personalidad del medio a través de su tono y su ritmo lingüístico. Así, en la práctica local, la titulación constituye una forma de enunciación institucional: un modo en que el medio habla y se posiciona frente a la realidad social.

En el contexto de la cobertura del narcotráfico, estas diferencias estilísticas cobran relevancia analítica. En CR Hoy, los titulares suelen adoptar un tono informativo con pretensión

de objetividad, lo cual se traduce en encuadres más institucionales o de denuncia. En cambio, Diario Extra tiende a resaltar los elementos sensacionales del suceso, pues enfatiza la violencia o el dramatismo mediante metáforas o hipérbolos. Por consiguiente, estudiar la subjetividad en la titulación permite evidenciar cómo el estilo condiciona la percepción pública del fenómeno criminal y cómo cada medio reproduce, de manera discursiva, su orientación ideológica.

En síntesis, el estilo periodístico y la subjetividad son dimensiones interdependientes que influyen directamente en el modo en que los lectores interpretan los titulares. La práctica local en Costa Rica, marcada por la coexistencia de medios de referencia y tabloides populares, ofrece un escenario idóneo para observar cómo la titulación articula lo informativo y lo emocional, revelando las tensiones entre objetividad, espectacularización y responsabilidad comunicativa.

3.6 Titulares y desinformación en el ecosistema digital

3.6.1 “Clickbait”: lógica y efectos

La transformación del ecosistema mediático digital ha modificado sustancialmente las prácticas de titulación periodística. En este nuevo contexto, los titulares no solo cumplen funciones informativas o apelativas, sino también comerciales y algorítmicas, en tanto condicionan la visibilidad de los contenidos y el tráfico de usuarios en plataformas digitales. Este fenómeno se enmarca en lo que se conoce como “clickbait”, o “cebo de clics”, una estrategia discursiva orientada a captar la atención del lector mediante titulares impactantes, ambiguos o sensacionalistas, que en ocasiones distorsionan la relación con el contenido real (Blom & Hansen, 2015; Chamorro Poy, 2018).

Según Blom y Hansen (2015), el “clickbait” responde a una lógica de economía de la atención: en un entorno saturado de información, los medios compiten por segundos de atención del usuario, esto los lleva a priorizar la emoción y la curiosidad sobre la precisión. De este modo, los titulares se convierten en dispositivos persuasivos, diseñados para maximizar la interacción en redes sociales, aunque ello implique sacrificar la exactitud informativa. Chamorro Poy (2018) coincide en que el “clickbait” se ha naturalizado como una práctica redaccional, más que como

una excepción, en los medios digitales hispanos, debido a la presión por métricas de rendimiento (visitas, clics y compartidos).

En América Latina, este fenómeno ha adquirido particular relevancia debido al impacto de los algoritmos de Facebook y Google en la circulación de noticias. Sandí y Obando (2025) analizaron el uso de “clickbait” en publicaciones de La República, El Financiero y El Mundo CR, llegaron a la conclusión de que las estrategias más comunes incluyen preguntas retóricas, suspenso informativo y expresiones de sorpresa, todas orientadas a inducir la curiosidad del lector. Los autores advierten, sin embargo, que esta práctica genera una tensión ética entre la atracción y la veracidad, lo cual afecta la confianza en los medios.

La lógica del “clickbait” no puede desligarse del contexto económico de los medios digitales. Para López Hidalgo (2019), citado en Ufarte Ruiz (2020), el titular ha pasado de ser una unidad textual de síntesis informativa a un instrumento de seducción mediática, donde el lenguaje es modelado por criterios de viralidad y posicionamiento. En este sentido, el “clickbait” no representa una simple desviación estilística, sino un síntoma de la convergencia entre periodismo y mercadotecnia digital.

Diversas investigaciones han evidenciado los efectos de esta práctica sobre la comprensión lectora. Ecker et al. (2014) demostraron que los titulares pueden influir significativamente en la memoria y el razonamiento del lector, pues generan interpretaciones erróneas incluso cuando la información del cuerpo de la noticia corrige o matiza el contenido del encabezado. De forma complementaria, Chuey et al. (2024) sostienen que pequeñas variaciones en el lenguaje epistemológico de los titulares como el uso de expresiones de duda o certeza moldean las inferencias del lector sobre la veracidad de las afirmaciones, lo cual puede derivar en fenómenos de desinformación pasiva, donde las audiencias reproducen y comparten contenidos basados únicamente en los titulares sin verificar la información completa.

En el caso de Costa Rica, este tipo de estrategias resultan en especial relevantes para medios como CR Hoy, cuyo modelo nativo digital depende de la interacción en redes. En contraste, Diario Extra, aunque proveniente de la prensa impresa, ha incorporado de forma gradual recursos de titulación sensacionalista en su versión web, buscando mantener su audiencia tradicional en un

entorno digital competitivo. En ambos casos, el uso de “clickbait” puede alterar la relación entre el titular y el cuerpo de la noticia, pues genera un desequilibrio entre impacto y rigor informativo.

En síntesis, el “clickbait” constituye una práctica discursiva que reconfigura las funciones tradicionales del titular. Su lógica obedece tanto a dinámicas económicas como tecnológicas y tiene efectos directos sobre la credibilidad periodística, la comprensión lectora y la circulación de información. Analizar esta estrategia en los titulares sobre narcotráfico permite comprender hasta qué punto la búsqueda de visibilidad puede conducir a la distorsión o simplificación de fenómenos complejos.

3.6.2 Tendencias y normalización

En el escenario mediático contemporáneo, el uso de estrategias de titulación apelativas y emocionalmente cargadas se ha convertido en una práctica cada vez más frecuente y socialmente aceptada. Esta normalización del sensacionalismo digital responde, según López Hidalgo (2019), citado en Ufarte Ruiz (2020), a un cambio estructural en la economía de la información, donde el éxito de un contenido depende más de su capacidad de viralizarse que de su valor informativo. En consecuencia, las redacciones han incorporado rutinas discursivas centradas en la atracción inmediata del lector, sustituyendo criterios de relevancia periodística por métricas de rendimiento como los clics, el tiempo de permanencia y las interacciones.

Chamorro Poy (2018) advierte que esta tendencia ha modificado incluso los estándares éticos de las redacciones: el “clickbait”, antes considerado una práctica marginal o propia del periodismo amarillista, se ha integrado de manera sistemática en medios digitales de prestigio. De modo similar, Blom y Hansen (2015) sostienen que los titulares diseñados para maximizar el interés del lector ya no se perciben como engañosos, sino como una forma legítima de competir por atención en el entorno digital. Esta aceptación cultural ha diluido la frontera entre la titulación periodística tradicional y la publicitaria, generando un espacio híbrido donde la prioridad es el impacto emocional sobre la precisión informativa.

En este sentido, Tandoc et al. (2018) profundiza en esta transformación al señalar que

el contenido informativo en el entorno digital ha adoptado progresivamente características del entretenimiento, donde los titulares no solo cumplen una función informativa, sino que también buscan generar una reacción emocional inmediata en el usuario, privilegiando la atracción sobre la profundidad, lo que contribuye a la normalización de prácticas como el clickbait dentro de la producción periodística contemporánea. (p. 12, traducción propia)

Desde un enfoque crítico, Fairclough (1995) y van Dijk (1988) señalan que este proceso de normalización tiene implicaciones ideológicas: los titulares no solo seleccionan información, sino que también reproducen valores dominantes, jerarquizan actores y legitiman determinadas narrativas. En el contexto de los sucesos sobre narcotráfico, esta lógica puede derivar en procesos de estigmatización, al reforzar representaciones de violencia, marginalidad o criminalidad vinculadas a ciertos grupos sociales. En otras palabras, la repetición de esquemas discursivos sensacionalistas termina construyendo una visión hegemónica del fenómeno, donde el dramatismo desplaza la comprensión estructural del problema.

En el ámbito costarricense, Reyes (2024) identifica una tendencia similar en la cobertura digital de temas de salud, donde los titulares alarmistas y emocionalmente intensos son percibidos por los lectores como signos de urgencia y credibilidad. Este hallazgo sugiere que la normalización del sensacionalismo no solo responde a estrategias editoriales, sino también a una demanda social de inmediatez y emoción, propia de los entornos digitales contemporáneos. Por su parte, Cuvardic y Vargas (2010) subrayan que los medios locales reproducen esta dinámica con matices: mientras La Nación mantiene un discurso más institucional, Diario Extra y otros tabloides han trasladado su estilo expresivo al formato digital, intensificando el componente apelativo en sus titulares.

A nivel global, investigaciones recientes de Tandoc et al. (2018) y Pérez Tornero y Varis (2010) coinciden en que la proliferación de titulares emocionales y ambiguos se inserta en un proceso más amplio de info-entretenimiento, donde la información se presenta como producto de consumo rápido. Este fenómeno no solo modifica la práctica periodística, sino también la percepción del público, pues este asocia la espectacularidad con la relevancia informativa. En este contexto, la titulación deja de ser un acto meramente lingüístico para convertirse en un acto performativo, en el cual cada palabra busca producir un efecto inmediato de atención y respuesta.

En síntesis, las tendencias actuales revelan una progresiva naturalización del “clickbait” y de las estrategias retóricas orientadas al impacto. La práctica periodística contemporánea, influida por la lógica de los algoritmos y la competencia por la atención, ha incorporado el sensacionalismo como parte de su gramática discursiva. En el caso de Costa Rica, estudiar esta normalización en medios como CR Hoy y Diario Extra permitirá comprender cómo las dinámicas globales del periodismo digital se articulan con las particularidades locales, configurando nuevas formas de representar fenómenos sociales como el narcotráfico.

3.7 Google como motor de búsqueda y la evolución de las búsquedas personalizadas en Internet

El desarrollo de los motores de búsqueda constituye un hito central en la configuración del ecosistema informativo digital contemporáneo, en tanto ha transformado radicalmente las formas de acceso, organización y jerarquización de los contenidos disponibles en la web. En este contexto, Google emerge como el buscador dominante a nivel global, no solo por su masividad de uso, sino por la sofisticación progresiva de su arquitectura algorítmica y de las herramientas que ofrece para la recuperación de información. Comprender qué es Google, cómo funciona su motor de búsqueda y cuáles son los códigos u operadores que habilita resulta fundamental para sustentar metodológicamente su utilización como herramienta de recolección de datos en investigaciones académicas basadas en análisis de contenido y análisis del discurso.

Google fue fundado en 1998 por Larry Page y Sergey Brin como un proyecto académico orientado a mejorar la calidad de las búsquedas en Internet, en un contexto donde los buscadores existentes priorizaban criterios poco transparentes, como la repetición de palabras clave o acuerdos comerciales. La principal innovación introducida por Google fue el algoritmo PageRank, diseñado para ordenar los resultados de búsqueda a partir de la relevancia estructural de las páginas web, medida a través del análisis de enlaces entrantes y salientes. Este enfoque permitió desplazar el énfasis desde la simple coincidencia léxica hacia una noción de autoridad y pertinencia informativa, sentando las bases de un modelo de búsqueda más eficiente y confiable (Page et al., 1999).

Con el paso del tiempo, el motor de búsqueda de Google ha experimentado una evolución significativa, incorporando avances en aprendizaje automático, procesamiento del lenguaje natural e inteligencia artificial. Estas transformaciones han permitido refinar la interpretación de las consultas de los usuarios al reconocer no solo palabras clave aisladas, sino también relaciones semánticas, intencionalidades comunicativas y contextos de uso. En consecuencia, las búsquedas en Google ya no operan exclusivamente como un mecanismo de coincidencia textual, sino como un sistema complejo de mediación entre el lenguaje humano y grandes volúmenes de información digital (Lewandowski, 2015).

Desde una perspectiva metodológica, resulta especialmente relevante destacar que Google no solo ofrece resultados automatizados, sino que también dispone de una serie de operadores o comandos de búsqueda avanzada los cuales permiten personalizar y controlar el proceso de recuperación de información. Estos operadores funcionan como códigos lingüísticos y técnicos que delimitan el universo de resultados, facilitando búsquedas más precisas, reproducibles y alineadas con objetivos de investigación específicos. Entre los operadores más utilizados se encuentra la búsqueda de frases exactas mediante el uso de comillas (“ ”), la cual permite recuperar únicamente aquellas páginas que contienen una secuencia textual idéntica, pues reducen la ambigüedad semántica y la dispersión de resultados.

Otro operador fundamental es el signo menos (-), este posibilita excluir términos específicos de una búsqueda, refinando el corpus obtenido al eliminar resultados irrelevantes o redundantes. Asimismo, el operador site: permite restringir la búsqueda a un dominio web concreto, lo cual resulta particularmente útil en investigaciones que analizan medios digitales específicos, pues garantiza que los resultados provengan de forma exclusiva de las plataformas seleccionadas. De manera complementaria, el operador “filetype”: facilita acotar la búsqueda a determinados formatos de archivo, como PDF o DOC, herramienta frecuente en revisiones bibliográficas y estudios documentales.

Estos operadores no constituyen meros recursos técnicos, sino que adquieren relevancia epistemológica en tanto permiten al investigador intervenir activamente en el proceso de construcción del corpus, pues vuelven explícitos los criterios de inclusión y exclusión, y reducen la opacidad inherente a los sistemas algorítmicos. En estudios de comunicación y discurso

mediático, el uso consciente de estos comandos contribuye a fortalecer la validez metodológica, al permitir que el procedimiento de búsqueda sea transparente, replicable y coherente con los objetivos analíticos planteados (Rogers, 2013).

En el marco de las ciencias sociales y los estudios de medios, Google ha sido ampliamente reconocido como una herramienta de investigación secundaria, en especial en análisis de contenido digital, estudios de agenda mediática y observación de tendencias discursivas en línea. Si bien no sustituye a bases de datos académicas especializadas, su alcance y capacidad de indexación lo convierten en un recurso pertinente para el análisis de productos periodísticos de circulación abierta, como las noticias publicadas en medios digitales. En este sentido, su utilización requiere una justificación teórica y metodológica explícita, que reconozca tanto sus potencialidades como sus limitaciones, particularmente en relación con la personalización de resultados y la lógica algorítmica subyacente (van Dijck, 2013).

De este modo, la incorporación de Google como herramienta de búsqueda en el marco referencial de la investigación permite situar el proceso de recolección de datos dentro de un contexto histórico, técnico y teórico más amplio. Reconocer su origen, su funcionamiento y los códigos estructurales de las búsquedas personalizadas no solo transparenta el procedimiento metodológico adoptado, sino que también refuerza el rigor académico del estudio, al explicitar las mediaciones tecnológicas intervinientes en la construcción del corpus analítico.

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO

El presente capítulo describe la metodología utilizada para el desarrollo del estudio. Se detallan el enfoque, el tipo y diseño de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como los procedimientos empleados para el análisis. De esta manera, se busca garantizar la coherencia entre los objetivos del estudio y la estrategia metodológica aplicada.

4.1 Tipo de diseño

El estudio es de tipo mixto, pues integra dos enfoques complementarios, se trata de un diseño mixto de tipo explicativo secuencial (DEXPLIS), el cual combina métodos cuantitativos y cualitativos en fases sucesivas con el propósito de obtener una comprensión más completa del fenómeno estudiado. Este diseño se caracteriza porque la primera fase cuantitativa permite identificar relaciones entre variables mediante técnicas estadísticas, mientras que la segunda fase cualitativa busca explicar e interpretar dichos resultados desde la perspectiva de los actores involucrados o del contexto discursivo.

- Cuantitativo, en su fase inicial, orientado a medir la relación entre variables mediante procedimientos estadísticos.
- Cualitativo, en su fase posterior, destinado a interpretar y explicar las tendencias detectadas a partir del análisis cuantitativo.

Fase cuantitativa

En la fase cuantitativa, la investigación corresponde a un diseño no experimental y transversal, pues no se manipularán las variables independientes ni se intervendrá sobre el objeto

de estudio, sino que se observarán tal como se manifiestan en su contexto natural. Este enfoque busca medir, describir y establecer relaciones entre variables de manera objetiva y sistemática, utilizando procedimientos de codificación y análisis numérico.

Las variables consideradas: nivel informativo, características y nivel de atracción del titular y proximidad titular–contenido, las cuales se medirán a través de diez indicadores definidos para cada una. Estos indicadores permitirán construir una base empírica sólida mediante la observación sistemática de los titulares y noticias del corpus (2025). Una vez obtenidos los valores individuales de los indicadores, se calculará un nivel promedio por variable (bajo, medio o alto), que será el dato utilizado para el análisis estadístico posterior.

Cada variable se construyó a partir de indicadores específicos que evalúan distintos aspectos de las noticias digitales de los medios CR Hoy y Diario Extra. Dichos indicadores se codificarán en escalas ordinales (por ejemplo, bajo, medio, alto) y binarios (sí/no), transformándose en valores numéricos que permitirán obtener un nivel global por variable.

Fase cualitativa

En la fase cualitativa, la investigación adquiere un carácter interpretativo y explicativo, orientado a comprender las causas o factores que inciden en los patrones detectados en la fase cuantitativa. Para ello, se aplicará un análisis interpretativo mediante entrevistas semiestructuradas a periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional, con el objetivo de profundizar en la comprensión de los resultados estadísticos.

Las entrevistas permitirán explorar temas como los siguientes:

- Los criterios editoriales que orientan la redacción de los titulares.
- Las presiones informativas o de audiencia que inciden en la elección del enfoque.
- Las percepciones profesionales sobre el equilibrio entre atractivo y precisión informativa.

A través de esta fase se buscará explicar las razones editoriales, discursivas o profesionales que podrían justificar las tendencias observadas en el análisis cuantitativo. El análisis de las entrevistas seguirá un enfoque temático–interpretativo, el cual permitirá contrastar las percepciones de los actores con los resultados obtenidos en la fase anterior.

Integración de los enfoques

Así, el estudio integra ambos enfoques de forma complementaria: el componente cuantitativo permite identificar patrones de relación entre variables observables, mientras que el componente cualitativo ofrece una comprensión más profunda y contextualizada de dichos resultados.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), los diseños mixtos explicativos secuenciales “permiten que los resultados cuantitativos sean complementados con información cualitativa, lo que enriquece la interpretación de los hallazgos y amplía la comprensión del fenómeno estudiado” (p. 551). En este sentido, el diseño DEXPLIS proporciona una estructura metodológica coherente para articular la medición objetiva con la interpretación subjetiva, fortaleciendo la validez y la consistencia analítica del estudio.

4.2 Tipo de investigación

La investigación es de tipo correlacional, pues busca determinar la relación existente entre tres variables principales:

- El nivel informativo de los titulares
- Características y atracción del titular
- La proximidad entre el titular y el contenido noticioso

El propósito es analizar si existe asociación entre dichas variables dentro del tratamiento periodístico del narcotráfico en medios digitales costarricenses, sin establecer relaciones causales.

Según Hernández et al. (2014), las investigaciones correlacionales “tienen como propósito conocer el grado de relación o asociación que existe entre dos o más variables dentro de un contexto determinado, sin que ello implique una relación causal” (p. 106).

De forma complementaria, Hernández et al. (2014) señalan que los estudios correlacionales “permiten medir el grado de asociación entre dos o más conceptos o variables, proporcionando una comprensión empírica de cómo se comportan dentro de un fenómeno observado” (p. 108).

Este tipo de diseño permite examinar la relación entre las distintas dimensiones del titular periodístico y su correspondencia con el contenido informativo de la noticia, específicamente si los titulares con mayor nivel informativo o con mayor atractivo discursivo tienden a presentar una mayor coherencia con el cuerpo del texto. Para ello, los valores obtenidos en cada variable fueron trabajados como promedios continuos por unidad de análisis, derivados de la codificación de los indicadores previamente definidos. Dado este nivel de medición, el análisis se ejecutó mediante el coeficiente de correlación de Pearson (r), adecuado para estimar asociaciones lineales entre variables cuantitativas tratadas a nivel de escala. Las correlaciones se efectuaron de manera separada para cada medio de comunicación, y, en los casos pertinentes, se complementaron con procedimientos de re-muestreo bootstrap, con el fin de robustecer la estimación de los coeficientes obtenidos.

El enfoque correlacional, además, se clasifica como no experimental y transversal, pues las variables se observan tal como se presentan en su contexto natural y en un momento determinado. Como explican Hernández et al. (2014), este tipo de investigación facilita “describir relaciones entre variables tal como se dan en la realidad, para luego analizar su posible grado de asociación” (p. 108), constituyendo una herramienta idónea para comprender fenómenos comunicacionales de manera empírica y sistemática.

En el Apéndice 1: “Explicación del método”, se puede profundizar lo anterior.

4.3 Fuentes de información

4.3.1 Fuentes primarias: opinión de expertos

Como fuentes primarias, se considerarán las opiniones de personas expertas y profesionales directamente vinculadas al objeto de estudio, cuyas experiencias y perspectivas permiten

contextualizar e interpretar los resultados obtenidos en la fase cuantitativa. Estas entrevistas aportarán información cualitativa relevante sobre los criterios editoriales, las rutinas periodísticas y las decisiones de titulación adoptadas en los medios costarricenses CR Hoy y Diario Extra. A continuación, se presenta una tabla con las posibles fuentes a entrevistar, incluyendo su lugar de trabajo y el cargo que desempeñan:

Tabla 1. Fuentes de información primarias: opinión de expertos

Fuente/persona	Empresa o lugar de Trabajo	Rol o labor que desempeña
Daniel Córdoba	CR Hoy	Periodista
Wilmer Madrigal	Diario Extra	Periodista
Bharley Quirós	Diario Extra	Jefe de Información
Any Pérez	UCR / propio	Profesional en Comunicación Periodista Profesora UCR

4.3.2 Fuentes primarias: Corpus discursivo

El corpus discursivo de la investigación se conformará a partir de noticias digitales publicadas por los medios CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025, específicamente aquellas referidas al narcotráfico en Costa Rica. No obstante, dada la amplitud del fenómeno y con el fin de garantizar un análisis más preciso y manejable, se delimitó el corpus a un subtema particular: las noticias sobre decomisos y capturas relacionadas de manera directa con el tráfico de drogas.

La elección del primer cuatrimestre del 2025 responde a que constituye una etapa de alta visibilidad mediática del narcotráfico en el país, caracterizada por un incremento sostenido en las incautaciones y por una atención internacional reforzada. En 2024, el Semanario Universidad reportó 27,15 toneladas de cocaína y 15,95 toneladas de marihuana decomisadas, mientras que La

República informó que hasta septiembre de ese mismo año se habían incautado 13.199 kilogramos de cocaína, generando un debate público sobre la magnitud del fenómeno. Adicionalmente, en 2025 la UNODC identificó a Costa Rica como una de las principales rutas marítimas del tráfico de cocaína hacia Norteamérica (CR Hoy, 2025), intensificando la cobertura digital sobre el tema.

En consecuencia, el año 2025 ofrece un escenario empíricamente pertinente y contemporáneo para analizar la titulación periodística sobre narcotráfico en CR Hoy y Diario Extra, dado que combina alta actividad operativa, amplia exposición mediática y relevancia internacional del fenómeno. Esta delimitación permite concentrar el estudio en un tipo de discurso periodístico más homogéneo y comparable, en el cual se analizará la coherencia informativa entre los titulares y los contenidos.

De esta manera, el análisis buscará determinar en qué tipo de noticias (por ejemplo, decomisos o capturas) se observa mayor distancia o proximidad entre el titular y el cuerpo del texto, atendiendo a las variables nivel informativo, atractivo del titular y proximidad titular–contenido.

El criterio de selección del corpus será, por tanto, temático y discursivo: se incluirán únicamente aquellas noticias que presenten un tratamiento explícito de hechos policiales o judiciales vinculados al narcotráfico; excluyendo enfoques editoriales, columnas de opinión, o notas internacionales sin relación directa con el contexto costarricense.

Por lo tanto, el corpus estará conformado por noticias publicadas durante el primer cuatrimestre del 2025, en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra, seleccionadas mediante un muestreo temático que incluye los subtemas “decomisos” y “capturas” relacionados con el narcotráfico.

4.4 Fase de recolección de información y datos

4.4.1 Tipo de muestreo

El presente estudio utiliza un muestreo no probabilístico, pues la selección de los participantes no depende del azar, sino del juicio y criterio del investigador, quien elige a las fuentes por su conocimiento, experiencia y vínculo directo con el fenómeno analizado.

Según Hernández et al. (2014), en el muestreo no probabilístico “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (p. 174).

Este tipo de muestreo resulta el más adecuado para el presente estudio, pues se busca entrevistar a profesionales de la comunicación con experiencia directa en la elaboración de titulares y contenidos periodísticos sobre narcotráfico, lo que garantiza la pertinencia y profundidad de la información obtenida

4.4.2 Instrumentos de recolección y sistematización de datos

Para la obtención y análisis de la información se emplearán dos instrumentos principales: la matriz de análisis de contenido y la entrevista semiestructurada, seleccionados en función de los objetivos, variables e indicadores definidos en el cuadro de operacionalización. Además, se detalla el modo en que los datos serán sistematizados y presentados en ambas fases del estudio.

Matriz de análisis de contenido

Este instrumento se aplicará a los titulares y cuerpos de noticias de los medios digitales CR Hoy y Diario Extra correspondientes al periodo 2025. Su propósito es identificar y cuantificar la presencia de indicadores relacionados con las tres variables principales: nivel informativo, nivel de atracción del titular y proximidad titular–contenido.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el análisis de contenido es “una técnica para estudiar y analizar de manera objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación” (p. 245).

En cuanto a la sistematización de los datos cuantitativos, los indicadores serán codificados en escalas ordinales y binarias (bajo, medio, alto / sí, no), asignando valores numéricos para cada ítem. Posteriormente, los datos fueron ingresados y procesados en el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), lo cual permitió efectuar el análisis descriptivo de las variables y el cálculo de coeficientes de correlación de Pearson (r). Este procedimiento se aplicó considerando los valores promedio continuos obtenidos para cada variable por unidad de análisis, tratadas a nivel de escala, con el objetivo de estimar asociaciones lineales entre las dimensiones del titular y su relación con el contenido informativo. El análisis correlacional se efectuó de manera diferenciada para cada medio de comunicación y, en los casos pertinentes, se complementó con técnicas de re-muestreo bootstrap para fortalecer la robustez de las estimaciones obtenidas.

Los resultados obtenidos a través del SPSS se presentarán mediante tablas comparativas, que evidenciarán la relación entre las variables y las tendencias observadas en ambos medios. De esta forma, el uso de este software garantiza precisión en la medición, confiabilidad estadística y una adecuada visualización de los patrones de correlación identificados.

Plan de búsqueda

La construcción del corpus discursivo se desarrolló mediante un procedimiento sistemático de localización, selección y depuración de noticias, utilizando el motor de búsqueda Google como herramienta principal de acceso a los contenidos periodísticos digitales. Para ello, se emplearon operadores avanzados de consulta ofrecidos por la plataforma, particularmente el *comando site*: con el fin de restringir los resultados a los dominios de los medios CR Hoy y Diario Extra, combinados con los códigos lingüísticos “detienen droga” y “decomisan droga”. La búsqueda se delimitó temporalmente al primer cuatrimestre del año 2025, correspondiente a los meses de enero a abril, conforme a los criterios metodológicos previamente establecidos.

Los resultados obtenidos fueron revisados de forma individual para verificar el cumplimiento de los criterios de inclusión definidos para el estudio, considerando exclusivamente

noticias de carácter informativo vinculadas a detenciones y decomisos asociados al tráfico de drogas en el ámbito nacional. Se excluyeron notas duplicadas, actualizaciones del mismo caso, contenidos editoriales y publicaciones no pertinentes. Las noticias seleccionadas fueron registradas manualmente en una matriz de análisis la cual incluyó datos básicos como fecha de publicación, titular, enlace, medio y subtema, conformando así un corpus depurado, coherente y analíticamente manejable para su posterior análisis discursivo.

Definición de códigos de búsqueda

La definición de los códigos de búsqueda utilizados en el presente estudio se inscribe en una estrategia metodológica orientada a la construcción de un corpus discursivo pertinente, acotado y coherente con los objetivos de la investigación. Con este propósito, la recolección de noticias se llevó a cabo mediante el uso del motor de búsqueda Google, entendido no solo como una plataforma de acceso a contenidos digitales, sino como una herramienta que permite operacionalizar procesos de rastreo sistemático a partir de combinaciones lingüísticas específicas, filtros temporales y delimitaciones por dominio web. En este sentido, Google fue utilizado como intermediario técnico para acceder de manera homogénea a los contenidos publicados en los medios digitales CR Hoy y Diario La Extra, aplicando los códigos de localización que la propia herramienta ofrece para la recuperación de resultados relevantes.

La estrategia de búsqueda se basó en la utilización de dos códigos principales: “decomisan droga” y “detienen droga”, los cuales fueron introducidos en el buscador Google y aplicados de manera uniforme a ambos medios, restringiendo los resultados a sus respectivos dominios digitales. Esta decisión permitió aprovechar las capacidades de indexación y filtrado del buscador, particularmente en lo relativo a la identificación de titulares periodísticos que contienen dichas combinaciones léxicas, así como a la exclusión de resultados duplicados, notas secundarias, enlaces derivados o contenidos no informativos que no correspondían al género periodístico definido para el estudio.

La selección de estos códigos respondió a un criterio lingüístico y discursivo, dado que corresponden a las formas verbales más recurrentes empleadas por ambos medios en la titulación de noticias informativas de carácter policial vinculadas al narcotráfico. El uso de verbos en modo

activo constituye un rasgo central del discurso de sucesos, en tanto enfatiza la acción institucional y construye un relato centrado en el acontecimiento, facilitando la identificación de notas que describen decomisos y detenciones concretas. Desde esta perspectiva, la utilización de los códigos mencionados permitió que el buscador recuperara titulares alineados con la lógica narrativa propia del género, así se optimizó la pertinencia del corpus y se redujo la inclusión de textos ajenos al foco analítico del estudio.

Durante la fase exploratoria de la búsqueda, se constató que la incorporación de otros términos alternativos como “decomiso”, “captura”, “narcotráfico” o referencias específicas a tipos de sustancias generaba un volumen elevado de resultados redundantes. En la práctica, dichas búsquedas conducían mayoritariamente a las mismas noticias ya identificadas mediante los códigos seleccionados, debido a los mecanismos de indexación del buscador y a la reiteración de palabras clave dentro de un mismo conjunto de publicaciones. En consecuencia, la ampliación indiscriminada de los códigos de búsqueda no aportaba una mayor diversidad discursiva, sino que incrementaba artificialmente el corpus, lo cual dificultaba su depuración y el posterior análisis sistemático.

Asimismo, el uso del término “droga” como palabra clave central respondió a su carácter de categoría paraguas dentro del discurso mediático, ampliamente reconocida por la audiencia y empleada de manera transversal para referirse a distintas sustancias asociadas al narcotráfico. Desde el punto de vista metodológico, la diferenciación por tipo de droga no resultaba pertinente para los objetivos del estudio, centrados en el análisis de la relación entre titulares y contenidos, así como en el nivel informativo y el atractivo de la titulación periodística. En este contexto, la utilización de una categoría amplia permitió mantener la coherencia del corpus sin introducir variables irrelevantes para el análisis discursivo propuesto.

Delimitación temporal

Por otra parte, debido al elevado número de resultados obtenidos en una primera etapa al considerar un año completo de publicaciones, fue necesario aplicar los filtros temporales que ofrece el buscador Google, realizando una delimitación progresiva del periodo de análisis. Inicialmente, la búsqueda se restringió a seis meses y, posteriormente, a cuatro meses, atendiendo

a criterios de saturación temática, recurrencia discursiva y relevancia informativa. Esta decisión permitió reducir el volumen del corpus sin afectar su representatividad y, de esta forma, se aseguró un conjunto de noticias homogéneo, manejable y analíticamente pertinente para el desarrollo del estudio.

La delimitación temporal del corpus analizado constituye una decisión metodológica central, en tanto incide directamente en la densidad informativa, la recurrencia discursiva y la representatividad de los patrones de titulación observados. Si bien el levantamiento inicial de resultados permitió identificar volúmenes significativos de noticias tanto a un año completo como a seis meses, la decisión final de trabajar con un periodo de cuatro meses respondió a criterios de saturación analítica, manejabilidad del corpus y coherencia con los objetivos del estudio, orientados al análisis detallado de la relación entre titulares y contenidos informativos en noticias de sucesos vinculados al narcotráfico.

Dentro de esta delimitación de cuatro meses, se optó por seleccionar el primer cuatrimestre del año comprendido entre enero y abril de 2025 por tratarse del periodo más potente y metodológicamente adecuado para el análisis propuesto. Esta elección se sustenta, en primer lugar, en razones estructurales vinculadas al funcionamiento institucional y mediático. El inicio del año calendario suele coincidir con una reactivación de las agendas informativas, particularmente en el ámbito policial y judicial, tras el receso de fin de año. En este contexto, los medios digitales tienden a intensificar la cobertura de operativos, decomisos y detenciones, los cuales son presentados como resultados de planes estratégicos de seguridad implementados o reforzados al comenzar el año, lo que se traduce en una mayor producción de noticias de sucesos con estructuras narrativas completas y desarrolladas.

Desde una perspectiva discursiva, el primer cuatrimestre concentra un volumen significativo de titulares que enfatizan la acción estatal y policial, reforzando marcos interpretativos asociados al control, la eficacia institucional y la respuesta frente al narcotráfico. Este énfasis resulta, en particular, pertinente para los objetivos del estudio, dado que permite observar con mayor claridad la relación entre el titular frecuentemente formulado en clave de impacto y el contenido noticioso que lo desarrolla, describiendo procedimientos, cantidades decomisadas, detenciones y contextos operativos. La recurrencia de estos elementos durante los

meses de enero a abril favorece la identificación de regularidades discursivas y estrategias de titulación comparables entre los medios analizados.

Adicionalmente, la elección de este cuatrimestre se justifica por razones de estabilidad informativa. A diferencia del segundo cuatrimestre del año, el cual suele verse influido por coyunturas políticas, procesos electorales o debates legislativos, y del tercer cuatrimestre, marcado por cierres de año, balances institucionales y una mayor presencia de noticias retrospectivas, el periodo enero–abril presenta una agenda informativa relativamente homogénea. Esta homogeneidad reduce la interferencia de variables contextuales externas que podrían desviar el foco del análisis o introducir sesgos temáticos no pertinentes para el estudio de la titulación en noticias de narcotráfico.

Desde el punto de vista metodológico, los datos obtenidos confirman la pertinencia de esta selección temporal. Tal como se observa en el recorte de cuatro meses, el total de noticias recuperadas mediante los códigos “detienen droga” y “decomisan droga” alcanza un volumen suficiente para efectuar un análisis cualitativo riguroso, sin incurrir en una sobrecarga de unidades de análisis que dificulte la comparación sistemática entre titulares y contenidos. Este equilibrio entre amplitud y profundidad se alinea con los principios de saturación teórica propios de los estudios cualitativos, donde la representatividad se define por la reiteración significativa de patrones discursivos más que por la exhaustividad cuantitativa (Hernández et al., 2014).

En consecuencia, la selección del primer cuatrimestre del año 2025 no responde a un criterio arbitrario ni meramente operativo, sino a una evaluación comparativa de los distintos periodos posibles, en la cual se valora su densidad informativa, estabilidad temática y relevancia discursiva para el objeto de estudio. Este recorte temporal permite asegurar un corpus coherente, analíticamente potente y metodológicamente defendible, y refuerza la validez interna del estudio y la consistencia de los resultados obtenidos a partir del análisis de la titulación periodística en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra.

De este modo, el uso de Google como herramienta de búsqueda, junto con la selección deliberada de códigos lingüísticos específicos y la aplicación de filtros temporales, constituyó una estrategia metodológica orientada a garantizar la coherencia interna del corpus, la trazabilidad del proceso de recolección y la validez del análisis discursivo posterior. La explicitación de esta

herramienta y de sus funcionalidades resulta fundamental para transparentar el procedimiento seguido y reforzar el rigor metodológico de la investigación.

Entrevista semiestructurada

En la fase cualitativa, se aplicará la entrevista semiestructurada a periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional. Este instrumento permitirá recoger opiniones, experiencias y percepciones profesionales sobre los criterios editoriales, las rutinas de titulación y las consideraciones éticas presentes en la cobertura de noticias de narcotráfico.

Según Hernández et al. (2014), la entrevista semiestructurada “se apoya en una guía de temas o preguntas previamente definidas, pero ofrece flexibilidad para profundizar en los puntos que el informante considere relevantes” (p. 403).

Para la sistematización cualitativa, las entrevistas serán transcritas de manera literal e íntegra, preservando el lenguaje, las pausas y matices expresivos de los participantes, a fin de garantizar la fidelidad y la validez interpretativa de los testimonios. Posteriormente, se llevará a cabo un proceso de codificación temática, siguiendo el modelo temático–interpretativo propuesto por Braun y Clarke (2006), el cual consiste en identificar, organizar y analizar los patrones recurrentes de significado presentes en los discursos.

En una primera etapa, se elaborará una matriz de categorías predefinidas, construida a partir de las variables e indicadores del cuadro de operacionalización. Entre estas categorías iniciales se incluyen: criterios editoriales para la titulación, presiones informativas o de audiencia, equilibrio entre atractivo y precisión, y consideraciones éticas y profesionales. Estas categorías permitirán mantener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación y con los resultados de la fase cuantitativa.

Durante el análisis, se aplicará también una codificación abierta, que permitirá la emergencia de nuevas categorías o subtemas no previstos inicialmente, como percepciones sobre la competencia mediática, la influencia de las redes sociales o los cambios en las rutinas periodísticas. Estas categorías emergentes se integrarán de manera progresiva en la matriz, favoreciendo una lectura más comprensiva y contextual del fenómeno.

El proceso de sistematización se desarrollará mediante una matriz de análisis temático, donde cada fila corresponderá a una unidad de significado (fragmento de discurso) y las columnas agruparán las categorías analíticas. Este formato facilitará la triangulación de información, lo cual permitirá comparar los discursos de distintos informantes y contrastarlos con los resultados cuantitativos obtenidos en el programa SPSS.

Los resultados cualitativos se presentarán en forma de síntesis categoriales y fragmentos textuales seleccionados, que ilustrarán las percepciones predominantes, las divergencias entre los participantes y los factores contextuales que inciden en las prácticas de titulación periodística. De esta manera, la sistematización cualitativa permitirá explicar e interpretar las tendencias detectadas en la fase cuantitativa, aportando una comprensión más profunda y reflexiva del fenómeno comunicacional estudiado

El Apéndice 2 presenta una propuesta de instrumentos de recolección de información.

4.5 Operacionalización de variables

El siguiente cuadro presenta la operacionalización de las variables y subvariables que orientan el análisis del estudio. En él se especifican sus definiciones conceptuales, operacionales e instrumentales, así como los indicadores utilizados para medir cada dimensión. Esta estructura permite garantizar la coherencia entre los objetivos de la investigación, las variables de estudio y los instrumentos de recolección de datos aplicados, tanto en la fase cuantitativa como en la cualitativa.

Tabla 2. Operacionalización de variables

Subvariable	Definición Conceptual (definición)	Definición Operacional (indicadores)	Definición Instrumental (instrumento que se aplicará)
<p>Nivel informativo del titular (OE1)</p>	<p>Grado en que el titular comunica información precisa, verificable y coherente con el hecho noticioso.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de datos concretos (nombres, cifras, lugares) 2. Existencia de fuentes citadas o referencias verificables 3. Correspondencia entre la información del titular y la del cuerpo de la noticia 4. Claridad del titular respecto al hecho principal 5. Uso de lenguaje informativo frente a interpretativo 6. Inclusión de contexto (qué, quién, dónde, cuándo) 7. Ausencia de juicios de valor o adjetivos calificativos 8. Exactitud factual (datos coinciden con el texto) 9. Proporción de hechos verificables vs. Opinión 10. Claridad del enfoque informativo 	<p>Matriz de análisis de contenido aplicada a titulares y cuerpos de noticias en <i>CR Hoy</i> y <i>Diario Extra</i> (primer cuatrimestre del 2025).</p>
<p>Características y nivel de atracción del titular (OE2)</p>	<p>Grado en que el titular logra captar la atención del público mediante recursos lingüísticos, retóricos o visuales que incrementan su impacto y proximidad con el lector.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Extensión del titular (número de palabras) 2. Tipo de adjetivos 3. Presencia de verbos de acción o impacto 4. Inclusión de cifras o porcentajes llamativos 5. Uso de elementos de dramatización o sorpresa 6. Presencia de apelaciones directas al lector (tú, su, nuestro) 7. Tipo de titular (según función comunicativa) 8. Uso de signos de exclamación o interrogación 9. Elementos de “clickbait” (promesas, suspenso, exageración) 10. Presencia Temática cercana al público meta (proximidad emocional o geográfica) 	<p>Matriz de análisis de contenido aplicada exclusivamente a titulares en <i>CR Hoy</i> y <i>Diario Extra</i> (primer cuatrimestre del 2025).</p>

<p>Proximidad titular– contenido (OE3)</p>	<p>Coherencia y fidelidad temática entre el titular y la información desarrollada en el cuerpo de la noticia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de relación temática entre titular y contenido 2. Fidelidad del enfoque informativo (tema principal coincidente) 3. Correspondencia entre el tono discursivo del titular y del texto 4. Presencia de figuras literarias (¿Cuál?) o distorsiones en relación al contenido 5. Exactitud en los datos destacados por el titular (hechos reales) 6. Inclusión de información que respalda lo afirmado en el titular 7. Omisiones relevantes (hechos omitidos en el texto que figuran en el titular) 8. Correspondencia en la jerarquía informativa (lo más destacado en titular también lo es en el texto) 9. Uso coherente de fuentes o citas en relación con el titular 10. Grado general de proximidad entre titular y contenido 	<p>Matriz comparativa de análisis de contenido aplicada a titulares y textos completos en <i>CR Hoy</i> y <i>Diario Extra</i> (primer cuatrimestre del 2025).</p>
<p>Perspectiva profesional sobre la titulación periodística (OE4)</p>	<p>Valoraciones, experiencias y criterios de periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional, respecto a los factores que influyen en la elaboración de los titulares y su coherencia con los contenidos noticiosos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepción profesional de la coherencia entre titular y contenido. 2. Criterios utilizados para sintetizar o simplificar información en el titular. 3. Justificación de omisiones o énfasis selectivos respecto del cuerpo de la noticia. 4. Influencia de lineamientos editoriales en la formulación del titular. 5. Grado de autonomía del periodista en la titulación. 6. Percepción sobre la relación entre nivel informativo y coherencia. 7. Identificación de tensiones entre precisión informativa y captación de audiencia. 8. Evaluación del impacto del titular en la comprensión del fenómeno del narcotráfico. 9. Riesgos asociados a una coherencia parcial o nivel medio 	<p>Entrevistas semiestructuradas aplicadas a periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional; análisis temático e interpretativo de respuestas.</p>

		de correspondencia titular– contenido. 10. Caracterización del tratamiento editorial del narcotráfico a través de los titulares.	
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

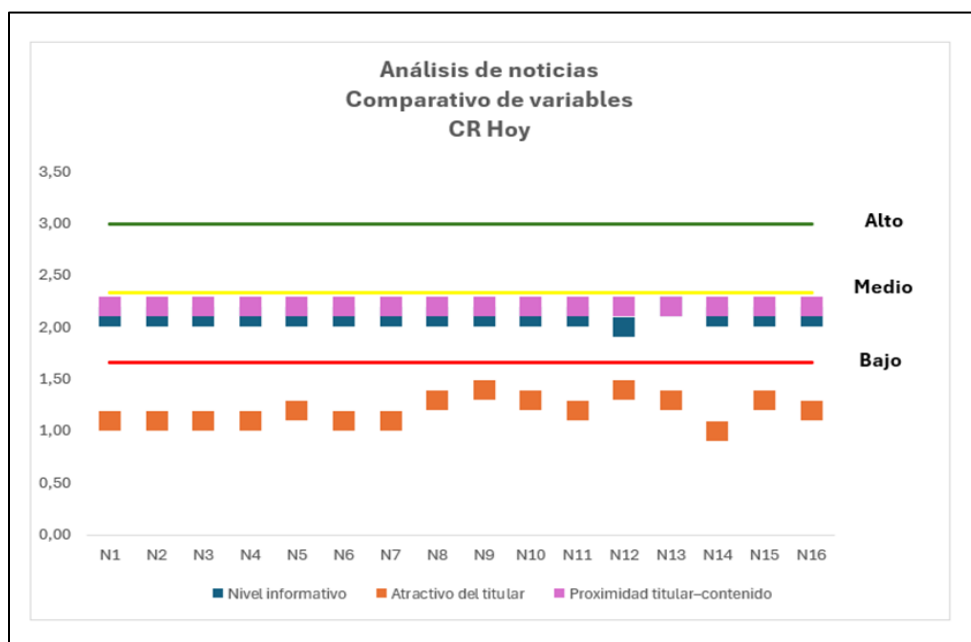
El presente capítulo tiene como finalidad exponer de manera ordenada y objetiva los hallazgos obtenidos a partir del análisis de contenido aplicado a las noticias seleccionadas. En primer lugar, se presenta un análisis gráfico comparativo de las variables consideradas en el estudio: nivel informativo del titular, atractivo del titular y proximidad entre titular y contenido de la noticia. Este análisis descriptivo tiene como finalidad observar el comportamiento de cada variable dentro de los dos medios digitales analizados CR Hoy y Diario Extra, así como identificar patrones generales de distribución en las 16 noticias que conforman el corpus de investigación.

En el Apéndice 3 se visualizan las tablas que dan origen a las siguientes gráficas.

5.1 Resultados análisis comparativo de variables CR Hoy

La Figura 1 permite observar la distribución individual de las 16 noticias analizadas en tres variables: nivel informativo, atractivo del titular y proximidad titular–contenido, organizadas según los rangos bajo, medio y alto previamente definidos en la operacionalización.

Figura 1. Análisis comparativo de variables – CR Hoy



Nota. Elaboración propia a partir de datos procesados en Microsoft Excel.

El nivel informativo de las notas analizadas presentó una marcada concentración en el rango medio. Las puntuaciones de todas las noticias se ubicaron ligeramente por sobre el umbral inferior de este nivel, con variaciones mínimas entre casos. Desde una perspectiva analítica, esta homogeneidad sugiere la existencia de un criterio editorial relativamente estable en la construcción del titular, el uso consistente de información básica suficiente para contextualizar el hecho y la ausencia de titulares altamente desarrollados o con carga explicativa compleja.

De la misma manera, no se registraron casos en el nivel alto, lo cual indica que el medio no profundiza extensivamente en datos contextuales, antecedentes estructurales o elementos analíticos dentro del propio titular. Tampoco se observaron caídas significativas hacia el nivel bajo, lo que descarta deficiencias informativas sistemáticas. Este patrón respalda el hallazgo cuantitativo general: predominio del nivel informativo medio.

En relación con la variable “Atractivo del titular”, los resultados evidenciaron un comportamiento claramente diferenciado respecto de las otras dos variables. Todas las noticias se situaron en el nivel bajo, con leves fluctuaciones internas, pero sin traspasar el umbral hacia nivel medio (Figura 1).

Este resultado da lugar a un predominio de una titulación descriptiva más que persuasiva, una escasa utilización de recursos retóricos, una dramatización o énfasis emocional y una ausencia de estrategias de captación intensiva de audiencia mediante formulaciones impactantes.

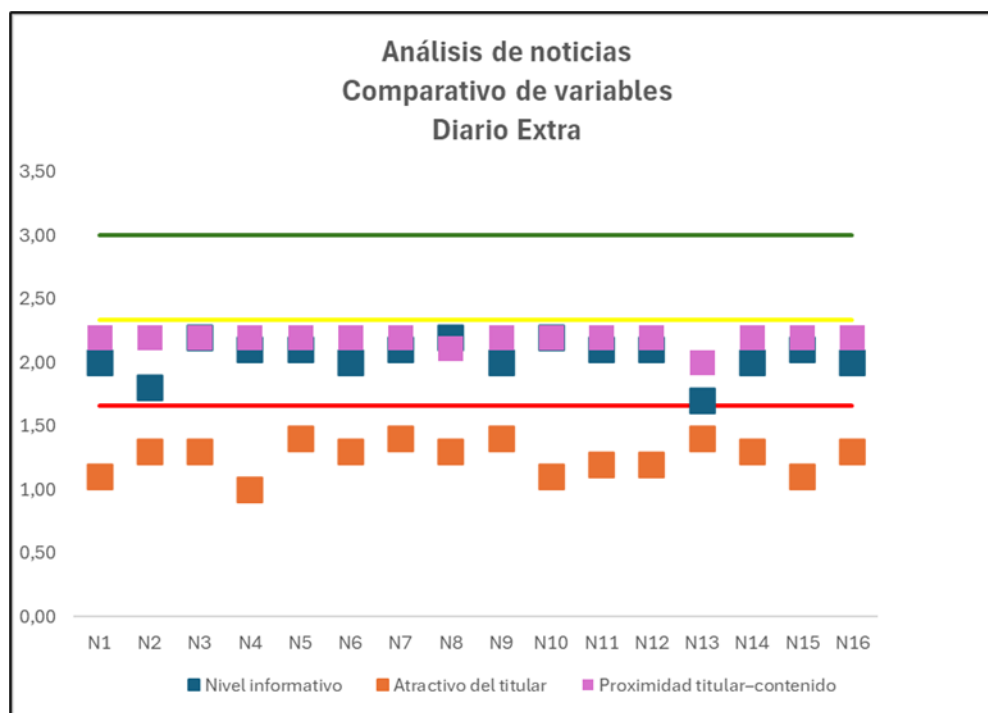
Desde el punto de vista editorial, este comportamiento podría interpretarse como una elección deliberada de sobriedad discursiva, entendida en el marco del análisis del discurso como una forma de construcción lingüística caracterizada por la ausencia de recursos retóricos exagerados, apelaciones emocionales o estrategias sensacionalistas, privilegiando en su lugar una presentación informativa directa y contenida. En este sentido, los titulares analizados tienden a evitar la dramatización del hecho noticioso y mantienen un estilo descriptivo y funcional. Asimismo, su uniformidad refuerza la idea de lineamientos editoriales consistentes más que decisiones aisladas por parte de periodistas individuales.

Por último, en relación con la variable “Proximidad entre titular y contenido” los resultados también se concentraron en el nivel medio, con un comportamiento paralelo al nivel informativo. Los resultados evidenciaron que las noticias presentan coherencia general entre el encabezado y el cuerpo del texto, aunque no alcanzaron niveles altos de correspondencia exhaustiva. Este patrón sugiere que los titulares reflejan de manera adecuada el tema central de la noticia; sin embargo, no incorporan la totalidad de matices desarrollados posteriormente en el texto, de igual manera existe un equilibrio entre síntesis y fidelidad, sin llegar a una coincidencia plena.

5.2 Resultados análisis comparativo de variables – Diario Extra

En el Diario Extra se analizaron 16 noticias, las cuales se evaluaron en las mismas tres variables: nivel informativo, atractivo del titular y proximidad titular–contenido, organizadas según los rangos bajo, medio y alto previamente definidos en la operacionalización (Figura 2).

Figura 2. Análisis comparativo de variables – Diario Extra



Nota. Elaboración propia a partir de datos procesados en Microsoft Excel.

En relación con la variable “Nivel informativo” se debe señalar que las noticias analizadas se posicionaron mayoritariamente en el rango medio, aunque presentaron mayor variabilidad que en el caso de CR Hoy; destacan algunos casos situados en el límite inferior del nivel medio, así como al menos una noticia desciende hacia el rango bajo, además de oscilaciones más marcadas entre las distintas publicaciones.

Este comportamiento sugiere una menor homogeneidad editorial respecto al otro medio. Si bien el estándar general se mantuvo en nivel medio, la dispersión indica que el desarrollo informativo del titular no es completamente uniforme y depende del tipo de caso, de la magnitud del hecho o decisiones puntuales de redacción.

No se registraron titulares en nivel alto, lo cual confirma que tampoco en este medio se prioriza una ampliación contextual significativa dentro del encabezado.

En relación con la variable “Atractivo del titular” los resultados se ubicaron predominantemente en el nivel bajo, aunque con mayor amplitud interna que en CR Hoy, se observaron variaciones entre valores cercanos a 1,0 y aproximaciones al límite superior del nivel bajo, algunos casos que se aproximan al rango medio sin alcanzarlo formalmente.

Esto indica que, aunque el atractivo aún es bajo en términos generales, Diario Extra presenta una leve mayor fluctuación en el uso de recursos llamativos. Sin embargo, no se configura un patrón sistemático de espectacularización.

En términos analíticos, el medio mantiene una línea moderada en el tratamiento del narcotráfico, sin recurrir de forma consistente a estrategias intensivas de captación emocional.

Por último, la variable “Proximidad entre titular y contenido” también se concentró en el nivel medio, pero nuevamente con mayor dispersión que en CR Hoy. Los resultados permitieron observar la existencia de variaciones entre titulares con mayor correspondencia y otros con coincidencia más limitada, al menos un caso que se aproxima al límite inferior del rango medio.

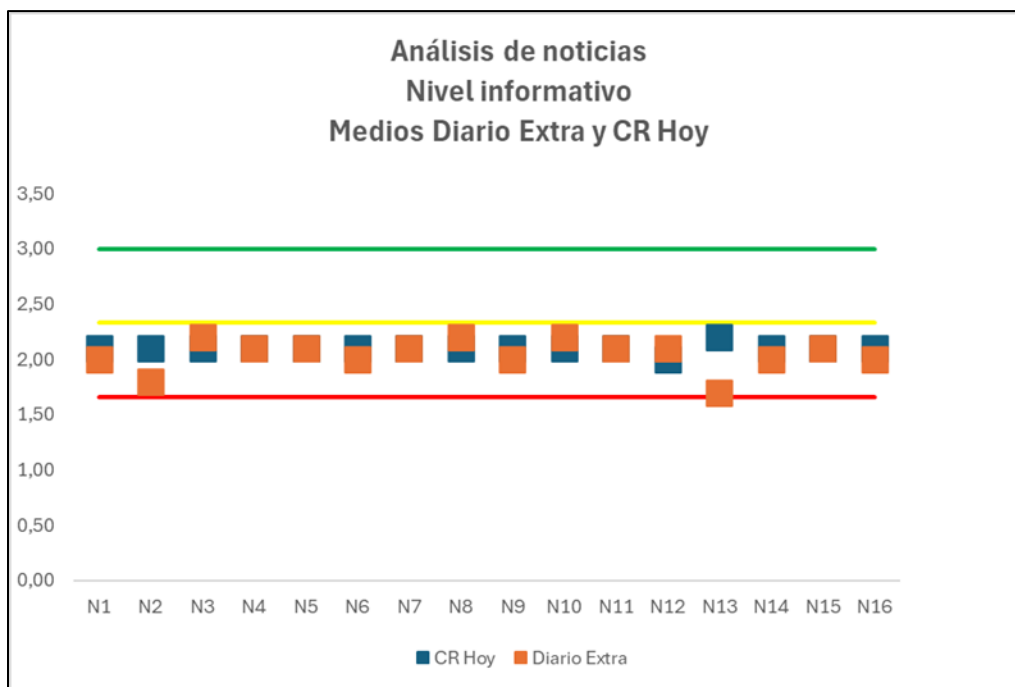
Este comportamiento evidencia que, si bien existe una coherencia general, no todos los titulares mantienen el mismo grado de fidelidad respecto del contenido desarrollado en la noticia. En términos estructurales, la coherencia media se confirma, pero con menor estabilidad interna.

5.3. Resultados análisis comparativo por variable de CR Hoy vs. Diario Extra

5.3.1. Nivel informativo CR Hoy vs. Diario Extra

Se elaboró un análisis del nivel informativo de las 16 noticias analizadas en ambos medios, esto permitió observar simultáneamente el comportamiento de cada uno dentro de los rangos bajo, medio y alto establecidos en la operacionalización. La Figura 3 presenta la distribución del nivel informativo

Figura 3. Análisis comparativo del nivel informativo CR Hoy vs. Diario Extra



Nota. Elaboración propia a partir de datos procesados en Microsoft Excel.

En términos globales, tanto CR Hoy como Diario Extra concentraron la totalidad de sus noticias en el rango medio, sin alcanzar el nivel alto ni descender de forma sistemática al nivel bajo. Este comportamiento confirma el hallazgo estructural ya identificado en el análisis individual de cada medio, donde predomina un estándar informativo moderado, no se evidenciaron titulares con ampliación contextual significativa, ni tampoco se observaron déficits informativos recurrentes.

El fenómeno del narcotráfico, por tanto, es abordado mediante titulares que contienen información básica suficiente, pero sin incorporar desarrollo analítico profundo. Si comparamos la estabilidad interna, aun cuando ambos medios se ubicaron mayoritariamente en nivel medio, el gráfico permite identificar diferencias sutiles como las siguientes:

- CR Hoy muestra mayor estabilidad interna, con valores muy próximos entre sí.
- Diario Extra presenta mayor variabilidad, con algunas noticias acercándose al límite inferior del rango medio e incluso aproximándose al nivel bajo en casos específicos.

Esta última diferencia sugiere que CR Hoy mantiene una línea editorial más homogénea en la construcción informativa del titular, mientras que Diario Extra, evidencia ligeras fluctuaciones dependiendo del caso.

Por otra parte, hay un elemento particularmente relevante, el cual corresponde a la inexistencia de titulares en nivel alto en ambos medios, esto implica que ningún titular incorpora de manera significativa antecedentes estructurales, contexto ampliado o explicaciones complejas, la función del titular se mantiene en un plano descriptivo y sintético y no se privilegia una dimensión analítica en el encabezado.

Desde una perspectiva metodológica, esta ausencia de valores altos reduce la dispersión de la variable, lo cual puede incidir en la debilidad de las correlaciones detectadas en el análisis estadístico.

Si se ejecuta un análisis por noticia (N1–N16), se aprecia que en la mayoría de los casos ambos medios presentaron valores muy próximos entre sí. No se registraron divergencias

estructurales amplias que señalen enfoques radicalmente distintos en la construcción informativa del titular.

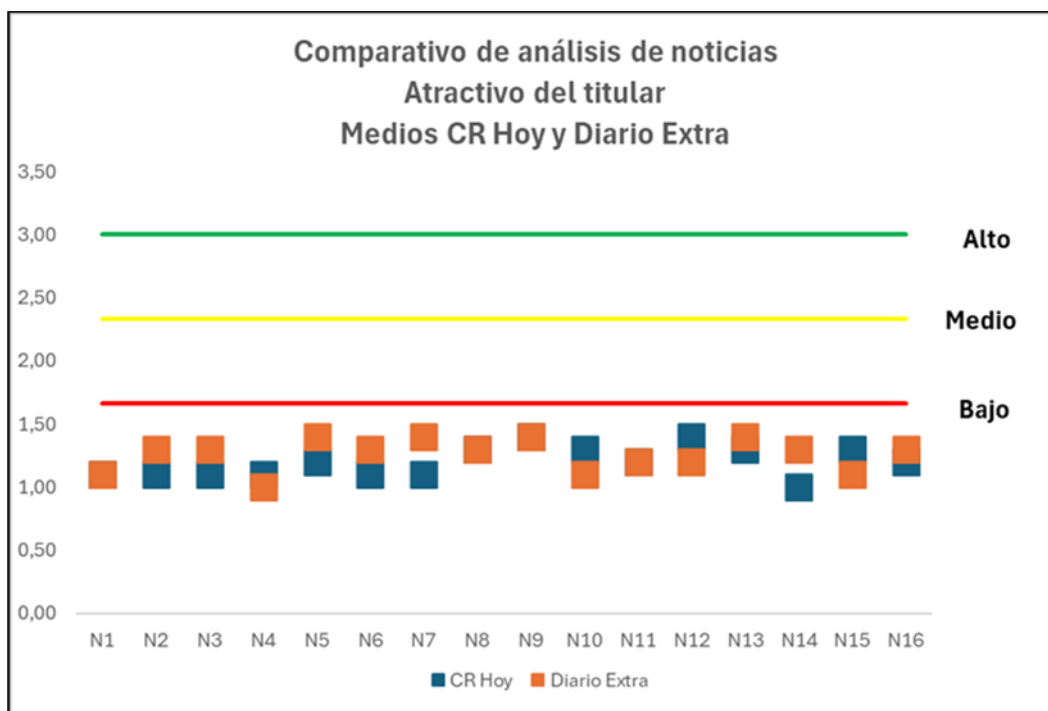
En términos comparativos:

- No existe un medio que destaque sistemáticamente por ofrecer titulares más informativos.
- Las diferencias son puntuales y de baja magnitud.

5.3.2. Resultados nivel del atractivo del titular CR Hoy vs. Diario Extra

Se desarrolló un análisis comparativo del nivel de atractivo del titular, la Figura 4 presenta la distribución de la variable en las 16 noticias analizadas en ambos medios, organizadas según los rangos bajo, medio y alto definidos en la escala de medición.

Figura 4. Análisis comparativo del atractivo del titular CR Hoy vs. Diario Extra



Nota. Elaboración propia a partir de datos procesados en Microsoft Excel.

Al respecto se debe señalar que, en ambos medios, la totalidad de los valores se concentra en el rango bajo, ninguna noticia alcanzó el nivel medio ni alto de atractivo. Este patrón evidencia que, el atractivo no constituye un eje central en la construcción del titular, además no se observaron estrategias sistemáticas de dramatización o intensificación retórica, la cobertura del narcotráfico mantiene un tono relativamente sobrio en ambos medios. La coincidencia en este comportamiento sugiere una convergencia editorial en la forma de titular este tipo de noticias.

Junto con lo anterior, se debe señalar que aunque ambos medios permanecen dentro del nivel bajo, el gráfico permite identificar diferencias sutiles:

- Diario Extra presenta valores ligeramente superiores en varias noticias, acercándose más al límite superior del rango bajo.
- CR Hoy muestra mayor estabilidad, con menor oscilación entre casos.
- En algunas noticias específicas, Diario Extra supera levemente a CR Hoy en atractivo, pero sin alcanzar el nivel medio.

Estas diferencias no son estructuralmente amplias, pero indican que Diario Extra podría utilizar en ocasiones formulaciones un poco más llamativas, aunque sin configurar un patrón consistente de dramatización.

Respecto a la variabilidad interna, la dispersión en ambos medios es limitada, es decir no existen titulares que se distancien de manera significativa del resto.

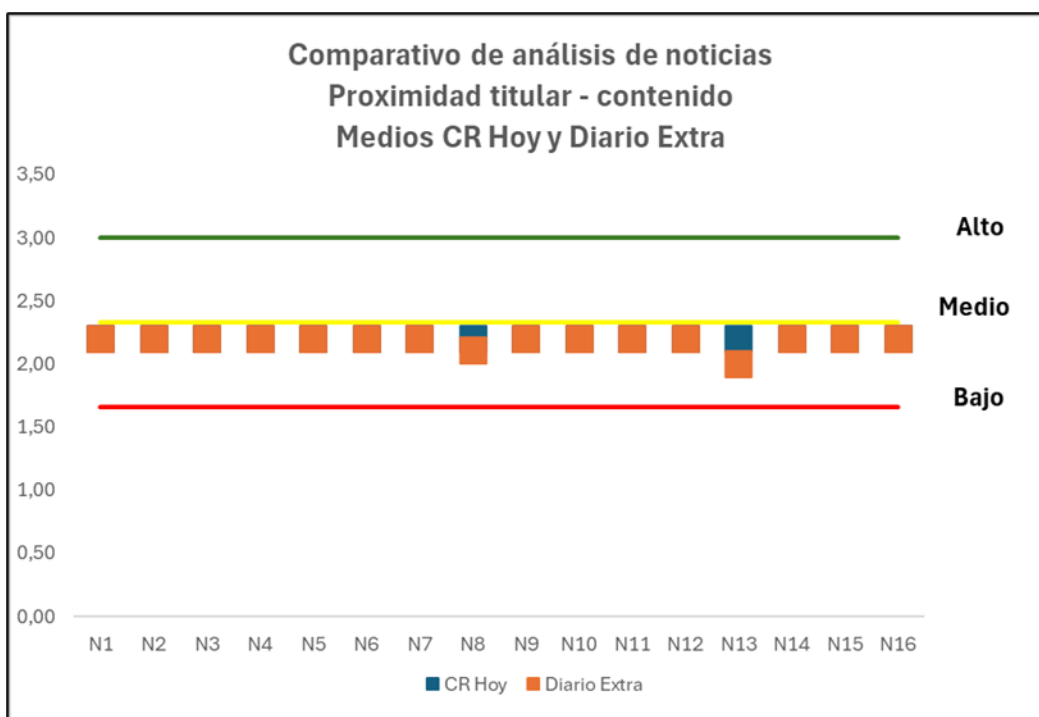
Señalar además, que la inexistencia de valores en los niveles medio o alto resulta significativa, pues implica que ningún medio recurre de manera sistemática a recursos de alto impacto, no se detectaron titulares con carga emocional intensa, exageración o formulaciones altamente sugestivas, el fenómeno del narcotráfico no es tratado, en términos de titulación, bajo una lógica abiertamente sensacionalista.

Por último, desde una perspectiva interpretativa, ambos medios parecen optar por una estrategia de contención discursiva, pues priorizan la función informativa por sobre la captación intensiva de audiencia.

5.3.3. Resultados nivel proximidad titular–contenido CR Hoy vs. Diario Extra

La Figura 5 muestra la distribución de las 16 noticias analizadas en ambos medios en relación con el grado de correspondencia entre el titular y el contenido de la noticia, según los niveles bajo, medio y alto definidos en la escala de medición.

Figura 5. Análisis comparativo de la proximidad titular–contenido CR Hoy vs. Diario Extra



Nota. Elaboración propia a partir de datos procesados en Microsoft Excel.

El análisis permite evidenciar que, en ambos medios, la totalidad de las noticias se ubicaron en el nivel medio de proximidad, no se registraron casos en nivel alto ni descensos sistemáticos hacia el nivel bajo. Este patrón indica que, los titulares reflejan adecuadamente el contenido general de la noticia, existe correspondencia temática entre encabezado y desarrollo textual.

Sin embargo, no se alcanzó una coincidencia exhaustiva o ampliada que permita clasificar la relación como alta. El tratamiento discursivo se caracteriza, por tanto, por una coherencia funcional, aunque no plenamente desarrollada.

Al comparar de forma visual ambas series, se observan diferencias mínimas:

- CR Hoy presenta una ligera estabilidad en la mayoría de las noticias.
- Diario Extra muestra leves oscilaciones, incluyendo un caso que se aproxima al límite inferior del nivel medio.

No obstante, estas variaciones no configuran una divergencia estructural entre medios. Ambos mantienen un comportamiento muy similar en esta dimensión. No se identificó un medio que sistemáticamente supere al otro en coherencia titular–contenido.

En relación con la variabilidad interna, la dispersión en ambos medios es baja, las puntuaciones se concentraron en un rango estrecho dentro del nivel medio.

Desde una perspectiva metodológica, esta baja variabilidad tiene implicancias importantes, como reducir la posibilidad de encontrar correlaciones fuertes con otras variables, indicar homogeneidad editorial en la relación entre titular y contenido y sugiere estandarización en la práctica de titulación. La coherencia media parece responder a una lógica editorial común, más que a decisiones aisladas o casos excepcionales.

Junto con lo anterior, hay inexistencia de titulares en nivel alto, lo cual implica que ningún medio incorpora en el encabezado todos los matices desarrollados posteriormente en el cuerpo de la noticia, el titular cumple una función de síntesis temática, pero no de representación completa y se privilegia la economía discursiva sobre la exhaustividad.

5.4. Resultados del análisis correlacional

En coherencia con el objetivo general de analizar la relación entre los titulares de noticias sobre narcotráfico y sus contenidos informativos, se desarrolló un análisis correlacional mediante el coeficiente de Pearson entre las siguientes variables en las noticias publicadas por los medios analizados:

- Nivel informativo ↔ Proximidad
- Atractivo ↔ Proximidad
- Nivel informativo ↔ Atractivo

Este procedimiento permite evaluar empíricamente el grado de asociación entre las dimensiones analizadas, contribuyendo a responder el objetivo general del estudio.

Con el fin de complementar la estimación de las correlaciones y fortalecer la interpretación estadística de los resultados, se aplicó un procedimiento de bootstrap con 1000 re-muestréos, orientado a la estimación de intervalos de confianza al 95 %. El bootstrap es una técnica de re-muestreo que permite generar múltiples muestras a partir de los datos originales, con el objetivo de estimar la estabilidad y precisión de los coeficientes obtenidos, especialmente en contextos de tamaño muestral reducido.

5.4.1. Análisis correlacional entre el nivel informativo del titular y la proximidad titular–contenido en Diario Extra

Se elaboró un análisis correlacional entre las variables nivel informativo del titular y proximidad titular–contenido en las noticias publicadas por el medio digital Diario Extra. El análisis se efectuó considerando los valores promedio continuos por noticia, con un tamaño muestral de dieciséis unidades de análisis ($N = 16$).

Tabla 3. Correlación nivel informativo y proximidad titular–contenido Diario Extra

	Intervalo de confianza a 95 %	Proximidad titular contenido Diario Extra
	Correlación de Pearson	0,500*
Nivel informativo Diario Extra	Sig. (bilateral)	0,049
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

Los resultados expuestos en la Tabla 3, evidencian la existencia de una correlación positiva de magnitud moderada entre ambas variables ($r = 0,500$), lo cual indica que, a medida que aumenta el nivel informativo del titular, tiende también a incrementarse el grado de proximidad entre el titular y el contenido desarrollado en el cuerpo de la noticia. Este hallazgo sugiere que los titulares con una mayor carga informativa presentan una correspondencia más estrecha con el desarrollo informativo posterior, lo cual refuerza la coherencia interna del discurso periodístico.

Desde el punto de vista estadístico, la correlación observada resulta significativa al nivel de 0,05 ($p = 0,049$, bilateral), esto permite aceptar la hipótesis de presencia de relación lineal entre las variables analizadas. Si bien el valor de significancia se sitúa cercano al umbral crítico, su cumplimiento refuerza la validez del resultado, especialmente si se considera el tamaño reducido de la muestra.

Desde una perspectiva interpretativa, este resultado adquiere especial relevancia para la hipótesis de investigación, en tanto confirma empíricamente que, en Diario Extra, el nivel informativo del titular se encuentra vinculado de manera directa con su correspondencia respecto del contenido noticioso. Ello sugiere que, al menos en esta dimensión, el titular no opera solo como un recurso de captación inicial del lector, sino que cumple una función estructural en la organización del discurso informativo, articulando de manera coherente el encabezado con el desarrollo del texto.

Este hallazgo resulta consistente con los análisis descriptivos previos, los cuales evidenciaban una proximidad titular–contenido de nivel medio, aunque con mayor dispersión interna. La correlación positiva observada permite matizar dicha dispersión y muestra que, cuando

el titular incrementa su densidad informativa, la relación con el contenido tiende a fortalecerse, reduciendo la distancia entre ambos componentes del mensaje periodístico.

5.4.2. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y la proximidad titular–contenido en Diario Extra

Con el propósito de profundizar en la relación entre las estrategias discursivas de captación del lector y la coherencia informativa del discurso periodístico, se analizó la asociación entre el nivel de atracción del titular y la proximidad titular–contenido en las noticias sobre narcotráfico publicadas por el medio digital Diario Extra.

Tabla 4. Correlación nivel de atracción y la proximidad titular–contenido Diario Extra

	Intervalo de confianza a 95 %	Proximidad titular contenido Diario Extra
	Correlación de Pearson	-0,323
Nivel atracción Diario Extra	Sig. (bilateral)	0,223
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

Los resultados obtenidos muestran en la Tabla 4, un coeficiente de correlación negativo de magnitud baja a moderada ($r = -0,323$). Desde un punto de vista descriptivo, este valor sugiere una tendencia inversa, en la cual titulares con mayor carga atractiva tienden a presentar una menor proximidad con el contenido informativo desarrollado en el cuerpo de la noticia. Sin embargo, dicha asociación no alcanza significación estadística ($p = 0,223$), por lo que no es posible afirmar la existencia de una relación lineal estadísticamente significativa entre ambas variables.

Desde una perspectiva analítica, este resultado indica que, en Diario Extra, el uso de recursos orientados a captar la atención del lector no garantiza una mayor coherencia entre el titular y el contenido, ni permite sostener empíricamente que la función atractiva del titular fortalezca la relación titular–cuerpo. En consecuencia, la dimensión atractiva del titular no se configura como

un predictor significativo de la proximidad informativa, sino como una estrategia discursiva cuya relación con el contenido resulta contingente y no sistemática.

5.4.3. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en Diario Extra

Se examinó la relación entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en las noticias sobre narcotráfico publicadas por Diario Extra, con el objetivo de explorar la articulación entre las funciones informativa y apelativa del encabezado periodístico.

Tabla 5. Correlación nivel de atracción y el nivel informativo del titular Diario Extra

Intervalo de confianza a 95 %		Nivel informativo Diario Extra
	Correlación de Pearson	-0,346
Nivel atracción Diario Extra	Sig. (bilateral)	0,190
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

El coeficiente obtenido ($r = -0,346$) indica una tendencia negativa de magnitud moderada; esto sugiere, en términos descriptivos, que titulares con mayor atractivo discursivo tienden a presentar una menor densidad informativa (Tabla 5). No obstante, esta relación no resulta estadísticamente significativa ($p = 0,190$), por lo que no es posible sostener, en el plano inferencial, la existencia de una asociación lineal entre ambas variables.

Cabe destacar que la ausencia de significancia estadística no invalida la relevancia analítica del resultado, sino que invita a una interpretación cautelosa, considerando el contexto muestral y el carácter exploratorio de esta correlación. En este sentido, la relación entre nivel informativo y atractivo del titular cumple una función explicativa complementaria, pues aporta profundidad al análisis de las estrategias de titulación empleadas por el medio, sin constituir el eje central del contraste de la hipótesis

5.4.4. Análisis correlacional entre el nivel informativo del titular y la proximidad titular–contenido en CR Hoy

En el caso de CR Hoy, no fue posible calcular el coeficiente de correlación de Pearson entre el nivel de atracción del titular y la proximidad titular–contenido (Tabla 6), debido a que una de las variables presentó valores constantes en la muestra analizada. La ausencia de variabilidad impide la estimación de una correlación lineal, lo que sugiere una alta estandarización en el uso de recursos discursivos y en la correspondencia entre titular y contenido en este medio.

Tabla 6. Correlación nivel informativo y la proximidad titular–contenido en CR Hoy

	Intervalo de confianza a 95 %	Proximidad titular contenido CR Hoy
	Correlación de Pearson	-
Nivel informativo CR Hoy	Sig. (bilateral)	-
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

Este resultado refuerza los hallazgos descriptivos previos, que evidenciaban una notable homogeneidad en las estrategias de titulación de CR Hoy, particularmente en la dimensión atractiva del titular, la cual no muestra fluctuaciones suficientes como para establecer asociaciones estadísticas con otras variables.

5.4.5. Análisis correlacional entre la proximidad titular–contenido y el nivel de atracción del titular en CR Hoy

Con el propósito de examinar empíricamente si las estrategias discursivas orientadas a la atracción del público se asocian con el grado de correspondencia entre el titular y el contenido informativo, se intentó estimar la correlación entre la variable proximidad titular–contenido y la variable nivel de atracción del titular en el medio digital CR Hoy.

Tabla 7. Correlación proximidad titular–contenido y el nivel de atracción en CR Hoy

	Intervalo de confianza a 95 %	Nivel atracción CR Hoy
	Correlación de Pearson	-
Proximidad titular CR Hoy	Sig. (bilateral)	-
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

Sin embargo, se evidencia en la Tabla 7 que el software estadístico indica explícitamente que no se puede calcular la correlación porque al menos una de las variables presenta valores constantes, esta condición impide la estimación del coeficiente de Pearson. Desde el punto de vista estadístico, el resultado tiene un significado técnico preciso: una variable constante posee una desviación estándar igual a cero, y, por tanto, no existe dispersión que permita calcular covariación ni relación lineal; en consecuencia, el coeficiente de correlación se vuelve indefinible. La misma razón explica por qué SPSS no entrega significancia (p), error estándar ni intervalos de confianza bootstrap, y además reporta que el cálculo del intervalo al 95 % no es viable bajo estas condiciones.

Más allá del aspecto técnico, esta imposibilidad de cálculo constituye un hallazgo metodológicamente informativo respecto del comportamiento editorial de CR Hoy. En términos analíticos, la constancia sugiere una estandarización intensa en la variable o variables involucradas: o bien el nivel de atracción del titular se mantiene prácticamente invariable en el conjunto de noticias analizadas, o bien la proximidad titular–contenido se sostiene de manera tan uniforme que no permite observar diferencias entre unidades. En ambos escenarios, el resultado revela un patrón discursivo altamente estable, coherente con lo ya observado en los análisis descriptivos previos del medio, donde la homogeneidad de los puntajes se manifestó como un rasgo característico.

En el marco de la hipótesis de investigación la cual plantea que los titulares configuran estrategias discursivas no solo a informar, sino también a captar atención, este resultado se interpreta como una evidencia de que, en CR Hoy, la dimensión atractiva del titular no opera como una palanca variable ajustada en función del contenido o de la relación titular–cuerpo, al menos

dentro del corpus estudiado. En lugar de ello, parece existir un esquema de titulación donde la atracción se mantiene dentro de márgenes fijos o muy controlados, esto hace que el examen correlacional entre atracción y proximidad no sea pertinente por ausencia de variabilidad empírica. Este punto no contradice la hipótesis, pero sí la matiza: la “estrategia” en CR Hoy no se expresa como oscilación en el atractivo o en la proximidad, sino como un estilo de titulación relativamente normado, con poca elasticidad interna.

5.4.6. Análisis correlacional entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en CR Hoy

Por último, se analizó la relación entre el nivel de atracción del titular y el nivel informativo del titular en CR Hoy mediante el coeficiente de correlación de Pearson (Tabla 8). El coeficiente obtenido ($r = -0,151$) indica una asociación negativa de magnitud muy débil, la cual no resulta estadísticamente significativa ($p = 0,577$).

Tabla 8. Correlación entre el nivel de atracción y el nivel informativo del titular en CR Hoy

	Intervalo de confianza a 95 %	Nivel informativo CR Hoy
	Correlación de Pearson	-0.151
Nivel atracción CR Hoy	Sig. (bilateral)	0.577
	N	16

Nota. Resultados obtenidos desde el programa estadístico SSPS.

Desde una perspectiva estadística, este resultado evidencia que no existe una relación lineal relevante entre ambas variables dentro del conjunto de titulares analizados en este medio. En términos prácticos, la variación en el nivel de atracción del titular no se asocia de manera sistemática con cambios en su nivel informativo, esto sugiere que ambas dimensiones operan de forma independiente dentro de la estructura de titulación observada.

Desde el punto de vista analítico, los resultados sugieren que, en CR Hoy, las funciones informativa y atractiva del titular responden a criterios editoriales diferenciados, sin que una de ellas influya de manera sistemática sobre la otra. En consecuencia, el atractivo del titular no parece utilizarse como un mecanismo para aumentar o reducir la carga informativa del encabezado, sino que ambas dimensiones se desarrollan de manera relativamente autónoma dentro de la construcción del titular.

Este comportamiento contrasta con otros casos del análisis, particularmente con algunas relaciones observadas en Diario Extra donde se identificaban vínculos más evidentes entre ciertas dimensiones del titular. En el caso de CR Hoy, en cambio, los resultados sugieren una independencia funcional entre el componente informativo y el atractivo del encabezado, lo que apunta a una titulación más estable en términos de su estructura discursiva.

Análisis integrado de los resultados en función de los objetivos de investigación

En relación con **el primer objetivo específico**, se determinó el nivel informativo de los titulares en las noticias sobre narcotráfico publicadas por los medios CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025, en relación con la información desarrollada en sus contenidos.

Los resultados cuantitativos evidencian una predominancia sostenida del nivel medio en ambos medios analizados, esto significa que los encabezados incorporan información básica del hecho noticioso, pero sin desarrollar elementos contextuales o explicativos más amplios. Este comportamiento, lejos de ser un resultado neutro, permite identificar una lógica estructural en la construcción del titular periodístico, donde se privilegia la síntesis por sobre la profundidad informativa.

Este patrón se observa claramente en la noticia de CR Hoy “Detienen a exjugador de fútbol en Turrialba por venta de droga” (CR Hoy, 18 de marzo de 2025), donde el titular permite identificar de manera inmediata el hecho, el sujeto y el lugar, pero omite cualquier referencia a antecedentes, causas o implicancias del fenómeno. En este sentido, el titular cumple con una función informativa mínima suficiente, pero no con una función interpretativa o contextualizadora.

Figura 6. Titular informativo sobre narcotráfico



Nota. CRHoy.com, 2025.

La situación adquiere mayor complejidad al contrastarse con el caso de Diario Extra “Vea como [sic] escondían la droga en un contenedor” (Diario Extra, 24 de marzo de 2025). Este titular obtuvo una puntuación en el indicador de nivel informativo, que lo ubicó dentro del rango bajo de la escala utilizada en la investigación, evidenciando una selección discursiva centrada en un aspecto específico del hecho. Este contraste permite observar que, incluso dentro del nivel medio predominante, existen gradientes del nivel informativo los cuales dependen de la estrategia editorial adoptada.

Figura 7. Titular apelativo en noticia sobre narcotráfico



Nota. Diario Extra, 2025.

Desde el punto de vista discursivo, el titular presenta una estructura particular, pues no incorpora de manera explícita algunos de los elementos informativos tradicionalmente presentes en el encabezado de una noticia como el lugar del operativo, la autoridad responsable del procedimiento o la magnitud del decomiso. En cambio, recurre a una formulación apelativa dirigida al lector mediante la expresión “Vea como [*sic*]”, la cual introduce un componente narrativo que busca generar curiosidad sobre el procedimiento utilizado para ocultar la droga. Este tipo de construcción discursiva prioriza un elemento específico del acontecimiento la forma en que la droga fue escondida como eje central del titular.

Desde el análisis correlacional, la relación positiva entre nivel informativo y proximidad titular–contenido en Diario Extra refuerza la idea de que la densidad informativa del titular no solo cumple una función descriptiva, sino que también estructura la coherencia del discurso periodístico. Sin embargo, este hallazgo entra en tensión con la evidencia cualitativa, pues los entrevistados no necesariamente plantean el nivel informativo como un objetivo prioritario en sí mismo, sino como un componente subordinado a la captación del lector.

En este sentido, Wilmer Madrigal, periodista entrevistado del Diario Extra, señala que el titular debe “enganchar al lector y brindar un dato relevante”, esto implica que la selección informativa no responde únicamente a criterios de completitud, sino a criterios de relevancia percibida. Esta afirmación permite reinterpretar el predominio del nivel medio no como una limitación, sino como una consecuencia de un proceso de jerarquización informativa.

Desde esta perspectiva, la selección de un detalle específico del acontecimiento como eje del titular puede entenderse como una estrategia discursiva orientada a despertar el interés del público sin necesariamente comprometer la fidelidad informativa del contenido periodístico.

Asimismo, Any Pérez, profesional en Comunicación, periodista y profesora de la Universidad de Costa Rica (UCR), introduce un elemento clave al señalar que la inmediatez del entorno digital condiciona la construcción del titular y limita la posibilidad de incorporar mayor densidad informativa. Esta perspectiva permite comprender que la ausencia de titulares altamente informativos no responde solo a decisiones editoriales, sino también a restricciones estructurales del ecosistema mediático.

De este modo, el hallazgo cuantitativo se complejiza al ser confrontado con el discurso de los periodistas: el nivel informativo medio no es simplemente un resultado, sino la expresión de una tensión entre síntesis, relevancia e inmediatez.

Respecto **al segundo objetivo específico** se logró obtener las características lingüísticas y discursivas de los titulares, así como su nivel de atracción para el público meta, en las noticias sobre narcotráfico publicadas por CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025.

El análisis del nivel de atracción revela uno de los hallazgos más consistentes del estudio: la predominancia absoluta del nivel bajo en ambos medios. Este resultado indica una ausencia sistemática de recursos discursivos orientados a la espectacularización, lo que sugiere una práctica periodística caracterizada por la contención expresiva y la sobriedad discursiva.

Este comportamiento puede observarse en la noticia de Diario Extra “OIJ detiene a uno de los más buscados por homicidio y tráfico ilícito”, (Diario Extra, 12 febrero 2025) donde el titular incorpora un elemento potencialmente llamativo, la condición del sujeto como “uno de los más buscados”, pero lo hace dentro de una estructura informativa directa, sin recurrir a exageraciones. En este sentido, el atractivo se construye desde la relevancia del dato y no desde su dramatización.

Figura 8. Titular con elemento de atracción en noticia sobre narcotráfico



Nota. Diario Extra, 2025.

Este tipo de formulación construye un marco interpretativo que sitúa la acción policial como un logro significativo dentro de la lucha contra el crimen organizado; además, refuerza la

percepción de eficacia institucional y otorga centralidad al perfil del detenido como figura relevante dentro del fenómeno delictivo

Sin embargo, este hallazgo entra en una tensión interesante al ser confrontado con las entrevistas. Por una parte, los periodistas reconocen explícitamente la importancia de captar la atención del lector, lo cual podría sugerir la utilización de estrategias más apelativas. No obstante, los resultados muestran que dicha captación se ejecuta dentro de márgenes controlados.

Daniel Córdoba, periodista entrevistado de CR Hoy, señala que es válido destacar “detalles que llaman la atención del lector”, esto coincide con el uso de elementos específicos en los titulares analizados. Sin embargo, Bharley Quirós, jefe de Información de Diario Extra, introduce un matiz fundamental al advertir sobre el riesgo de caer en el sensacionalismo, en especial en temas como el narcotráfico. Esta tensión entre atraer y no distorsionar se refleja directamente en los datos, donde el atractivo se mantiene bajo a pesar de la necesidad de captar audiencia.

Desde el análisis correlacional, la ausencia de relaciones significativas entre el atractivo y las demás variables refuerza la idea de que esta dimensión no opera como eje estructurador del titular. Más bien, parece funcionar como un componente subordinado, regulado por criterios éticos y editoriales.

En consecuencia, el titular analizado evidencia cómo el periodismo de sucesos recurre a mecanismos de selección y jerarquización de información para condensar en pocas palabras los elementos más relevantes del acontecimiento. La mención del estatus criminal del detenido opera como un recurso narrativo para dimensionar la importancia del operativo policial y, al mismo tiempo, generar interés informativo en la audiencia. Esta práctica refleja una tensión inherente al proceso de titulación periodística: la necesidad de sintetizar información compleja en un espacio limitado, manteniendo al mismo tiempo claridad, relevancia y capacidad de captación del lector.

El análisis de la proximidad entre titular y contenido, correspondiente al **tercer objetivo específico** del presente estudio, evidencia un patrón de coherencia media–alta en ambos medios, con valores que se mantienen en torno a 2,20 en CR Hoy y 2,18 en Diario Extra. Este comportamiento indica que, pese a la síntesis inherente al titular, los medios logran mantener una

correspondencia adecuada entre el encabezado y el desarrollo informativo de las noticias, lo que refuerza la fidelidad del discurso periodístico.

En el caso de Diario Extra, este comportamiento puede observarse en la noticia “Vea como [sic] escondían la droga en un contenedor”, donde el titular enfatiza un aspecto específico del acontecimiento, el método de ocultamiento de la droga, lo cual efectivamente se desarrolla en el contenido de la noticia. En este sentido, aunque el titular no incorpora todos los elementos del hecho, la selección de este ángulo narrativo no implica una distorsión, sino una forma de sintetizar el evento a partir de un componente relevante.

Por su parte, en el medio CR Hoy, este patrón se evidencia en la noticia “Capturan a integrantes de una banda que vendía droga en Jacó”, donde el titular presenta de manera directa el hecho principal, los sujetos involucrados y el contexto del delito.

Figura 9. Titular con correspondencia titular–contenido



Nota. CRHoy.com, 2025.

En este caso, el contenido desarrolla precisamente la captura de los integrantes de la banda y su vinculación con la venta de droga en el lugar indicado, lo que permite observar una correspondencia clara entre ambas unidades discursivas. Este tipo de construcción resulta representativo del comportamiento homogéneo observado en el medio, donde los titulares mantienen una relación consistente con el contenido informativo.

Desde el análisis correlacional, la asociación positiva entre el nivel informativo y la proximidad titular–contenido, en particular en el caso de Diario Extra, refuerza la idea de que la coherencia entre ambas dimensiones depende principalmente de la cantidad de información

incorporada en el titular. En este sentido, la proximidad no constituye una variable independiente, sino una consecuencia de la estructura informativa del encabezado.

No obstante, al confrontar estos resultados con las entrevistas, emerge una dimensión interpretativa relevante. Los periodistas reconocen que el titular implica necesariamente un proceso de simplificación del hecho noticioso, lo cual podría generar cierto grado de distancia respecto del contenido. En este sentido, el periodista Daniel Córdoba señala que el titular puede enfatizar determinados elementos del acontecimiento y esto implica una selección parcial de la información.

Sin embargo, esta simplificación no es arbitraria, sino que se encuentra regulada por un principio ético fundamental: la veracidad. El periodista Bharley Quirós enfatiza que el titular no debe inducir a error ni generar expectativas falsas en el lector, lo cual establece un límite claro a la distancia que puede existir entre titular y contenido. Esta perspectiva permite comprender por qué, a pesar de la síntesis discursiva, los niveles de proximidad se mantienen elevados.

De este modo, la coherencia media–alta observada en ambos medios no solo refleja una práctica discursiva consistente, sino también una lógica editorial orientada a equilibrar la función de síntesis del titular con la necesidad de preservar la fidelidad informativa. En este equilibrio, el titular logra condensar el acontecimiento sin comprometer la credibilidad del contenido, configurándose como una pieza clave dentro de la construcción del discurso periodístico sobre narcotráfico.

Por último, y en relación con el cumplimiento del cuarto **objetivo específico**, se obtuvieron las percepciones de especialistas sobre el impacto de los titulares. El análisis de las entrevistas permite comprender que los titulares no solo constituyen una unidad informativa, sino también un dispositivo central en la construcción de sentido, capaz de influir en la forma en que la audiencia interpreta el fenómeno del narcotráfico. En este sentido, el titular opera como un marco de lectura inicial que condiciona la comprensión del hecho, incluso antes de acceder al contenido completo de la noticia.

En el Apéndice 4 se encuentran las transcripciones de las entrevistas analizadas.

Los entrevistados coinciden en que el titular tiene un impacto directo en la percepción del lector. Wilmer Madrigal, periodista de Diario Extra, señala que la forma en la cual se presentan los hechos puede contribuir a la normalización del narcotráfico o a su interpretación desde determinadas perspectivas, esto evidencia el rol del discurso periodístico en la construcción de representaciones sociales.

Esta idea se ve reforzada por los resultados cuantitativos del estudio. El predominio de titulares con nivel informativo medio y bajo atractivo sugiere que los medios optan por una estrategia de contención discursiva, lo cual podría influir en una percepción del fenómeno menos dramatizada y más neutral. En este sentido, los datos cuantitativos no solo describen una práctica, sino que permiten inferir posibles efectos en la audiencia.

Por su parte, Any Pérez, docente de la UCR, introduce una dimensión clave al señalar que muchas personas consumen información únicamente a partir de los titulares, en especial en entornos digitales. Este aspecto amplifica el impacto del titular, pues en muchos casos este se convierte en la única fuente de información para el lector. Desde esta perspectiva, la responsabilidad del titular adquiere una relevancia crítica, dado que no solo informa, sino que también configura la interpretación del fenómeno.

Asimismo, los entrevistados coinciden en que la construcción del titular implica una tensión constante entre informar, atraer y responder a lineamientos editoriales. Daniel Córdoba, de CR Hoy, enfatiza que el titular debe priorizar la claridad, mientras que Bharley Quirós, de Diario Extra, advierte sobre los riesgos del sensacionalismo. Esta tensión se refleja directamente en los resultados del estudio, donde el atractivo se mantiene bajo y el nivel informativo en niveles medios, lo cual evidencia una regulación consciente del discurso.

Otro elemento relevante es la influencia de los lineamientos editoriales en la construcción del titular. Los entrevistados señalan que la titulación no responde únicamente a decisiones individuales, sino a criterios institucionales donde se busca mantener coherencia en el estilo del medio. Este aspecto permite explicar la homogeneidad observada en CR Hoy y la relativa variabilidad en Diario Extra.

En conjunto, el análisis cualitativo permite interpretar que los titulares funcionan como un punto de convergencia entre múltiples dimensiones: informativa, discursiva, ética y estratégica. Su construcción no es un proceso mecánico, sino el resultado de decisiones complejas las cuales inciden directamente en la forma en que el fenómeno del narcotráfico es representado y comprendido por la audiencia.

De este modo, el cruce entre los resultados cuantitativos y las percepciones de los especialistas permite sostener que los titulares no solo reflejan una práctica periodística, sino que también participan en la construcción social del fenómeno, al configurar marcos interpretativos que influyen en la percepción pública del narcotráfico.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

El presente estudio permitió analizar de manera integrada la relación entre los titulares de noticias sobre narcotráfico y sus contenidos informativos en los medios digitales CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del año 2025, donde se consideraron dimensiones cuantitativas, correlacionales y cualitativas. A partir de esta triangulación, se logra no solo responder a la pregunta de investigación, sino también comprender cómo se configuran los titulares como dispositivos discursivos que articulan información, estrategia editorial y construcción de sentido.

En relación con la pregunta de investigación, los resultados evidencian que los titulares se caracterizan por presentar, en ambos medios, un nivel informativo predominantemente medio, un nivel de atracción bajo y una proximidad titular–contenido media–alta. Esta combinación de niveles permite sostener que la titulación periodística analizada se orienta principalmente hacia la transmisión de información relevante, en la cual se mantiene coherencia con el contenido, pero se evita el uso intensivo de recursos apelativos o sensacionalistas.

No obstante, al introducir una perspectiva comparativa, se identifican diferencias relevantes entre los medios en las tres dimensiones analizadas. En el caso de CR Hoy, el nivel informativo medio se presenta de manera más estable y cercano al umbral superior de la categoría, lo que indica una mayor incorporación de elementos del hecho noticioso en el titular. Asimismo, el nivel de atracción se mantiene consistentemente bajo, esto evidencia una construcción discursiva sobria y poco orientada a recursos apelativos, mientras que la proximidad titular–contenido alcanza valores homogéneos dentro del rango medio–alto, lo cual refleja la coherencia informativa.

Por su parte, Diario Extra presenta una mayor variabilidad en sus resultados. En el nivel informativo, si bien predominan valores medios, se observan casos que descienden hacia niveles bajos, lo que evidencia una mayor flexibilidad en la selección de información. En cuanto al atractivo, se identifican valores levemente superiores dentro de la categoría baja, esto sugiere una mayor presencia de elementos orientados a captar la atención del lector. Por último, la proximidad titular–contenido también se mantiene en niveles medio–altos, aunque con mayor dispersión que

en CR Hoy, lo que refleja una estrategia discursiva menos homogénea en la construcción del titular.

Desde el punto de vista del objetivo general, orientado a analizar la relación entre titulares y contenidos, el análisis correlacional constituye un elemento central. Los resultados muestran que, particularmente en Diario Extra, existe una correlación positiva moderada entre el nivel informativo del titular y la proximidad con el contenido, lo cual indica que, a mayor cantidad de información en el titular, mayor es la coherencia entre ambas unidades discursivas. Este hallazgo permite sostener que la dimensión informativa no solo cumple una función descriptiva, sino que también actúa como un factor estructurador de la relación titular–contenido.

En contraste, en CR Hoy no fue posible establecer correlaciones significativas debido a la baja variabilidad de los datos, lo que, lejos de ser una limitación estricta, refuerza la idea de una alta homogeneidad editorial, donde los titulares mantienen niveles constantes en las variables analizadas. Esta diferencia entre medios permite interpretar que, mientras Diario Extra evidencia relaciones internas entre variables, CR Hoy presenta un comportamiento más estandarizado que dificulta la identificación de asociaciones estadísticas, pero que a su vez confirma la consistencia de su modelo de titulación.

En cuanto al primer objetivo específico relacionado con el nivel informativo, se concluye que los titulares de ambos medios se sitúan en su mayoría en un nivel medio, esto implica que incorporan parcialmente los elementos centrales del hecho noticioso. En CR Hoy, este nivel medio se caracteriza por una mayor estabilidad y consistencia, lo que sugiere un enfoque editorial orientado a mantener un estándar informativo relativamente uniforme. En cambio, en Diario Extra, el nivel medio convive con casos de nivel bajo, donde el titular prioriza un aspecto específico del acontecimiento, reduciendo la densidad informativa global.

Esta diferencia permite comprender que, aunque ambos medios comparten una base informativa similar, sus estrategias de selección y jerarquización difieren. CR Hoy tiende a estructurar titulares más completos dentro de la síntesis, mientras que Diario Extra, en ciertos casos, opta por focalizar la atención en un elemento particular del hecho.

Respecto al segundo objetivo específico, centrado en las características lingüísticas y el nivel de atracción, los resultados muestran que ambos medios se sitúan predominantemente en un nivel de atracción bajo, lo que indica una baja presencia de recursos retóricos orientados a generar impacto emocional o espectacularización. En este sentido, los titulares se caracterizan por una sobriedad discursiva, entendida como una construcción lingüística directa, contenida y carente de exageración.

No obstante, al comparar ambos medios, se observa que Diario Extra presenta, en algunos casos, valores ligeramente superiores dentro de la categoría baja (por ejemplo, 1,40), esto sugiere una mayor incorporación de elementos que pueden captar la atención del lector, como la relevancia del sujeto o la magnitud del hecho. En cambio, CR Hoy mantiene una mayor uniformidad en niveles bajos, lo cual refuerza su carácter descriptivo y su distancia respecto de estrategias apelativas.

Este contraste permite afirmar que, si bien ninguno de los medios alcanza niveles altos de atractivo, Diario Extra se posiciona levemente más cercano a estrategias de captación de atención, mientras que CR Hoy se mantiene más firmemente en un registro informativo.

En relación con el tercer objetivo específico, referido a la proximidad entre titular y contenido, los resultados evidencian una proximidad media–alta en ambos medios, esto indica una correspondencia significativa entre lo anunciado en el titular y lo desarrollado en el cuerpo de la noticia. En CR Hoy, esta proximidad se presenta de manera altamente homogénea, con valores constantes en torno a 2,20, lo cual evidencia una política editorial orientada a la coherencia informativa.

Por su parte, en Diario Extra, la proximidad también se mantiene en niveles medio–altos, pero con una mayor variabilidad, esto permite identificar casos donde el titular enfatiza un aspecto específico del contenido. Sin embargo, esta variación no implica una ruptura de la coherencia, sino una diferencia en la forma de representar el hecho.

El análisis correlacional refuerza esta interpretación, al evidenciar que la proximidad se encuentra asociada al nivel informativo del titular, particularmente en Diario Extra. Este hallazgo

permite sostener que la coherencia entre titular y contenido depende, en gran medida, de la cantidad de información incorporada en el encabezado.

Con respecto al cuarto objetivo específico, centrado en las percepciones de especialistas, los resultados cualitativos permiten profundizar en la interpretación de los datos cuantitativos. Los entrevistados coinciden en que el titular cumple una función clave en la construcción de la percepción del fenómeno del narcotráfico, actuando como un marco inicial de interpretación para el lector.

Desde esta perspectiva, se reconoce una tensión permanente entre informar y atraer, la cual se resuelve de manera distinta en cada medio. En CR Hoy, esta tensión se inclina hacia la precisión y la sobriedad, mientras que en Diario Extra se observa una mayor apertura hacia la enfatización de ciertos elementos del hecho, sin llegar a niveles de sensacionalismo.

Asimismo, los especialistas destacan que el titular no debe inducir a error, lo que refuerza la importancia de la proximidad titular–contenido como criterio ético fundamental. Esta perspectiva cualitativa converge con los resultados cuantitativos y muestra sintonía entre la práctica profesional y el comportamiento empírico de los datos.

En relación con la hipótesis de investigación, los resultados permiten confirmarla de manera parcial. En efecto, se comprueba que los titulares establecen una relación directa con el contenido de las noticias, evidenciada en los niveles medio–altos de proximidad. Sin embargo, la dimensión de captación de la atención se manifiesta de manera más limitada, dado el predominio de niveles bajos de atractivo. Esto indica que las estrategias discursivas no se orientan principalmente a maximizar el impacto, sino a equilibrar la función informativa con criterios de responsabilidad periodística.

En el desarrollo de la presente investigación, resulta fundamental reconocer una serie de limitaciones metodológicas que, si bien no invalidan los hallazgos obtenidos, sí condicionan su alcance interpretativo y su potencial de generalización.

En primer lugar, una de las principales limitaciones se relaciona con la estrategia de búsqueda y selección del corpus, la cual fue deliberadamente acotada mediante el uso de códigos

específicos: “decomisan droga” y “detienen droga”. Esta decisión respondió a un criterio lingüístico y discursivo orientado a recuperar titulares informativos los cuales describieran acciones policiales concretas vinculadas al narcotráfico, evitando así la inclusión de noticias genéricas, reiterativas o ajenas al enfoque del estudio. No obstante, esta misma delimitación implica que el corpus se construye a partir de una selección semántica particular, lo cual podría haber excluido otras formas de titulación relevantes que no emplean dichas estructuras verbales, pero que igualmente forman parte del discurso mediático sobre el fenómeno.

En este sentido, si bien la elección de estos códigos permitió obtener un corpus coherente, homogéneo y metodológicamente manejable, también introduce un sesgo de selección, en la medida en que privilegia un tipo específico de construcción discursiva centrada en acciones policiales explícitas por sobre otras posibles representaciones del narcotráfico, como aquellas vinculadas a análisis, contextos estructurales o investigaciones de largo aliento.

Asimismo, durante la fase exploratoria se constató que la incorporación de términos alternativos, tales como “narcotráfico”, “decomiso” o referencias a sustancias específicas, generaba una alta redundancia de resultados, correspondientes en su mayoría a las mismas noticias ya recuperadas. Si bien esta situación justificó la reducción de los códigos de búsqueda para evitar duplicaciones, también evidencia una limitación inherente al ecosistema digital de noticias, donde los contenidos tienden a circular bajo múltiples etiquetas o categorías, lo que puede afectar la exhaustividad del proceso de recolección.

Por otra parte, el uso del término “droga” como categoría paraguas, aunque metodológicamente pertinente para los objetivos del estudio, implica una generalización del fenómeno que no distingue entre tipos de sustancias ni entre dinámicas específicas del narcotráfico. Esta decisión permitió mantener el foco en el análisis discursivo de los titulares y su relación con el contenido, pero limita la posibilidad de explorar diferencias en la cobertura mediática según el tipo de droga involucrada.

En segundo lugar, otra limitación relevante se vincula con la delimitación temporal del corpus. Debido al elevado número de resultados obtenidos en una primera etapa, fue necesario acotar progresivamente el periodo de análisis, pasando de un año completo a seis meses y, finalmente, a cuatro meses. Si bien esta decisión se sustentó en criterios de saturación temática y

pertinencia analítica, también permitió construir un corpus manejable y coherente, esto implica que los resultados representan una fotografía acotada en el tiempo, susceptible de variaciones en otros periodos, en especial si se considera la naturaleza dinámica de la agenda mediática y del fenómeno del narcotráfico.

Desde esta perspectiva, los hallazgos deben interpretarse como representativos del periodo específico analizado, más que como una caracterización definitiva del comportamiento de los medios en el largo plazo.

En tercer lugar, la investigación presenta limitaciones asociadas al tamaño y composición de la muestra, particularmente en lo relativo a la baja variabilidad observada en algunas variables, sobre todo en el caso de CR Hoy. Esta homogeneidad, si bien constituye en sí misma un hallazgo relevante en términos de consistencia editorial, restringe la aplicación de ciertos análisis estadísticos, como las correlaciones, y dificulta la identificación de relaciones significativas entre variables dentro de este medio.

En contraste, en Diario Extra, donde se observó una mayor variabilidad, fue posible identificar asociaciones entre variables, lo que introduce una asimetría analítica entre ambos medios. Esta diferencia metodológica debe ser considerada al momento de interpretar comparativamente los resultados.

Asimismo, el análisis correlacional, particularmente el elaborado mediante procedimientos de bootstrap con 1000 remuestreos, si bien aporta robustez en la estimación de intervalos de confianza, se encuentra condicionado por el tamaño de la muestra, lo que puede ampliar dichos intervalos y limitar la precisión de las inferencias.

Por otra parte, el estudio se sustenta en el análisis de titulares y contenidos disponibles en plataformas digitales, lo cual introduce una limitación vinculada al acceso y estabilidad de las fuentes. La naturaleza dinámica de los sitios web implica que las noticias pueden ser modificadas, eliminadas o reestructuradas con el tiempo; esta condición podría afectar la replicabilidad del estudio en futuras investigaciones.

Por último, en relación con el componente cualitativo, la incorporación de entrevistas a especialistas aporta una dimensión interpretativa relevante, pero también introduce una limitación asociada a la subjetividad de las percepciones. Las opiniones de los entrevistados se encuentran mediadas por sus trayectorias profesionales, experiencias y marcos conceptuales, esto implica que los resultados cualitativos deben ser entendidos como interpretaciones situadas, más que como verdades universales.

En síntesis, el análisis desarrollado permite sostener que la titulación periodística en noticias sobre narcotráfico no constituye un ejercicio meramente técnico, sino un proceso discursivo complejo en el cual convergen decisiones informativas, criterios editoriales y consideraciones éticas. En este marco, los resultados evidencian que los titulares operan como un espacio de equilibrio entre la necesidad de sintetizar el hecho noticioso, mantener la coherencia con el contenido y resguardar la responsabilidad informativa frente a un fenómeno socialmente sensible.

La comparación entre ambos medios permite, además, comprender que dichas prácticas no responden a lógicas dicotómicas o contrapuestas, sino a matices en la construcción discursiva, donde cada medio articula de manera particular la relación entre informar y atraer. Mientras CR Hoy tiende a consolidar un modelo más homogéneo y descriptivo, Diario Extra introduce mayores variaciones en la forma de enfatizar ciertos elementos del acontecimiento, sin que ello implique una ruptura significativa con los principios de coherencia informativa.

En este sentido, los hallazgos no solo aportan a la comprensión del comportamiento de los titulares en el contexto específico del narcotráfico, sino que también permiten reflexionar sobre el rol que estos desempeñan en la construcción de la realidad mediática. El titular, en tanto primera unidad de contacto con el lector, no solo informa, sino que orienta la interpretación del hecho al configurar marcos de sentido e incidir en la percepción social del fenómeno.

De este modo, la investigación contribuye a evidenciar que la titulación periodística, lejos de ser un elemento secundario, constituye un componente central del discurso informativo, cuyo estudio resulta fundamental para comprender las dinámicas contemporáneas del periodismo digital y su influencia en la construcción social de fenómenos complejos como el narcotráfico

6.2. RECOMENDACIONES

A partir del análisis desarrollado, tanto en su dimensión cuantitativa, correlacional como cualitativa, es posible proponer una serie de recomendaciones orientadas a fortalecer la práctica periodística, la formación académica y la comprensión social del fenómeno del narcotráfico desde el discurso mediático. Estas recomendaciones se estructuran en tres niveles: académico, profesional y mediático, en coherencia con los hallazgos obtenidos en la investigación.

Recomendaciones para la formación académica universitaria

En el ámbito universitario, particularmente en la formación de profesionales en comunicación y periodismo, se recomienda incorporar de manera más sistemática el estudio del titular como unidad discursiva estratégica dentro del proceso informativo. Los resultados de esta investigación evidencian que la titulación no constituye un elemento accesorio, sino un componente central en la construcción del sentido informativo, capaz de influir directamente en la interpretación del lector.

En este sentido, se sugiere que las universidades integren en sus planes de estudio asignaturas o módulos específicos orientados al análisis discursivo de titulares, donde se aborden dimensiones como el nivel informativo, la relación titular–contenido, el uso de recursos lingüísticos y el equilibrio entre atracción y responsabilidad informativa. Esta formación permitiría que los futuros periodistas desarrollen una conciencia crítica respecto de las decisiones que intervienen en la construcción del titular.

Asimismo, se recomienda fortalecer la enseñanza de metodologías mixtas en investigación en comunicación, como la empleada en el presente estudio, la cual integra análisis cuantitativo, correlacional y cualitativo. La incorporación de este tipo de enfoques permitiría a los estudiantes comprender de manera más compleja los fenómenos mediáticos, para así superar visiones reduccionistas centradas únicamente en el contenido textual.

Del mismo modo, resulta pertinente promover espacios académicos de reflexión en torno a la cobertura de fenómenos socialmente sensibles, como el narcotráfico, donde se analicen las implicancias éticas del discurso periodístico. En este contexto, el titular debe ser abordado no solo

como un recurso técnico, sino como un acto comunicativo que puede incidir en la construcción de imaginarios sociales.

Recomendaciones para la sociedad y los gremios periodísticos

En el ámbito profesional, particularmente en relación con los gremios periodísticos y organizaciones vinculadas al ejercicio del periodismo, se recomienda promover lineamientos orientados a reforzar la coherencia entre titulares y contenidos, en función de los resultados que evidencian la importancia de esta relación para la credibilidad informativa.

Si bien el estudio demuestra niveles medio-altos de proximidad en ambos medios analizados, también evidencia que la titulación implica un proceso de simplificación susceptible de derivar en énfasis parciales del acontecimiento. En este sentido, se recomienda desarrollar guías o protocolos de buenas prácticas en titulación, para orientar a los profesionales en la toma de decisiones discursivas, en especial en temas de alta sensibilidad como el narcotráfico.

Asimismo, se sugiere fomentar una reflexión crítica en torno al equilibrio entre la función informativa y la función apelativa del titular. Los resultados del estudio muestran que el nivel de atracción se mantiene bajo en ambos medios, esto indica una tendencia hacia la sobriedad discursiva. Este hallazgo puede ser valorado positivamente desde una perspectiva ética, pero también abre la posibilidad de discutir cómo captar la atención del lector sin comprometer la calidad informativa.

En este contexto, los gremios periodísticos podrían impulsar instancias de capacitación continua que aborden el uso responsable del lenguaje en la titulación, promoviendo estrategias que permitan mantener el interés del público sin recurrir a prácticas sensacionalistas o distorsivas.

Por otra parte, se recomienda fortalecer la educación mediática de la ciudadanía, de modo que los lectores desarrollen una comprensión crítica del rol del titular en la construcción de la noticia. Dado que, según lo señalado por los entrevistados, muchas personas consumen información únicamente a partir de los titulares, resulta fundamental que la audiencia sea capaz de interpretar estos elementos con mayor profundidad.

Recomendaciones para los medios analizados

Para CR Hoy

En el caso de CR Hoy, se recomienda mantener la consistencia editorial evidenciada en los resultados, en particular en lo que respecta a la alta proximidad entre titulares y contenidos y al nivel informativo relativamente estable. Esta coherencia constituye una fortaleza del medio, pues contribuye a reforzar la credibilidad informativa y la claridad del discurso.

No obstante, se sugiere explorar, de manera controlada, estrategias orientadas a diversificar la construcción del titular, mediante la incorporación de elementos que incrementen su capacidad de atracción sin comprometer la sobriedad discursiva que caracteriza al medio. Dado que los resultados muestran un nivel de atracción predominantemente bajo, existe un margen para innovar en la forma de presentar la información, siempre dentro de criterios de responsabilidad periodística.

Asimismo, se recomienda evaluar la posibilidad de incorporar mayores niveles de contextualización en algunos titulares, especialmente en aquellos casos donde el fenómeno del narcotráfico presenta implicancias más amplias. Esto permitiría enriquecer la comprensión del lector desde el primer contacto con la noticia.

Para Diario Extra

En el caso de Diario Extra, se recomienda mantener el equilibrio observado entre información y capacidad de captación de atención, el cual se manifiesta en niveles de atracción ligeramente superiores dentro de la categoría baja. Esta característica permite al medio destacar ciertos elementos del hecho sin incurrir en prácticas sensacionalistas.

Sin embargo, se sugiere fortalecer la consistencia del nivel informativo de los titulares, reduciendo la proporción de casos con valores bajos en esta variable. Los resultados muestran que, en ciertos titulares, la selección discursiva se centra en un aspecto específico del acontecimiento, y esto puede limitar la comprensión inicial del hecho por parte del lector.

En este sentido, se recomienda avanzar hacia una mayor integración de elementos informativos clave en el titular, sin perder la capacidad de enfatizar aspectos relevantes del acontecimiento. Esta estrategia permitiría reforzar la coherencia entre titular y contenido, consolidando la relación identificada en el análisis correlacional entre nivel informativo y proximidad.

Asimismo, se sugiere revisar de manera sistemática los criterios de titulación en función de los lineamientos editoriales del medio, con el fin de reducir la variabilidad observada en las variables analizadas y avanzar hacia una mayor estandarización discursiva.

REFERENCIAS

- AmeliaRueda.com. (2023, 22 de septiembre). *Grupo Extra anuncia el cierre de su versión impresa tras 45 años de circulación*.
<https://twitter.com/ameliarueda/status/1664236600350638080>
- Árbol Invertido. (s. f.). *Guía definitiva de tipos de titulares periodísticos: ejemplos históricos y consejos prácticos*. <https://www.arbolinvertido.com/utiles/guia-definitiva-de-tipos-de-titulares-periodisticos-ejemplos-historicos-y-consejos-practicos>
- Barroso Tapia, S. (2022). *Los titulares periodísticos desde la perspectiva de la fraseología y de la semántica cognitiva: un estudio contrastivo alemán-español* [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. UVAdoc. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/59741>
 UVaDOC+1
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press.
- Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100.
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.014>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chamorro Poy, E. (2018). *Clickbait: definición y análisis de su presencia en El Español y El Huffington Post* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVAdoc.
https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/34049/TFG_F_2018_79.pdf?sequence=1
 UVaDOC
- CR Hoy. (2025, enero 30). *Costa Rica entre las principales rutas para el tráfico marítimo de cocaína, expone informe de ONU*. CR Hoy. <https://crhoy.com/costa-rica-entre-las-principales-rutas-para-el-trafico-maritimo-de-cocaina-expone-informe-de-onu>
- CR Hoy. (s. f.). *Secciones principales*. <https://www.crhoy.com>
- Cuvardic, D., & Vargas, E. (2010). Recursos lingüísticos en la titulación periodística costarricense: El caso de *La Nación* y *La Extra*. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 36(2), 77–96.
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/filyling/article/view/1132>

- Diario Extra. (2023, 22 de septiembre). *Hoy despedimos una era y el lunes haremos historia*.
<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/509381/hoy-despedimos-una-era-y-el-lunes-haremos-historia>
- Dor, D. (2003). On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of Pragmatics*, 35(5), 695–721. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00134-0](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00134-0)
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Chang, E. P., & Pillai, R. (2014). *The effects of subtle misinformation in news headlines*. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 20(4), 323-335. <https://doi.org/10.1037/xap0000028>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Greer, C. F., & Ferguson, D. A. (2021). Using headlines alone: Information retention and misperception. *Journalism Studies*, 22(8), 1076–1093.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1880539>
- Grupo Extra. (2023). *Historia de Diario Extra*. <https://www.grupoextra.com/historia>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Jakobson, R. (1984). *Lingüística y poética*. Cátedra. (Trabajo original publicado en 1960).
- La República. (2024, septiembre 12). *Costa Rica está a un paso de reportar el año con menos decomiso de cocaína en una década: ¿Es bueno o malo?* La República.
<https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-esta-a-un-paso-de-reportar-el-ano-con-menos-decomiso-de-cocaina-en-una-decada-es-bueno-o-malo>
- Lara, P., & Méndez, A. (2022). *Títulos y titulares: Sobre las funciones de la titulación periodística*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/364487031_Titulos_y_Titulares_Sobre_las_funciones_de_la_titulacion_periodistica
- Latam Journalism Review. (2021, 25 de enero). *Con casi diez años, sitio CRHoy hace investigaciones de impacto y conquista una audiencia importante en Costa Rica*. Knight Center for Journalism in the Americas. <https://latamjournalismreview.org/es/articles/con-casi-diez-anos-sitio-crhoy-hace-investigaciones-de-impacto-y-conquista-una-audiencia-importante-en-costa-rica/>

- Lewandowski, D. (2015). *Search engine research*. Bingley: Emerald Group Publishing
- Lombardi, D. (2018). *Critical Discourse Analysis of online News Headlines: construction of ideology in U.S. media coverage of Parkland shooting*. (Tesis de maestría).
- Lombardi, D. (2018). *Critical discourse analysis of online news headlines: Construction of ideology in U.S. media coverage of Parkland shooting* [Tesis de maestría, Malmö University]. <https://mau.diva-portal.org/smash/get/diva2:1225582/FULLTEXT01.pdf>
- López Hidalgo, A. (2001). *El titular: Manual de titulación periodística*. Comunicación Social. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=197537>
- Martínez, F., Miguel, L., & Vázquez, C. (2004). *La titulación en la prensa gráfica* [PDF]. Ariel Comunicación. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/13/2020/03/La-titulaci%C3%B3n-en-la-prensa-gr%C3%A1fica-Mart%C3%ADnez-Miguel-Vazquez.pdf>
- Martínez-Albertos, J. L. (2001). *Curso general de redacción periodística*. Síntesis. <https://es.scribd.com/doc/183365294/Martinez-Albertos-Jose-redaccion-periodistica-pdf>
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Mora, K. (2023). *Titulación sensacionalista en coberturas nacionales de violencia* [Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica]. Repositorio UCR. <https://repositorio.ucr.ac.cr/handle/10669/87934>
- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. Stanford InfoLab Technical Report, 1999-66.
- Pérez Tornero, J. M., & Varis, T. (2010). *Media literacy and new humanism*. UNESCO. <https://iite.unesco.org/publications/3214678/>
- Pradit, T. (2023). *Analyzing the language and rhetoric of headline news: Communication strategies and public perception* [Master's thesis, Thammasat University]. TU Digital Collections. <https://digital.library.tu.ac.th/handle/6625644440/18700>
- Reyes, M. (2024). *Titulación y violencia en la prensa costarricense* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Costa Rica]. Repositorio UNA. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/23452>
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sandí Durán, P. R., & Obando Rodríguez, J. (2025). *Análisis del uso de clickbait en las noticias publicadas en el*

Facebook de los medios de comunicación La República, El Financiero y El Mundo CR durante el mes de enero del 2025 [Trabajo final de graduación, Universidad Internacional de las Américas].

- Semanario Universidad. (2023, 25 de septiembre). *Grupo Extra cierra su edición impresa y se enfocará en plataformas digitales*. <https://semanariouniversidad.com/pais/grupo-extra-cierra-su-edicion-impresa-y-se-enfocara-en-plataformas-digitales> Semanario Universidad.
- (2024, noviembre 18). *Informe revela que en Costa Rica circula mucha más cocaína que marihuana*. Semanario Universidad. <https://semanariouniversidad.com/pais/informe-revela-que-en-costa-rica-circula-mucha-mas-cocaina-que-marihuana>
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Ufarte Ruiz, M. J. (2020). El titular: Tratado sobre las técnicas, modalidades y otros artificios propios de la titulación periodística. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(1). <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.8>
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Zorrilla, J. M. (1996). *El titular de la noticia: Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio UCM. <https://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf>

APÉNDICES

A.1 Explicación del método

Método de Análisis Mixto y Correlacional

Fase Cuantitativa

En la fase cuantitativa de la presente investigación, el procedimiento metodológico se estructura en torno al análisis de contenido de los titulares y noticias digitales sobre narcotráfico publicadas por los medios CR Hoy y Diario Extra en el primer cuatrimestre del 2025. Este análisis se basa en una matriz de indicadores previamente validados, que permiten medir tres variables centrales:

- nivel informativo del titular,
- características y atracción del titular y
- proximidad titular–contenido.

Cada variable fue operacionalizada en diez indicadores específicos, formulados en forma de preguntas observables y medibles. Estas preguntas se aplican a cada noticia del corpus, y las respuestas se codifican en valores numéricos según la escala definida para cada indicador (por ejemplo, 0 = No / 1 = Sí o 1 = Bajo / 2 = Medio / 3 = Alto).

El propósito de esta codificación es transformar la información textual en datos cuantitativos, permitiendo que los resultados del análisis de contenido sean procesados estadísticamente. De esta manera, por cada noticia analizada se obtendrá un conjunto de valores numéricos correspondientes a los diez indicadores de cada variable.

Ejemplo de codificación de datos

Noticia	Nivel informativo (promedio)	Atractivo (promedio)	Proximidad (promedio)
N1	2.6 (alto)	1.8 (medio)	2.4 (alta)
N2	1.4 (bajo)	2.7 (alto)	1.6 (media)
N3	2.1 (medio)	1.9 (medio)	2.9 (alta)

Una vez completada la matriz, se calcula el promedio aritmético de los diez indicadores correspondientes a cada variable, con el fin de obtener un valor global continuo por variable en cada noticia. Estos valores promedio, expresados en una escala numérica continua, constituyen los datos utilizados en el análisis estadístico posterior, tanto descriptivo como correlacional. Si bien dichos promedios pueden ser interpretados analíticamente en rangos cualitativos (bajo, medio, alto) para efectos de discusión sustantiva, el análisis correlacional se realiza exclusivamente sobre los valores continuos, tratados a nivel de escala.

Aplicación del análisis correlacional

El análisis estadístico se realizará mediante el programa “IBM SPSS Statistics”, versión más reciente disponible.

En este software se ingresarán los valores finales de cada variable para todas las noticias del corpus, generando una base de datos estructurada de la siguiente forma:

| ID noticia | Variable 1: Nivel informativo | Variable 2: Atractivo del titular | Variable 3: Proximidad titular–contenido |

Posteriormente, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson (r), dado que las variables fueron tratadas como cuantitativas continuas, a partir de los valores promedio obtenidos para cada dimensión del titular por unidad de análisis. Este coeficiente permitió estimar la relación lineal entre las variables analizadas, identificando tanto la dirección de la asociación (positiva o negativa) como su magnitud (baja, moderada o alta), así como determinar si dichas asociaciones alcanzan significación estadística. En los casos pertinentes, el análisis se complementó con procedimientos de remuestreo bootstrap para fortalecer la robustez de las estimaciones.

Por ejemplo:

Una correlación positiva fuerte entre el nivel informativo del titular y la proximidad titular–contenido ($r = 0,85$) indicaría que los titulares con mayor densidad informativa tienden a presentar una correspondencia más estrecha con el contenido desarrollado en el cuerpo de la noticia.

Una correlación negativa de magnitud moderada entre el atractivo del titular y el nivel informativo ($r = -0,55$) sugeriría, en términos descriptivos, que titulares con mayor carga atractiva o apelativa tienden a incorporar una menor cantidad de información factual.

Una correlación no estadísticamente significativa (r cercano a 0; $p \geq 0,05$) reflejaría la ausencia de una relación lineal demostrable entre las variables analizadas, impidiendo afirmar la existencia de una asociación sistemática entre ellas.

Estos resultados permitirán cumplir los objetivos cuantitativos del estudio al identificar patrones de asociación o ausencia de asociación entre las dimensiones discursivas del titular y su relación con el contenido informativo en los medios analizados, distinguiendo claramente entre asociaciones estadísticamente significativas y tendencias meramente descriptivas.

Interpretación y Fase Cualitativa

La fase cualitativa complementará los hallazgos estadísticos mediante un análisis interpretativo, orientado a comprender por qué se producen las tendencias observadas en la fase cuantitativa.

Para ello se realizarán entrevistas semiestructuradas a periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional.

Estas entrevistas permitirán explorar temas como los siguientes:

- Los criterios editoriales que orientan la redacción de los titulares,
- Las presiones informativas o de audiencia que inciden en la elección del enfoque, y
- Las percepciones profesionales sobre el equilibrio entre atractivo y precisión informativa.

El análisis de las entrevistas seguirá un enfoque temático–interpretativo, que permitirá contrastar las percepciones de los actores con los resultados cuantitativos.

De este modo, el Diseño Explicativo Secuencial (DEXPLIS) se cumple metodológicamente, ya que:

- Primero se identifican relaciones numéricas entre variables (fase cuantitativa).
- Luego se explican e interpretan esas relaciones mediante la exploración cualitativa (fase cualitativa).

Integración de resultados

La integración final de los hallazgos permitirá, por una parte, examinar cuantitativamente las asociaciones entre las variables analizadas mediante el coeficiente de correlación de Pearson, identificando qué relaciones alcanzan significación estadística y cuáles solo se manifiestan como tendencias descriptivas o ausencia de asociación. Por otra parte, estos resultados serán interpretados y profundizados desde una perspectiva teórica y profesional a partir del análisis de las entrevistas a especialistas, lo que permitirá contextualizar los patrones observados en el análisis cuantitativo.

De este modo, el estudio no solo permitirá establecer si existe o no una relación estadísticamente demostrable entre dimensiones como el nivel informativo, el atractivo del titular y la proximidad titular–contenido, sino también comprender las lógicas editoriales y los criterios profesionales que subyacen a las decisiones de titulación adoptadas por los medios analizados.

El análisis mixto garantiza una comprensión integral del fenómeno, al unir la objetividad del dato numérico con la profundidad interpretativa del discurso periodístico, fortaleciendo la validez y consistencia metodológica de toda la investigación.

A.2 Instrumentos de recolección de información

1. Matriz de análisis de contenido (fase cuantitativa)

Propósito: Identificar, medir y comparar el nivel informativo, el nivel de atracción y la proximidad titular–contenido en las noticias sobre narcotráfico publicadas por CR Hoy y Diario Extra (2025).

Aplicación: Se analizarán los titulares y cuerpos de las noticias seleccionadas mediante diez indicadores por variable. Cada indicador se calificará con una escala ordinal de tres niveles (ejemplo: bajo = 1, medio = 2, alto = 3) o dicotómicas 0 = No / 1 = Sí

Formato de registro

Objetivo	Variable	Indicadores Corregidos	Posibles respuestas / valores corregidas
OE1. Determinar el nivel informativo de los titulares en relación con los contenidos.	Nivel informativo del titular	¿Los titulares presentan datos concretos como nombres, cifras o lugares?	0 = No / 1 = Sí
		¿Los titulares incluyen fuentes citadas o referencias verificables?	0 = No / 1 = Sí
		¿Existe correspondencia entre la información del titular y la del cuerpo de la noticia?	1 = Baja / 2 = Media / 3 = Alta
		¿El titular expresa con claridad el hecho principal de la noticia?	1 = Poco claro / 2 = Moderadamente claro / 3 = Muy claro
		¿El lenguaje utilizado en el titular es predominantemente informativo y no interpretativo?	1 = Interpretativo / 2 = Parcialmente informativo / 3 = Totalmente informativo
		¿El titular incorpora elementos contextuales como qué, quién, dónde y cuándo?	0 = No / 1 = Sí
		¿El titular evita juicios de valor, adjetivos calificativos o expresiones subjetivas?	0 = No / 1 = Sí
		¿La información del titular coincide de manera exacta con los datos del cuerpo de la noticia?	1 = Baja / 2 = Media / 3 = Alta
		¿Predominan los hechos verificables sobre la opinión en el titular?	1 = Opinión / 2 = Equilibrado / 3 = Hechos verificables
		¿El titular mantiene un enfoque informativo coherente con el contenido de la noticia?	1 = Bajo / 2 = Medio / 3 = Alto
OE2. Describir las características de los titulares y su nivel de atracción para el público meta.	Características y nivel de atracción del titular.	¿Cuál es la extensión del titular en número de palabras?	1 = Corto (1-6) / 2 = Medio (7-10) / 3 = Largo (11 o más)
		¿Qué tipo de adjetivos utiliza el titular?	1 = Neutros / 2 = Moderadamente valorativos / 3 = Altamente subjetivos o sensacionalistas
		¿El titular incluye verbos de acción o impacto?	0 = No / 1 = Sí
		¿El titular presenta cifras o porcentajes llamativos?	0 = No / 1 = Sí
		¿El titular utiliza elementos de dramatización o sorpresa?	1 = Bajo / 2 = Medio / 3 = Alto
		¿El titular contiene apelaciones directas al lector (como tú, su, nuestro)?	0 = No / 1 = Sí

		¿Qué tipo de titular es según su función comunicativa?	1 = Informativo / 2 = Apelativo / 3 = Sensacionalista
		¿El titular utiliza signos de exclamación o interrogación?	0 = No / 1 = Sí
		¿El titular presenta elementos de “clickbait” (promesas, suspenso, exageración)?	1 = Ausente / 2 = Parcial / 3 = Presente
		¿El tema del titular resulta cercano al público meta (por su contenido emocional o geográfico)?	1 = Lejana / 2 = Moderada / 3 = Cercana
<p>OE3. Medir el grado de proximidad entre los titulares y los contenidos de las noticias sobre narcotráfico publicadas en CR Hoy y Diario Extra durante el primer cuatrimestre del 2025.</p>	<p>Proximidad titular– contenido</p>	¿Cuál es el tipo de relación temática entre el titular y el contenido?	1 = Débil / 2 = Moderada / 3 = Fuerte
		¿Existe fidelidad del enfoque informativo entre el titular y el contenido (coincide el tema principal)?	1 = No coincide / 2 = Parcialmente / 3 = Totalmente
		¿El tono discursivo del titular corresponde al tono del texto (por ejemplo, informativo, emotivo, sensacionalista)?	1 = No / 2 = Parcial / 3 = Sí
		¿El titular presenta figuras literarias o distorsiones que alteran el sentido del contenido?	0 = No / 1 = Sí (especificar tipo)
		¿Los datos destacados en el titular son exactos y reflejan hechos reales?	1 = Inexactos / 2 = Parcialmente exactos / 3 = Exactos
		¿El contenido incluye información que respalda lo afirmado en el titular?	0 = No / 1 = Sí
		¿Existen omisiones relevantes (hechos que aparecen en el titular pero no en el texto)?	0 = No / 1 = Sí
		¿La jerarquía informativa del texto coincide con la del titular (lo más destacado en el titular también lo es en el cuerpo)?	1 = No / 2 = Parcial / 3 = Sí
		¿Las fuentes o citas utilizadas en el texto son coherentes con las afirmaciones del titular?	1 = Baja / 2 = Media / 3 = Alta
		¿Cuál es el grado general de proximidad entre el titular y el contenido de la noticia?	1 = Baja / 2 = Media / 3 = Alta

Determinación del nivel de la variable:

1-Nivel informativo del titular

Se sumarán los puntajes obtenidos en los 10 indicadores y se dividirá entre el número total de ítems (10).

El promedio resultante se clasificará de la siguiente manera:

1.00–1.66 = Bajo nivel informativo

1.67–2.33 = Nivel informativo medio

2.34–3.00 = Alto nivel informativo

2-Características y nivel de atracción del titular

Se obtendrá el promedio de las puntuaciones asignadas a los 10 indicadores.

Clasificación final:

1.00–1.66 = Bajo atractivo

1.67–2.33 = Atractivo medio

2.34–3.00 = Alto atractivo

3-Proximidad titular–contenido

Se calculará el promedio de los valores asignados a los indicadores.

Clasificación final:

1.00–1.66 = Baja proximidad

1.67–2.33 = Proximidad media

2.34–3.00 = Alta proximidad

2. Guía de entrevista semiestructurada (fase cualitativa)

Esta entrevista forma parte de una investigación académica que analiza la relación entre los titulares de noticias sobre narcotráfico y el contenido informativo en medios digitales costarricenses. El objetivo de esta conversación es comprender, desde una perspectiva profesional, los criterios editoriales y decisiones periodísticas que influyen en la construcción de los titulares,

a la luz de ciertos patrones observados en el análisis cuantitativo del estudio. No existen respuestas correctas o incorrectas; nos interesa conocer su experiencia y opinión profesional.

Población objetivo: Periodistas, editores y académicos del ámbito comunicacional con experiencia directa en los medios CR Hoy y Diario Extra.

Estructura

Sección A. Datos generales

- Nombre (opcional)
- Medio o institución
- Cargo o función

Sección B. Preguntas a periodistas de CR Hoy y Diario Extra.

- Antes de realizar la entrevista, se lee el título de la tesis, el objetivo general y los objetivos específicos.
- Se brinda contexto de cuántas noticias se analizaron y las palabras clave que se utilizaron.

1: Función del titular y nivel informativo

(Vinculado al Objetivo específico 1)

1. Desde su experiencia como periodista, ¿cuál considera que es la función principal del titular en noticias de sucesos relacionadas con el narcotráfico?
2. ¿Qué elementos informativos considera imprescindibles en un titular de este tipo de noticias y cuáles suelen quedar fuera?
3. ¿Existen criterios editoriales que limiten la cantidad de información que se incluye en el titular cuando se trata de temas sensibles?

2: Atractivo del titular y estrategias de captación

(Vinculado al Objetivo específico 2)

5. En su opinión, ¿qué rol cumple el atractivo del titular en la cobertura de noticias sobre narcotráfico?
6. ¿Qué tipo de recursos considera aceptables o problemáticos para hacer un titular más llamativo en este tipo de informaciones?

7. ¿Cree que existe una tensión entre atraer al lector y mantener un tratamiento informativo responsable en este tipo de noticias, llámese tipo clickbait, que algunos medios lo utilizan para que sí o sí se metan a leer la noticia? ¿Cómo se mantiene sin llegar al clickbait o al sensacionalismo pero que también atraiga al lector y pueda leer la noticia brindada?

3: Relación entre titular y contenido

(Vinculado al Objetivo específico 3 – coherencia MEDIA)

8. ¿En qué situaciones considera que es aceptable que el titular simplifique, enfatice o deje fuera ciertos elementos que sí aparecen en el cuerpo de la noticia?
9. ¿Diría que la relación entre titular y contenido responde más a decisiones individuales como periodista o a lineamientos editoriales del medio?

4: Interpretación de las relaciones entre variables

(Vinculado al objetivo general y al análisis correlacional)

10. ¿Cree que un estilo editorial homogéneo puede influir en que los titulares mantengan niveles similares de información, atractivo y coherencia?
11. Desde su perspectiva profesional, ¿qué pesa más al momento de titular una noticia sobre narcotráfico: informar con precisión, ¿captar atención o mantener una línea editorial estable?

5: Reflexión final y proyección

(Interpretación profunda de los hallazgos)

12. ¿Considera que los titulares influyen en la forma en que la audiencia comprende o percibe el fenómeno del narcotráfico? ¿De qué manera?
13. ¿Hay algún aspecto del proceso de titulación que considere relevante un periodista en formación, como mi persona y, que esta investigación debería explorar en mayor profundidad, con el contexto brindado previo a la entrevista?

Sección C. Preguntas a Profesional en la Comunicación/Especialista.

1. ¿Cómo analiza la cobertura, en CR Hoy y Diario Extra, sobre las noticias relacionadas al narcotráfico?
2. Si considera que las coberturas que realizan ambos medios, muestra realmente la problemática del narcotráfico en el país, si la información que se da visibiliza esta situación en el país.

3. Con respecto al clickbait y sensacionalismo, ¿existen estrategias para captar la atención del lector en estos temas?
4. *Mostrar la matriz de resultados y que a partir de ahí de su opinión como experto en comunicación, qué le dicen los resultados de cada medio.*
5. ¿Qué recomendaciones se le podrían dar a los medios de comunicación para mostrar estos temas, manteniendo la objetividad y calidad informativa, sin caer en el click o el sensacionalismo.
6. ¿Qué se debería de considerar en las universidades, en el proceso académico, para la titulación de estos temas sensibles como el narcotráfico? ¿Dónde profundizar?
7. ¿Cómo tener un enfoque correcto donde se hable de la problemática pero que también se pueda "vender" la noticia como producto?

Análisis previsto: Las entrevistas serán transcritas íntegramente y analizadas mediante el enfoque temático-interpretativo de Braun y Clarke (2006). Se empleará una matriz de categorías predefinidas y emergentes que agrupará los fragmentos relevantes por tema (criterios editoriales, presiones informativas, ética profesional, etc.), permitiendo contrastar las percepciones con los hallazgos del análisis estadístico.

A.3 Tablas de los gráficos – Capítulo V

1-Análisis de noticias Comparativo de variables CR Hoy

Noticia	Nivel informativo	Atractivo del titular	Proximidad titular– contenido	Bajo	Medio	Alto
N1	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N2	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N3	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N4	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N5	2,10	1,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N6	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N7	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N8	2,10	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N9	2,10	1,40	2,20	1,66	2,33	3,00
N10	2,10	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N11	2,10	1,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N12	2,00	1,40	2,20	1,66	2,33	3,00
N13	2,20	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N14	2,10	1,00	2,20	1,66	2,33	3,00
N15	2,10	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N16	2,10	1,20	2,20	1,66	2,33	3,00
Promedio CR Hoy	2,10	1,20	2,20			

2-Análisis de noticias Comparativo de variables Diario Extra

Noticia	Nivel informativo	Atractivo del titular	Proximidad titular– contenido	Bajo	Medio	Alto
N1	2,00	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N2	1,80	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N3	2,20	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N4	2,10	1,00	2,20	1,66	2,33	3,00
N5	2,10	1,40	2,20	1,66	2,33	3,00
N6	2,00	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N7	2,10	1,40	2,20	1,66	2,33	3,00
N8	2,20	1,30	2,11	1,66	2,33	3,00
N9	2,00	1,40	2,20	1,66	2,33	3,00

N10	2,20	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N11	2,10	1,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N12	2,10	1,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N13	1,70	1,40	2,00	1,66	2,33	3,00
N14	2,00	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
N15	2,10	1,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N16	2,00	1,30	2,20	1,66	2,33	3,00
Promedio Diario Extra	2,04	1,26	2,18			

3-Análisis de noticias Nivel informativo Medios Diario Extra y CR Hoy

Noticia	CR Hoy	Diario Extra	Bajo	Medio	Alto
N1	2,10	2,00	1,66	2,33	3,00
N2	2,10	1,80	1,66	2,33	3,00
N3	2,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N4	2,10	2,10	1,66	2,33	3,00
N5	2,10	2,10	1,66	2,33	3,00
N6	2,10	2,00	1,66	2,33	3,00
N7	2,10	2,10	1,66	2,33	3,00
N8	2,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N9	2,10	2,00	1,66	2,33	3,00
N10	2,10	2,20	1,66	2,33	3,00
N11	2,10	2,10	1,66	2,33	3,00
N12	2,00	2,10	1,66	2,33	3,00
N13	2,20	1,70	1,66	2,33	3,00
N14	2,10	2,00	1,66	2,33	3,00
N15	2,10	2,10	1,66	2,33	3,00
N16	2,10	2,00	1,66	2,33	3,00
Promedio	2,10	2,04			

4- Comparativo de análisis de noticias Atractivo del titular Medios CR Hoy y Diario Extra

Noticia	CR Hoy	Diario Extra	Bajo atractivo	Atractivo medio	Alto atractivo
N1	1,10	1,10	1,66	2,33	3,00
N2	1,10	1,30	1,66	2,33	3,00
N3	1,10	1,30	1,66	2,33	3,00
N4	1,10	1,00	1,66	2,33	3,00
N5	1,20	1,40	1,66	2,33	3,00
N6	1,10	1,30	1,66	2,33	3,00
N7	1,10	1,40	1,66	2,33	3,00
N8	1,30	1,30	1,66	2,33	3,00
N9	1,40	1,40	1,66	2,33	3,00
N10	1,30	1,10	1,66	2,33	3,00
N11	1,20	1,20	1,66	2,33	3,00
N12	1,40	1,20	1,66	2,33	3,00
N13	1,30	1,40	1,66	2,33	3,00
N14	1,00	1,30	1,66	2,33	3,00
N15	1,30	1,10	1,66	2,33	3,00
N16	1,20	1,30	1,66	2,33	3,00
Promedio	1,20	1,26			

5-Comparativo de análisis de noticias Proximidad titular – contenido Medios CR Hoy y Diario Extra

Noticia	CR Hoy	Diario Extra	Baja proximidad	Proximidad media	Alta proximidad
N1	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N2	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N3	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N4	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N5	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N6	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N7	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N8	2,20	2,11	1,66	2,33	3,00
N9	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N10	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00

N11	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N12	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N13	2,20	2,00	1,66	2,33	3,00
N14	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N15	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
N16	2,20	2,20	1,66	2,33	3,00
Promedio	2,20	2,18			

A.4 Transcripción de las entrevistas

1-Daniel Córdoba, CR Hoy, periodista

Camila Acosta: Entrevista realizada el lunes 16 de febrero de 2026 con Daniel Córdoba, periodista de CR Hoy. Buenas tardes, Daniel. Muchas gracias por acompañarme hoy en la entrevista.

Daniel Córdoba: Hola, Camila, un gusto estar por acá, con mucho gusto, claro.

Camila Acosta: En primer lugar, desde su experiencia como periodista, ¿cuál considera que es la función principal del titular en noticias de sucesos relacionadas con el narcotráfico?

Daniel Córdoba: Bueno, el titular como como cualquier noticia verdad tiene como fin informar, eh ya sea de la forma más precisa más puntual. Y más clara para el lector.

Camila Acosta: Okay, ¿qué elementos informativos considera imprescindibles en un titular de este tipo de noticias? ¿Y cuáles elementos suelen quedar fuera?

Daniel Córdoba: Bueno, creo que eso depende de cada periodista o de cada medio de cómo lo, lo fundamente.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: A mí personalmente me interesa saber cuánta droga decomisaron y en qué lugar o en qué contexto la decomisaron verdad no sé dentro de un camión, dentro de un búnker, dentro de un contenedor creo que son elementos puntuales que pueden llamar la atención del lector.

Camila Acosta: Ahora... ¿existen criterios editoriales que limiten la cantidad de información que

Daniel Córdoba: Hay límites, claro, en cada medio, pero eso creo que va más enfocado en la cantidad de caracteres que puede, que puede soportar como tal la página web digamos un WordPress o otros sistemas digamos. Entonces generalmente esas cajas de texto de título tienen un límite de caracteres que son los que se intentan no sobrepasar. En el medio como tal en CR Hoy, no hay un límite en cuanto a temática.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: Pero sí en cuanto a cantidad de palabras.

Camila Acosta: Con respecto al tema del atractivo, el titular y estrategias de captación. ¿Qué rol cumple el atractivo del titular con la cobertura de noticias sobre narcotráfico?

Daniel Córdoba: Yo considero que el titular es muy atractivo, tiene que ser atractivo, perdón, para la noticia porque a ver no a todo el mundo le puede interesar eh el tema narcotráfico, el tema de crímenes.

Camila Acosta: mhm.

Daniel Córdoba: Entonces pues la idea es que la gente se meta a leer qué es lo que está ocurriendo, que fue lo que pasó, como fue que sucedió entonces, pues creo que intentar ser lo más llamativos posibles o tratar de captar la atención del lector es fundamental en esos casos para que la gente se entere y se informe.

Camila Acosta: ¿Qué tipo de recursos considera aceptables o también problemáticos para ser un titular más llamativo en este tipo de informaciones?

Daniel Córdoba: Sí, bueno, eso dependerá, me imagino, que de cada medio y, y también de un poco de cada periodista, ¿verdad? Hay situaciones que tal vez pueden ser un poco deshumanizantes verdad de la tragedia humana.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: Pero creo que a veces no está en manos del periodista tampoco que, porque a final de cuentas el periodista puede presentar una nota verdad completamente diferente. Y esa nota pasa por edición de un superior verdad un editor, una editora, que le puede dar vuelta completamente entonces. Pues hay códigos morales de que tiene cada periodista verdad y cada medio pero a final de cuentas, eso queda mucho también en, a discreción del editor que publica la nota.

Camila Acosta: Claro, ahora, ¿cree que existe una tensión entre atraer el lector y mantener un tratamiento informativo responsable en este tipo de noticias, llámese tipo clickbait, que tal vez algunos medios lo utilizan para que sí o sí se metan a leer la noticia. ¿Cómo se mantiene sin llegar al clickbait o al sensacionalismo, pero que también atraiga el lector y pueda leer el la noticia dada?

Daniel Córdoba: Yo creo que lo primordial es no mentirle al lector vamos a ver, si usted está informando un decomiso de droga y pone decomisan gran cantidad de droga no se en Limón, Puntarenas. Y usted se mete una nota y la nota ahí es de que decomisaron dos cigarrillos, ¿verdad? Este, le está mintiendo al lector, entonces pues yo considero que eso es fundamental no mentirle al lector. Ahora bien, hay otros recursos verdad de cómo se menciona el tema del clickbait. Y también ahora se utiliza mucho el tema los estados en WhatsApp, que buscan que la gente de click en los links en las páginas webs. Ahí también entra en juego otra otro factor u otro actor que tal vez el periodista no tiene control que son los community managers verdad, que son realmente los que manejan las redes sociales y a veces pues

juegan con eso y, y el periodista no puede tener el control, pero como a nivel, regresando a la pregunta como tal yo creo que el fundamento es eso no mentirle al lector en lo en el titular, digamos a lo menos.

Camila Acosta: Okay. Ahora, con respecto a la relación entre el titular de la noticia y el contenido de la misma. ¿En qué situaciones considera que es aceptable que el titular simplifique, enfatice o deje fuera ciertos elementos que sí aparecen luego en el cuerpo de la noticia?

Daniel Córdoba: Bueno, creo que eso en, en parte es eh una parte del periodismo como tal digamos de generalmente es tratar de ir de lo más general a lo más ver a específico, el tema de la pirámide invertida. Creo que es algo pues normal y es parte de del ejercicio del periodismo. A veces eh como te decía verdad del tema de límites de palabras límites de, de caracteres.

Camila Acosta: Limita.

Daniel Córdoba: Pues a veces dejan al periodista, limita exactamente, limitan al periodista en lo que se puede poner en el titular o no se puede poner en el titular, pero, pero creo que considero que va un poco en dentro de lo que nos enseñan en el periodismo como tal.

Camila Acosta: ¿Diría usted que la relación entre el titular de la noticia y el contenido responde más a su decisión individual como periodista o a los lineamientos editoriales del medio, en este caso CR Hoy?

Daniel Córdoba: Pues, va a depender digamos en, en si me si me pregunta directamente el contexto de CR Hoy, hay una simbiosis digamos de en el, el enfoque del periodista y el enfoque del medio también o del editor, digamos. Entonces usted como periodista posiblemente no se ve la noticia y propone tal enfoque verdad. Y lo pelotea con el con el editor, la editora y llega a un consenso, verdad y si no se llega un consenso pues entonces prevaleciera el del mayor rango jerárquico verdad, pero eh sí, sí, totalmente.

Camila Acosta: Okay, de estos veintidós noticias que te comentaba que analicé, sí me percaté que el estilo de CR Hoy con respecto a los titulares es un, no voy a decir que es que CR Hoy que es más homogéneo que de Diario Extra pero si mantiene como la misma línea, verdad, en cómo se titulan las noticias, teniendo esto en cuenta, ¿cree que un estilo editorial homogéneo puede influir en que los titulares mantengan niveles similares de información atractivo y coherencia?

Daniel Córdoba: Sí, claro, por supuesto, ahí, ahí entra el tema era de, de cómo se, de cómo el medio como tal, se desempeña verdad en el caso de CR Hoy pues claramente es un medio crítico verdad, es un medio de oposición, entonces generalmente los titulares van a ir hacia ese lado verdad no hacia criticar, hacia resaltar lo negativo, decir que eso está mal este y creo que la mayoría de noticias va a ir por ese lado y con ese enfoque, con grado y con esos mismos titulares entonces eh tal vez evidentemente hay medios donde ese enfoque era tan, tan de choque, tan, tan crítico, va a ser más suave y entonces, pues los titulares van a ir reduciendo su criticidad o reduciendo su enfoque verdad de choque tal vez entonces pues sí claro la posición de un medio como tal va a definir mucho, como se titula homogéneamente digamos.

Camila Acosta: Ahora, desde su perspectiva profesional, a la hora que está redactando el titular, ¿qué pesa más al momento de titularla, informar con precisión, captar atención o mantener una línea editorial? O bien pueden ser las tres.

Daniel Córdoba: Sí que creo que, bueno, nosotros como tal nos piden las tres, ¿verdad? Tampoco es dejarse ir por un lado más que del otro, ¿verdad? Creo que eh pasa que por ejemplo en el tema de sucesos o en el tema narcotráfico verdad de temas así de, de, de esa temática, también hay otros factores extra por detrás digamos eh generalmente hay seguimiento de un tema entonces, por ejemplo.

Daniel Córdoba: Hay seguimientos, como te decía entonces por ejemplo si asesinan a un hombre no se en Limón en Puntarenas, en San José Centro, equis, eh generalmente sobre ese tema van a salir varias cosas durante el día entonces digamos si mañana se dijo que al hombre lo mataron de cinco disparos en plena, no sé, en vía pública a mediodía tal vez sale otra información de que no sé, estaba con, estaba con una persona.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: Eh tuvo una riña y en la noche sale ya quién es esa persona entonces durante el día los enfoques van a ser diferentes verdad primero informar qué pasó en el medio día, qué fue lo que pasó o cómo fue que se cómo fue que pasó que fue lo que pasó y en la noche informar quién era, por qué lo mataron y ese tipo de cosas entonces. Durante el día a veces hay enfoques que van a ir cambiando este en medios como CR Hoy que tal vez son más de más de inmediatez. Y más de cantidad de noticias entonces. Eh pero sí lo que se usa como tal es que las tres que esas tres variables que usted menciona pues estén en todas las notas, pero a veces va a pesar un poco el tema del enfoque y que no se repita lo que ya se ha dicho durante el día, sino que sea algo nuevo diferente algo, que informe la gente. Eh en en una forma totalmente diferente a lo que ya se dijo a lo largo del día.

Camila Acosta: Ahora, como reflexión final y proyecciones, ¿considera que los titulares influyen en la forma en que la audiencia comprende o percibe el fenómeno del narcotráfico y de qué manera?

Daniel Córdoba: Sí, claro, sí influye porque vamos a ver eh que la gente piense que decomisar veinticinco kilos de droga, una tonelada de droga, este, sea algo normal es preocupante verdad porque habla un poco del contexto.

Camila Acosta: mmmm.

Daniel Córdoba: Del país de inseguridad verdad que se diga que el país llega a ochocientos setenta y tres homicidios en un año, siendo el tercer segundo año más violento de la historia, es preocupante para que alguna gente diga ah mira sí qué cantidad de, de homicidios, ¿verdad?

Camila Acosta: Porque es como normalizar la, ese tipo de violencia.

Daniel Córdoba: Claro, es exactamente se normalizan situaciones de violencia que son preocupantes y que a la gente bueno debería preocuparle verdad de estar viviendo unos años de violencia, verdad los años de violencia más más más marcados de la historia creo que es importante que la gente entienda ese contexto para ti y los y los titulares y las noticias deben este pues dar a entender eso verdad, a veces tal vez un decomiso de droga se menosprecia verdad de porque eran unos cuantos kilos, unos cuantos kilos de marihuana, unos cuantos kilos de metanfetamina. Pero a ver, es un tema preocupante es un negocio ilegal, que genera miles de millones de verdad de colones o dólares en dinero para grupos criminales. Y es importante decirlo y poner en contexto verdad la problemática de eso.

Camila Acosta: Sí, yo creo que es como buscar más que tengo una influencia entre comillas positiva de que preocupe e involucre a las personas y no, entre comillas, negativa, que sea normalizar, ya sea la ola de violencia que estamos viviendo, el récord de asesinatos, incluso la cantidad de droga que se está incautando.

Daniel Córdoba: Claro, exactamente, pero es, eso como te decía, ¿verdad? Va un poco pues en el enfoque del medio como tal, verdad.

Camila Acosta: Claro.

Daniel Córdoba: Yes, como CR Hoy es un medio crítico, medio oposición, pues evidentemente eso es lo que va a buscar para con todos los gobiernos y con toda la gente que para que esté en una posición de poder y que tenga que dar este las respuestas, como tal hay otros medios que tal vez no van a buscar eh generar esa conversación, generar ese debate, verdad y a como tal hay gente que también va a tratar de defender verdad que, que no son tantos homicidios o que la crisis de inseguridad.

Camila Acosta: Sí, minimizar.

Camila Acosta: Y como ya última pregunta, ¿hay algún aspecto del proceso de titulación que considere relevante un periodista en formación como mi persona y que esta investigación debería explorar en mayor profundidad, con el contexto brindado previo a la entrevista?

Daniel Córdoba: um, a ver, para los periodistas que, que, que, que comienzan, creo que pues llegar a una redacción es verdad, generalmente un poco de nervios y demás, ¿verdad?, de conocer cómo se va trabajando y pues cuál es el enfoque que se trabaja en el medio y un poco también ir descubriendo verdad el tema de la pluma y cómo es cómo escribe cada uno. Creo que en cada medio de comunicación o por lo menos en mi experiencia por lo menos eh siempre va a contar con el apoyo de otros periodistas verdad de un poco más de experiencia que lo van a guiar que le van a explicar, pues por dónde va el tema verdad, pero creo que a nivel de a nivel de periodismo, de periodista perdón este, uno tiene que ir viendo o ir desarrollando un poco donde está la noticia. Y también como abordar los contenidos verdad te vamos a ver por ejemplo el OIJ lo que hace es enviar comunicados, comunica, enviar audios de, de voz. Y tal vez a un periodista pues junior no va a saber cómo abordarlos en primera instancia verdad entonces creo que. Es fundamental el acompañamiento el tema ya el tema de la titulación como tal pues va un poco verdad de la mano con el tema de lo que te mencionaba el tema de descubrir enfoques verdad.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: Ehh porque bueno y eso va un poco también depende del medio de comunicación verdad si es un poco más más crítico, más relajado, un poco intermedio digamos, pues va a depender un poco de eso entonces creo que a nivel general es un poco complicado de definir y va a depender como el contexto de cada periodista y dónde va donde va a estar digamos.

Camila Acosta: Mm-hmm.

Daniel Córdoba: Pero, pero. Pero va un poco por ahí por ese lado.

Camila Acosta: Perfecto Daniel, muchas gracias por la entrevista.

Daniel Córdoba: Claro Camila, con todo gusto, ahí le queda mi contacto si necesitara más información.

2-Wilmer Madrigal, Diario Extra, periodista

1: Función del titular y nivel informativo

(Vinculado al Objetivo específico 1)

1. Desde su experiencia como periodista, ¿cuál considera que es la función principal del titular en noticias de sucesos relacionadas con el narcotráfico?

Enganchar al lector y brindar dato relevante sobre los hechos, esto depende mucho del formato en el que se realice la noticia (tele, digital, impreso o radio).

2. ¿Qué elementos informativos considera imprescindibles en un titular de este tipo de noticias y cuáles suelen quedar fuera?

Depende mucho del formato, pero por lo general tienen que ser elementos noticiosos, desde un detalle particular hasta uno de lugar, suelen quedar por fuera el tiempo es decir el momento en el que ocurre (hoy, esta mañana, etc.).

3. ¿Existen criterios editoriales que limiten la cantidad de información que se incluye en el titular cuando se trata de temas sensibles?

Más que la línea editorial es el formato es decir el sitio web por ejemplo tiene una cantidad específica de caracteres que se deben cumplir por el tema del SEO que es lo que ayuda a la ubicación de la nota en los motores de búsqueda de Google u otros buscadores, al igual que el periódico y televisión los caracteres son limitados por espacios.

2: Atractivo del titular y estrategias de captación

(Vinculado al Objetivo específico 2)

4. En su opinión, ¿qué rol cumple el atractivo del titular en la cobertura de noticias sobre narcotráfico?

Generar que el lector sienta interés de leer el artículo para informarse de lo que está pasando en el país sobre este tema.

5. ¿Qué tipo de recursos considera aceptables o problemáticos para hacer un titular más llamativo en este tipo de informaciones?

En lo particular hablar de algún detalle en específico suele ser más atractivo, para el lector sin exagerar en la nota, ni caer en el sensacionalismo o clickbait, eso es aceptable.

Lo problemático es brindar informaciones sensibles en el titular por muy llamativo que suene debido.

6. ¿Cree que existe una tensión entre atraer al lector y mantener un tratamiento informativo responsable en este tipo de noticias, llámese tipo clickbait, que algunos medios lo utilizan para que sí o sí se metan a leer la noticia? ¿Cómo se mantiene sin llegar al clickbait o al sensacionalismo pero que también atraiga al lector y pueda leer la noticia brindada?

La línea es muy delgada, pero desde Diario Extra tratamos que lo que se menciona en el titular esté dentro de la nota realmente, para no engañar al lector y así evitar el clickbait, como mencionaba anteriormente ver el detalle de los hechos lo que muchos periodistas no le dan tanta importancia podría convertirse en un gancho perfecto para atraer al lector.

3: Relación entre titular y contenido

(Vinculado al Objetivo específico 3 – coherencia MEDIA)

7. ¿En qué situaciones considera que es aceptable que el titular simplifique, enfatice o deje fuera ciertos elementos que sí aparecen en el cuerpo de la noticia?

Como mencionaba el título es para enganchar al lector entonces no debe de contar toda la noticia, pero tampoco debe caer en el clickbait haciendo que el lector pueda ingresar a la nota para leer la información completa.

8. ¿Diría que la relación entre titular y contenido responde más a decisiones individuales como periodista o a lineamientos editoriales del medio?

Depende del medio y también del periodista, en nuestro caso como Grupo Extra es fundamental que lo que indique el titular realmente se encuentre dentro del texto de la nota.

4: Interpretación de las relaciones entre variables

(Vinculado al objetivo general y al análisis correlacional)

9. ¿Cree que un estilo editorial homogéneo puede influir en que los titulares mantengan niveles similares de información, atractivo y coherencia?

Si, pudiera funcionar.

10. Desde su perspectiva profesional, ¿qué pesa más al momento de titular una noticia sobre narcotráfico: informar con precisión, captar atención o mantener una línea editorial estable?

Informar con precisión y mantener una línea editorial estable.

5: Reflexión final y proyección

(Interpretación profunda de los hallazgos)

11. ¿Considera que los titulares influyen en la forma en que la audiencia comprende o percibe el fenómeno del narcotráfico? ¿De qué manera?

Sí, porque según la forma que se plantea las audiencias pueden considerar que este tema es normal, bueno, o que lo vean como una forma de conseguir dinero fácil y rápido.

12. ¿Hay algún aspecto del proceso de titulación que considere relevante un periodista en formación, como mi persona y, que esta investigación debería explorar en mayor profundidad, con el contexto brindado previo a la entrevista?

Como lo he mencionado en reiteradas ocasiones, creo que irse por el detalle en estos temas ejemplo, el impacto económico, puede ser un alias de la personas detenida, la forma en la que ocultaban la droga, como actuaron las autoridades para detenerlos, que acciones provocó que las autoridades dieran con los delincuentes, la zona en la que distribuían la droga y como la movía, esos detalles que siempre van a estar en el interior del artículo por lo general causan mucha curiosidad en la audiencia y sin caer en el clickbait.

3-Bharley Quirós, Diario Extra, jefe de Información

Bharley Quirós Navarro

Jefe de Información Diario Extra Digital e Impreso

Camila Acosta: Entrevista realizada el martes 24 de febrero con Bharley Quirós de Diario Extra. Muchas gracias Bharley por este espacio.

Bharley Quirós: Mucho gusto Camila, a la orden.

Camila Acosta: Con el contexto que le brindé antes de la entrevista sobre mi tesis, con respecto a la función del titular de la noticia y el nivel informativo contenido en la misma, ¿existen criterios editoriales que limitan la cantidad de información que se incluye en el titular cuando se trata de temas sensibles, en este caso sobre el narcotráfico?

Bharley Quirós: Bueno, particularmente digamos, Diario Extra ha tratado de tener esa particularidad en sus titulares que es titular corto, esto por una cuestión estratégica básicamente del medio. Eso obliga al periodista a ser más conciso, y incluso lo obliga a ser más creativo. Ahora, en temas de narcotráfico, digamos, o esos temas que son más sensibles, pues sí, evidentemente hay algunas restricciones para cuidar que ese titular primero no confunda a la población o alarme, digamos, de forma innecesaria a la gente, o cree una percepción distinta a la que se busca. Entonces, pues sí, hay todo, digamos, en el caso de la web, hay un periodista que recibe alguna información, ya sea de Seguridad Pública, o de la OIJ, o de la Fiscalía, y se monta una nota, que es revisada por un editor previamente, antes de ser colocada en redes, digamos, o sea publicada. Entonces sí, hay un tratamiento previo, digamos, que cuida esos detalles, digamos, que primero no se genere una expectativa que no existe, o que la información no contiene, verdad. Y generalmente, pues nosotros lo que hacemos es, esas notas son muy informativas, ¿verdad? A veces hay notas que son más de análisis de lo que ocurre, verdad, Por ejemplo, particularmente hoy, con este caso ocurrido con el asesinato de este líder narco en México, del Mencho, hoy llevamos dos notas de análisis sobre el tema, que si ya, digamos, en el titular buscan como abordar más un poco, en este caso, los nexos, digamos, que tenía este cartel en Costa Rica, obviamente basados en información que brinda la OIJ. Pero, digamos, te puedo decir que particularmente, digamos, para titular en web y todo ese tipo de notas que son muy, muy informativas, por ejemplo, qué sé yo, de capturas de droga, verdad, o decomisos de droga que hace la Fuerza Pública, ¿verdad? O Guardacostas, es muy informativo, verdad, o sea, nos apegan mucho a la fidelidad de la información que nos brindan, y tiene esa particularidad, por tanto, digamos, para el periodista tiene el reto de ser conciso, de no ser un título muy largo, y obviamente la responsabilidad del editor de que esa información sea, o sea, acorde a lo que la nota dice, verdad, o sea, que no cree una falsa expectativa en el lector, y que sea muy informativa, que no genere alarma, digamos.

Camila Acosta: Ahora, mencionaba que, en lo digital, ahora, en la parte impresa, ¿hay alguna diferencia? O básicamente se busca que sean como parecidas.

Bharley Quirós: Sí, tal vez que digamos en la web, verdad, es como muy, como te dijera, es mucho el momento de lo que está pasando, o sea, es muy informativo. A veces, en el diario, como sale el día siguiente, a veces tratamos de

darle un enfoque un poco más amplio, o que abarque algún elemento que no se mencionó, o que, digamos, que hay algún detalle, digamos, de esa información que se puede ampliar con otras fuentes, por ejemplo.

Entonces, ahí el titular puede cambiar, y generalmente tratamos igual que sea corto, que no sea muy largo, porque igual, bueno, en el diario también tiene la, por decirse, la ventaja, o la particularidad que hay espacios, digamos, definidos, entonces, la web, igual puedes poner un titular de cuatro líneas, si quieres, verdad, pero en el diario no. Igual nosotros no acostumbramos a hacer eso, tratamos de que sea lo más corto posible, pero igual, digamos, pasa por ese tratamiento, igual pasa por una revisión previa de un editor, que, digamos, adecua ese titular al enfoque que queremos, que, como te digo, a veces, no, no, no, muy rara vez es el mismo enfoque que salió en la web. La idea es que sea un enfoque diferente, que tenga más elementos, esa nota, que tenga más voces, es decir, más fuentes, y que pueda, digamos, esa situación puntual, verdad, informativa, que se dio, qué sé yo, en horas de la mañana para la tarde, noche, digamos, cuando se está ya redactando esa nota para el diario, ya haya más elementos que puedan abarcar otros enfoques. Entonces, que pueda ser más sustantiva esa nota, ¿verdad?, que tenga más elementos.

Camila Acosta: Claro, con respecto al atractivo del titular y las estrategias de captación para el público, qué medios se utilizan en Diario Extra, para hacer que una noticia sea, entre comillas, producto de venta, porque, bueno, al final de cuentas, los medios de comunicación producen noticias, entre comillas, para vender, claro, para que el público las lea, pero que también mantenga el elemento noticioso a la vez.

Bharley Quirós: Sí, bueno, hay tal vez una particularidad en esto porque, bueno, vos sos joven, pero Diario Extra, en su pasado, digamos, tuvo, en el caso de las noticias de sucesos, titulares que eran un poco...

Camila Acosta: Amarillistas

Bharley Quirós: Se podría decir, o sensacionalistas, y, bueno, se jugaba inclusive, en algún momento se jugaba con el dolor de algunos hechos, de algunos sucesos. Eso, obviamente, con la nueva, digamos, el recambio que tuvo el diario y la nueva línea editorial, eso se eliminó y, bueno, nosotros inclusive ofrecimos perdón públicamente al país sobre lo que en el pasado se realizó, a pesar de que tal vez no, muchos de nosotros, los que estamos ahora, no tuvimos tal vez esas responsabilidades, pero, bueno, asumimos la carga de ese pasado. Y entonces, como te digo, primero es respetar a las audiencias, respetar a la persona que nos está leyendo. Nosotros tratamos de pensar mucho en la gente, en cómo le resolvemos problemas a la gente en la nota, ver si es posible, digamos, hacer estos enfoques.

Y, por ejemplo, hoy, le comento, hoy en la mañana, estábamos hablando de eso en la reunión de la mañana, entonces hay gente nueva que ingresa, gente, muchachos jóvenes que ingresan, entonces les recordamos, porque creo que había una estadística, un tema ahí de suicidios, entonces les decíamos, por ejemplo, nosotros no cubrimos suicidios, ningún medio debería cubrir suicidios, digamos, porque eso puede generar ya, psicológicamente se ha demostrado ahora, que puede generar un efecto ahí en cadena de personas que repliquen eso, o esa conducta, y entonces, pero digamos, en el pasado se hacía, verdad, entonces, lo que les decimos a los muchachos es, hay que ponerse en el lugar de la gente, o sea, cómo actuarían ustedes si eso les pasara, verdad, que no, pero si les pasara a un familiar, verdad, entonces, eso es una, digamos, una de las, de los elementos que ellos deben de tener a la hora de hacer un tratamiento de una información en el caso de sucesos, verdad. No te voy a mentir, a veces los muchachos están con la disposición o el permiso de usar inteligencia artificial para mejorar titulares, eso es una herramienta que nosotros aplicamos, pero como te digo igual, todo titular tiene que pasar después por una revisión de un editor, para que finalmente quede aprobado. Básicamente las premisas son esas, que sea corto, que sea fidedigno a la información, verdad, o sea, nosotros no inflamamos notas, no nos interesa hacer un titular, digamos, rimbombante, o que diga algo que la nota no dice, o no se sostiene, que es lo que nosotros a veces decimos, verdad, o sea, a veces encontramos titulares que vos lees la nota y dices, pero bueno, no lo veo sustentado en la nota, o sea, no hay una fuente, no hay un dato, no hay una declaración, no sé, o sea, un estudio o lo que sea, entonces eso cuidamos de que no suceda. Es decir, a veces inclusive hemos preferido sostener temas o enfoques de notas porque no están bien amarradas, o el periodista nos dice, es que todavía no tengo ese fairness, o todavía no tengo los resultados de tal estudio, o lo que sea, pero puedo sacarla de tal forma, le digo, no, no, o sea, mejor esperemos a que se tenga eso, para poder complementarlo y que quede todavía mejor amarrado.

Entonces sí, digamos, yo lo que quiero decir es que a nosotros, ok, si bien es cierto, esto es un negocio, verdad y obviamente hay que vender periódicos, hay que tener, hay que tener, digamos, que las redes tengan likes y todo lo demás, pero nosotros no nos interesa tanto como generar expectativas falsas en los titulares y obviamente mucho

menos en las notas, entonces tratamos de que sean títulos cortos, de que sean títulos fidedignos, realistas, según la nota, y bueno, es que depende mucho de la nota, verdad, yo te podría decir, a veces es mejor titular con una frase, a veces con una cifra, pero digamos, a veces, inclusive eso, verdad, porque decimos, bueno, qué sé yo, que Costa Rica aumentó en un 20% la incautación de droga en los últimos no sé cuántos meses, pero eso qué significa, digamos, y a veces ir un poco más allá de eso, ¿verdad? Es posible compararlo con otros gobiernos, con otros años, entonces a veces hay que hacer esas valoraciones, pero en general el enfoque es ese, ¿no? Obviamente pues ser muy directos, ser cortos, ser fidedignos a lo que estamos diciendo y ser creativos, hasta donde sea posible, ¿verdad? Pero, y sobre todo, respetar, respetar que la información y ese titular esté amarrado con lo que la nota diga, ¿verdad? Eso es muy importante.

Camila Acosta: Ahora, con respecto a temas sensibles, en este caso el narcotráfico, el decomiso, incautación de droga, ¿el tratamiento periodístico que se le dan a estas noticias para venderlas es diferente, precisamente en este tema o la mayoría de los titulares en el medio utilizan los mismos recursos periodísticos para titular y, entre comillas, poder vender la nota bien?

Bharley Quirós: No, en realidad yo creo que no hay diferencias, es que, digamos, te pongo una situación de un ejemplo de esto, de muchos factores, digamos, que involucran en una nota, digamos. Pues, por ejemplo, para mí, en el caso del diario, y también en la web, pero sobre todo en el diario, la fotografía es un elemento que juega un peso muy importante.

Entonces, por ejemplo, en el caso de Celso Gamboa, cuando Celso estuvo en estos juicios el año pasado, su abogado y él indicaron que no se podían usar las tomas de los juicios. Bueno, vos no te imaginas la cantidad de fotos que hay de él con gestos sumamente impactantes, inclusive él haciéndose así (*hace pistola apuntando a la cabeza*) como si le hubieran disparado, y bueno, los gestos de él y todo fueron muy impactantes, y nosotros decíamos, guau, o sea, esto, esta foto, esta foto dice más que cualquier titular y que cualquier nota, pero no podemos usarla, ¿verdad? Entonces, eso es el reto, entonces tenemos que usar fotos de archivo de Celso, y se repetían las mismas fotos, pero bueno, es que no podíamos hacer otra cosa. Entonces, a la hora de titular, obviamente, como te digo, bueno, lo que te he estado diciendo abarca para cualquier tema en realidad, o sea, realmente nosotros, si bien es cierto, los sucesos, digamos, sobre todo lo vemos mucho en la web, es tal vez de las notas que más se leen, digamos, a la gente le interesa conocer un suceso o abordar sucesos, qué es lo que está pasando, si tratamos de que nosotros, de que eso no sea, digamos, por el morbo en sí, o sea, hacer un titular morbosos, o que la gente lo relacione con eso para generar likes, porque hemos tratado de evitarlo hasta donde sea posible, y como te digo, nos enfocamos más en informar, en reflejar lo que está sucediendo, sin ganar alarmas innecesarias o expectativas que no existen, o infladas, no sé, entonces, y tratamos de jugar mucho también con todo eso, digamos, nosotros creo que somos el único medio ahorita que tiene en planta más o menos a seis, siete fotógrafos, entonces nosotros sí logramos mucho con eso, jugamos mucho con la fotografía, el fotoperiodismo, eso nos ayuda mucho, y a veces puede haber un buen titular, pero si hay una buena foto también, eso refuerza mucho lo que se quiere expresar, digamos, con la información, entonces hay que abarcar todos esos elementos, hay que abarcar todos los elementos, y bueno, como te digo, siempre hay un editor que está ahí y el periodista puede preguntarle y aclararle la duda, pero eso tiene que ver mucho con, en fin, en sí con la información que se está analizando en el momento, todos los casos, todos los días hay casos distintos, pero como te repito, esas son básicamente las líneas, verdad, que manejamos para titular, o sea, no buscamos, como te digo, ese ese, bueno, ese sensacionalismo, muchas veces que se ven algunos titulares, verdad, y que yo a veces lo veo, digamos, por ejemplo, no sé, que me acuerdo ahorita, no era de sucesos, pero era un titular de La Nación en la web que decía que había una expectativa de que Costa Rica, a pesar de que no había ido, no había clasificado al Mundial, podía estar como una, que podría tener como una participación en él, algo así, como que podía, digamos, tener un chance, entonces la gente decía guau, que será lo que pasó, y era que era un árbitro, que podía tener participación en el Mundial, entonces, digamos, eso no nos gusta hacerlo, yo sé que eso hace que la gente se meta en la nota, pero digamos, genera también en la audiencia un rechazo casi inmediato, porque dicen, oh no, lo que están haciendo es inventando, o me están, verdad, agarrando el tonto para meterme en la nota, entonces, vieras que tratamos de no hacer eso, yo sé que CR Hoy lo hace mucho, y te lo digo porque yo trabajé en CR Hoy, sé que La Nación lo estaba haciendo últimamente, pero nosotros tratamos de no copiarlo, o no implementarlo, digamos, y a veces preferimos, no sé, dar un dato que puede ser más interesante, o como te digo, si tenemos una buena foto, entonces complementarla con una buena foto, de que genera una expectativa que no se cumple, que es más esto y nada más, entonces son notas que tal vez, verdad, ni siquiera se leen, porque la gente empieza nada más como para ver básicamente qué era, y ya se salen, pero diay eso pasa, eso pasa actualmente.

Camila Acosta: Por tanto, ¿se puede concluir que Diario Extra como medio no utiliza entonces el clickbait para llamar la atención de las noticias?

Bharley Quirós: Sí, sí, de hecho, hay algo que puedes notar en la web de nosotros, casi no hay noticias de farándula, no acostumbramos, es decir, si hay un periodista, digamos, que cubre la fuente de farándula, digamos, de espectáculos, que llama uno, pero inclusive ahí mismo él tiene algunos parámetros, verdad, digamos.

Camila Acosta: Es como más a nivel informativo y no tanto como de espectáculo, la visión de que la gente inmediatamente ingrese, ¿verdad?

Bharley Quirós: Sí, porque te cuento, digamos, un poco eso, antes en CR Hoy, digamos, yo me acuerdo que, cuando las visitas que ellos llaman, digamos, a las notas están muy bajas, ellos miden eso, ¿verdad?, en tiempo real, bueno, nosotros también lo hacemos, pero me acuerdo que en CR Hoy, ese periodo, entonces, alguien decía, hey, saquen una vieja chinga, para ver si sube la visitación o saquen una nota de Melisa Mora, a ver qué puso Melisa Mora en redes, y entonces, ese click fácil, como decís vos, verdad, o sea, no nos interesa tanto, creo que hay cosas que se pueden hacer muy diferentes, con una mejor calidad periodística, con más profundidad, con más análisis, y que, y sobre todo, digamos, buscando mucho el, darle, el darle soluciones a la gente, en temas que les preocupan, que puede generar también, también likes, y puede generar también interacción, o sea, no nos interesa tanto ese, eso fácil, ¿verdad? Y si eso, lo que pasa es que eso lleva más trabajo, ¿verdad?, y es más difícil, entonces, cuesta más, y entonces lleva más tiempo, pero, como te digo, o sea, este periodista, digamos, que es un muchacho joven, que es el que cubre espectáculos, él sabe bien que, digamos, busca temas que son más, no sé, de gente, artista nacional, que trabaja duro, que hace, no sé, un buen disco, una cosa así, es reconocida, o sea, ¿me entiendes? Es preferible eso, que ir a poner ahí, un pleito de, no sé, de alguna “famositica”, por, en redes, que a veces se hace, no te digo que no, o sea, pero no es como la constancia, o sea, no es como la, el fin, digamos, y eso, digamos, en todo, o sea, como te digo, o sea, digamos, en la pasada campaña electoral, nosotros también teníamos eso, verdad, porque a veces eso tiene como a, ¿cómo se llama?, como a segmentar mucho el país, como a dividirlo en ciertos temas, verdad, y entonces tratábamos de ser lo más equilibrados posibles, en llevar siempre un fairness, llevar siempre las dos partes, buscar el equilibrio hasta donde sea posible, y así en varios temas, en temas, digamos, de actualidad del país, que son complicados o que generan mucha discusión, pues esa siempre ha sido la línea, pero como te digo, a veces no es sencillo, o sea, y a veces lo fácil es lo más, que hasta puede generar más, más interacciones redes, o lo que sea, pero a veces yo pienso, o somos de la línea de que, de que podemos hacer un periodismo un poquito más, más a profundidad, un poquito más, con más elementos, con más contexto, donde haya un poco más de contenido, y que la gente lo pueda, pueda ver en él ahí soluciones a problemas, y eso para nosotros es un poco la línea que tratamos de hacer, y a veces lo logramos, a veces tal vez no, pero de eso es un poco la idea.

Camila Acosta: Con respecto a la relación entre el titular de la noticia y el contenido de la misma, ¿en qué situaciones considera que es aceptable que el titular simplifique, enfatice, o deje fuera ciertos elementos periodísticos que se aparecen en el cuerpo de la noticia?

Bharley Quirós: Sí, como te decía, sobre todo en el diario, porque tal vez hay limitaciones de espacio, en la web, como te digo, hay, digamos, puedes tener como más libertad de incluir datos, o frases, o no sé, más elementos, pero la idea tampoco es contar todo en el título, ¿verdad? O sea, por eso te digo, hay que ser creativos, o sea, además que nosotros tenemos esa situación de que le pedimos a los periodistas que sean títulos cortos, entonces eso también lleva, pues, a ese reto. Diay no, básicamente, a veces se puede guardar algún dato interesante que no hay que ponerlo en el titular, que se puede crear una expectativa, siempre que esa expectativa se responda en la nota, ¿verdad? El problema es cuando creamos una expectativa que la nota no responde, entonces siempre que se cumple eso, pues, es cuestión de valorarlo, digamos, con el editor y demás, pero sí, sí, hay datos, qué sé yo, cifras, alguna frase, que se puede, digamos, considerar no ponerla directamente en el título para no contar toda la nota, ¿verdad? Pero son casos, habría que ver el caso en sí, pero sí, sí, se considera, sí, sí.

Camila Acosta: ¿La relación entre el titular y el contenido responde más a decisiones individuales del periodista que la redacta o a lineamientos editoriales del medio, o es una combinación de ambas?

Bharley Quirós: Me parece que es más una combinación de ambas, digamos, como te decía, un poco esta línea que nosotros tenemos, ¿verdad? Obviamente el periodista la entiende de previo, o se le informa de previo, o él la va conociendo con el paso de su trabajo ahí, cómo es, y la asume, digamos, entonces es para él más fácil, digamos, saber cómo debe titular, o cómo debería tratar de enfocar ese título, y obviamente, pues sí, hay, como te decía, una revisión

previa de un editor antes de que esto se publique, entonces ahí se confirman esos elementos, pero sí, es como una combinación, es una combinación, sí.

Camila Acosta: Desde su perspectiva profesional, ¿qué pesa más al momento de titular una noticia sobre narcotráfico: informar con precisión, captar la atención, ¿o mantener una línea editorial estable?

Bharley Quirós: Yo creo que es una combinación de las últimas dos, de informar con precisión y mantener una línea editorial, que va acorde con ese objetivo de informar con precisión, o no crear una expectativa falsa o alarmista, entonces creo que esos dos elementos ahí combinados son los que tratamos como de mantener a la hora de titular.

Camila Acosta: Y ya para ir finalizando, como reflexión final y proyecciones, ¿considera que los titulares influyen en la forma en que la audiencia comprende o percibe el fenómeno del narcotráfico, y de qué manera?

Bharley Quirós: Sí, sí, sin duda, obviamente en la medida que tomemos ahí decisiones en títulos, pues podemos cambiar mucho la percepción de este tema en la población. Yo creo que, digamos, a partir de la situación que está viviendo el país, que es compleja, y bueno, general en el mundo, con el ejemplo que tenemos ahorita en México, hay que tener el cuidado, digamos, primero de no ser alarmistas, pero tampoco de invisibilizar lo que ocurre. Entonces eso es el reto, digamos, de buscar enfoques que puedan, digamos, llevar lo más fielmente posible, digamos, lo que está pasando, y que la gente entienda que esa es la problemática, y que las autoridades respondan, digamos, sobre qué están haciendo, o cuál es una ruta para combatir la situación. Y también, pues, el periodismo informa, y también educa, ¿verdad?, en el sentido de que, bueno, hay población joven que, lamentablemente, lo vemos como más jóvenes involucran en bandas narco, ¿verdad?, que terminan siendo reclutadas por estos grupos, y que terminan muriendo también muy jóvenes.

Entonces hay todo un abordaje ahí complejo. A mí me parece que hay que ser muy responsables, digamos, en mostrar esa realidad sin buscar, digamos, con eso beneficiarnos de una nota alarmista o de click fácil, ¿verdad? Entonces, pues, diay es eso, ahora, básicamente ser muy cuidadosos, sí mostrar todos los elementos hasta donde sea posible de una situación como esta, y pues tampoco buscar el alarmismo, el amarillismo, el sensacionalismo, y aprovecharse de una coyuntura como la que vivimos ahorita en el país, que es difícil, ¿verdad?, y que no pareciera que se fuese a cambiar en corto plazo. Entonces, sí, eso es una responsabilidad fuerte que tiene el periodismo general en el país en esos abordajes, ¿verdad?, y que nosotros, por lo menos en particular, el Grupo Extra, ha tratado de asumir con ese nivel de cuidado, no solo por lo que la situación representa, sino porque también tenemos un pasado que nos recuerda que no podemos caer en esos errores nuevamente. Entonces por ahí va, por ahí va un poco el enfoque o el análisis previo a, digamos, publicar temas de ese tipo.

Camila Acosta: Y de último, ¿hay algún otro aspecto del proceso de titulación que considere relevante un periodista en formación como mi persona y que esta investigación debería explorar en mayor profundidad con el contexto brindado previo a la entrevista titular?

Bharley Quirós: Titular, es un arte, ¿verdad, Camila? No es fácil, o sea hay gente que tiene esa habilidad y hay gente que la va desarrollando poco a poco. Mucho es práctica, mucho es como elementos que nos permitan decir este es el gancho de esta nota, entonces no, yo lo que te diría, digamos, es que hay que ver y leer mucho cómo titula la prensa, no solo nacional sino internacional e ir tomando esos buenos ejemplos pues para que se se implementar. Sí, como te digo, eso es mucha práctica en el fondo, digamos, desde frases hasta datos, hasta situaciones que ocurren dependiendo de una nota, digamos si es, si es un suceso, digamos que un elemento que el periodista vio que otros no vieron, no sé, es muy también muy del momento y muy del tipo de nota, pero sí, es todo un arte y como te digo, también se va adquiriendo también esa experiencia conforme, conforme uno, conforme uno escribe, conforme uno hace notas y ahí uno va mejorando, pero siempre tal vez eso, digamos, de tener cuidado de no poner algo que no puede sustentar en tu nota, creo que eso es muy importante.

Camila Acosta: Muchas gracias por este espacio Bharley.

Bharley Quirós: No, con mucho gusto Camila, estamos a la orden.

4-Any Pérez, UCR / propio, profesional en Comunicación, periodista, profesora UCR

Camila Acosta: Entrevista realizada el martes 24 de febrero a Ani Pérez. Ani, muchísimas gracias por este espacio.

Any Pérez: Con mucho gusto. Muchas gracias por buscar la referencia. Yo soy coordinadora del énfasis de periodismo de la Universidad de Costa Rica e imparto el curso, de dos cursos, el de Introducción al Periodismo, donde repasamos, digamos, el panorama general de la profesión, los principios y valores del método periodístico como compromiso con las audiencias, y luego Periodismo Web, que nos permite hacer análisis sobre las diferentes estrategias para producir y distribuir noticias en formato digital. Así es que a la orden.

Camila Acosta: Muchísimas gracias. Ok, con esta matriz de resultados que te mostré y lo que te he comentado, verdad, sobre los parámetros, ¿qué te dice que estos sean los promedios de los titulares de noticias? ¿Cuál es tu opinión como experta?

Any Pérez: Tendría que analizar en detalle el corpus. Normalmente tenemos que partir del formato de cada medio. En el caso de CR HOY, desde su fundación, incluso es su eslogan o su “leitmotiv” es lo que pasa cuando pasa. No prometen análisis, no prometen infografías o visualizaciones de datos, es contarle a su audiencia lo que acaba de pasar. Eso implica recurrir como fuente primaria a las fuentes policiales, en el caso de narcotráfico o temas de sucesos directamente.

Y eso es normalmente, información... de detalle sin mucho contexto y también volátil ¿verdad?, de hecho en muchas o la mayoría de las noticias sobre todo de sucesos la audiencia ve una frase al final que dice “noticia en desarrollo” y eso tiene que ver, con, también con la volatilidad o lo efímero de las noticias digitales porque se distribuyen en redes sociales, la gente ve el título que es lo que acaba de suceder, puede que entre a la noticia y luego espera una actualización de la noticia donde se le van agregando más y más datos a partir de las fuentes policiales y luego las fuentes judiciales, porque hay que entender que en esto partimos de las fuerzas de, digamos, o los cuerpos de emergencia, que tiene que ver, después de una llamada del 911, entonces está el reporte de Cruz Roja sobre lo que sucedió.

Luego llega la fuerza policial en acompañamiento con el Poder Ejecutivo, porque es seguridad pública, y luego entra otro poder de la república, que es el Organismo de Investigación Judicial. Entonces, es compleja la cobertura de sucesos para vehicularla de una manera muy rápida, como lo piden las audiencias en digital. No se trate, quiero dejarlo claro, en digital hay que tener muy muy claro que la demanda de la audiencia es la que ha obligado a la inmediatez. Antes la gente se esperaba al periódico del día siguiente o a la emisión de cuatro horas después para tener más datos sobre lo que pasó. En digital las audiencias se les ofrece y si no está, si el medio decide voy a esperar un poquito, no la voy a publicar, voy a llamar a tal abogado defensor o voy a hacer esto o lo otro, se perdió el momento. Ya la gente lo leyó en otro lugar y normalmente en alguna página de redes sociales que no es un medio de noticias. Esto es importante como contexto de mercado y de competencia. Estamos frente a una audiencia que es voraz y cruel, en el sentido de que es demandante, prefiere datos no verificados, pero ya, a esperarse a un medio que dice, no, espere, yo voy a corroborar y a aplicar todo el método periodístico para darle la noticia completa. Eso es muy importante tenerlo muy claro.

Camila Acosta: ¿Sentís que esta inmediatez que acabas de comentar ha comprometido los principios periodísticos a la hora de titular y redactar las noticias?

Any Pérez: No, yo creo que los pone en reto. Debemos ser, sobre todo en estas épocas, periodistas mucho más completos, pero además veloces. Entonces eso, por supuesto, plantea retos muy grandes. ¿Por qué? Porque además tenemos el riesgo de que otro tipo de creadores de contenido, que yo siempre lo diferencio de las plataformas o los medios profesionales en prensa, que tienen acceso a monitoreo de emergencia también. Y entonces lo tiran en sus redes sociales, en sus perfiles, sin ninguna verificación, sin nada, y con títulos de clickbait, “no se imagina dónde hubo un decomiso hoy o no se imagina qué edad tenía la persona fallecida”.

Y entonces la gente empieza, la audiencia empieza, le da clic, porque es un clickbait, y se va a esa noticia. Entonces, en este contexto de competencia digital, si debemos atraer a la audiencia. Los títulos, cuando yo estudiaba nos decían que los títulos no podían pasar de 40 palabras, digamos 40 letras y tenían que ser cuadrados pero tenía que ver con la

diagramación impresa del periódico en estos tiempos estamos hablando de, hay que hacer títulos que seduzcan a la audiencia de venga le tengo información valiosa para usted de una manera que sea atractiva, porque si yo le doy toda la información, todas las 17.000 Ws, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué, por qué no, quién no, cuánto, en el título, ya la gente se enteró de todo y no va al sitio web. ¿Y por qué es importante que vaya al sitio web? Porque esa es la fuente de ingreso de los medios de prensa.

Cuanto más tráfico yo demuestre a una agencia de publicidad, más me considera en su distribución de pauta publicitaria, esa obligación no la tiene ninguna página web o no la tienen los sitios de clickbait ellos ganan por otras vías entonces eso es importante en estado o en el contexto de competencia mercado digital hay que ser cada vez mejor pero cada vez más rápido también

Camila Acosta: Claro. Ahora, de lo que conoces de CR hoy y Diario Extra, ¿cómo analizas la cobertura sobre las noticias relacionadas al narcotráfico, específicamente cuando hacen incautación o decomiso de droga?

Any Pérez: Me parece que, en ambos casos, bueno, Extra, por una trayectoria de muchísimas décadas, que ha profundizado y solidificado la calidad de sus fuentes, tienen de muy buen contexto siempre. En el caso de CR Hoy, también. Entonces, si lo publican es porque sucedió. Y eso las audiencias, ambas audiencias, saben que si ya salió publicado, si lo tiran a redes, como se dice en estrategia, es porque pasó, porque tiene muy buenas fuentes. Entonces, ambos medios tienen siempre una cobertura especializada. Eso es diferente a que me digas un medio de características temáticas de nicho como, no sé, alguien especializado en economía, lanza una nota de sucesos y yo me quedo pensando, ya salió en otro lado. Entonces voy a los medios que tienen esa expertise en cobertura de sucesos, que en este caso son Extra y CR Hoy. Y por supuesto también las televisoras, Noticias Repretel y Telenoticias.

Camila Acosta: ¿Y si sentís que se da o que se visibilice, la problemática real del narcotráfico en el país? ¿O tal vez hay áreas de mejora que podrían tener estos medios?

Any Pérez: Yo creo que, entendamos, que la cobertura de sucesos no es de las cosas que menos se puede crear, sucede, hay que salir corriendo a dar esa cobertura, el hecho pasó, lo que hace la prensa profesional es hacer el reporte a la audiencia de lo que acaba de pasar. Entonces, en el marco de toda la temática, de sucesos, algo específico como las incautaciones de droga, los decomisos, las detenciones, etcétera, son pan diario. ¿Qué es lo que sucede? Que ocurre tanto, este país tiene una altísima tasa de criminalidad, de delincuencia, de homicidios, etc. Ocurre tanto, es decir, el volumen es tanto y es obligatorio de la prensa reportarlo.

Entonces, ¿qué sucede? Que se puede caer en el riesgo de estar publicando y publicando notitas sobre hechos. Lo que a mí me hace falta, y ya lo están haciendo, es decir, si les damos más chance a que vayan pasando o se vayan desarrollando estas historias o estas noticias públicas, vemos que un día después ya nos dan una nota mucho mejor preparada, donde logran unir puntos. Y entonces, decir, el lunes, por ejemplo, ya las notas, juntan las 10 notas del fin de semana. Ajá, con un aporte de enfoque periodístico más allá. Eso es lo que debería hacerse, pero a diario. Lo que pasa es que nuestras redacciones están cada vez más, digamos, fit, en el sentido de que menos personas hacen mucho más cosas.

Entonces, cuando queda un tiempito libre, el que no estaba de guardia regresa el lunes, entonces ya logra ver con otros ojos y decir y vemos títulos como “siete de los diez o de los quince asesinatos del último periodo sucedieron en esta zona de San José”, ahí uno dice “aaaah, ya están juntando puntos, uniendo puntos” en una línea para dar mayor contexto y ahí sí, mayor interpretación. Pero en la cobertura diaria es muy difícil porque el volumen es enorme, lamentablemente, en este país. Los accidentes de tráfico son diarios. Entonces, es choque en tal lugar, 27 colapsada por esto, accidente en la 32. Entonces, es nada más la nota, la nota, la nota. Entonces, el volumen hace que la calidad en la suma o en el contexto se vea afectada, pero es por la calidad, cosa diferente lo vemos en la temática sobre economía en general, en que las cosas suceden un poco más lento y se puede ir sumando, viendo contexto.

A veces en la Asamblea Legislativa ocurre lo mismo que en sucesos, porque hubo tres comisiones en la mañana, tres en la tarde, se van a reunir el plenario después, y entonces ayer hubo, no sé, discusión de 15 proyectos. Entonces probablemente se convierte en 15 notas. Se ocupa esa otra persona o una persona editora para decir, ah, en este periodo entre traspaso de poder, están poniendo mucha atención, están haciendo avanzar esta naturaleza de proyectos. ¿Qué habrá atrás? Voy a averiguar si hay negociaciones, quién dio qué, a cambio de qué. Pero ese otro paso es el que siempre, y si se lo preguntás a periodistas de New York Times, igual te van a decir, si tuviera más tiempo y más

recursos, haríamos esto todos los días, pero no se puede. Entonces, me parece que sí deberíamos pedir a las jefaturas, a los dueños de medios, más recursos y más tiempo para poder hacer esto.

Esa vista de pájaro, esa vista panorámica que nos permita identificar patrones y poderle entregarle a la audiencia información de muchísimo más alto valor que decirle, incendio por incendio todos los días, el viernes estas hectáreas durante esta semana hubo estas quemadas y estas hectáreas están al lado de un parque nacional y entonces se van a afectar estas especies de fauna o vegetales o lo que sea y de ahí sale un buen título como no sé “este año es probable que las mariposas azules no vayan a venir a Costa Rica” pero ocupas tiempo y recurso, recurso digo humano, a veces hasta la computadora donde vas a sentarte o el teléfono desde el cual vas a hacer las llamadas a las fuentes.

Camila Acosta: Claro. Ahora, con respecto al clickbait y al sensacionalismo, ¿existen estrategias para captar la atención del lector en estos temas? No solamente clickbait y sensacionalismo, sino que también que existan otras estrategias que no sean estas. Yo siento que las personas al pensar en sucesos piensan como en eso, que les haga hacer clic en la noticia y leerla, pero que ya se sabe que el clickbait y el sensacionalismo no se apegan a los principios periodísticos.

Any Pérez: Bueno, es un formato, el sensacionalismo, apelar a la sensación está desde la base de la historia del periodismo. Y ahí están los ejemplos del surgimiento de esto, que es el “Yellow Kid”, cuando la pelea entre Hearst y Pulitzer por atraer a la gente, ellos lo hacían con base en mentiras.

De hecho, tanto se arrepintió Pulitzer que dejó todo el dinero que había hecho gracias al sensacionalismo, se lo entregó en testamento a la Universidad de Colombia para que entregara el premio al mejor periodismo que él nunca hizo, bueno, que sus medios nunca hicieron.

Camila Acosta: Interesante.

Any Pérez: Exacto. En el caso, hay que tomar en cuenta que en el caso de Extra, el manifiesto de fin del 2025 cerró para ello la etapa del sensacionalismo, que fue declarada, expuesta por su anterior propietaria de una manera muy transparente. Ella dijo, este es un estilo como los periódicos de la cadena Fox, y sobre todo los tabloides londinenses que han hecho de eso una industria, y es una industria que sigue siendo pujante. Entonces Extra desde su fundación usó el sensacionalismo como una herramienta para atraer la atención de ese tipo de audiencia que buscaba.

Eso ellos a finales del 2025 dijeron, bueno, desde inicios del 2025, desde que hubo cambio de propietarios, ellos dijeron no vamos a seguir por esta línea y trabajaron durante todo el año para cambiar, ir cambiando ese formato.

Y a finales del 2025 hicieron un manifiesto donde incluso le ofrecieron a la ciudadanía que se sintió o se hubiera sentido de alguna forma afectada por esas noticias sensacionalistas, que les escriba y ellos van, y ese es el compromiso del manifiesto, a borrar esa noticia a partir de un análisis. Me parece que en el surgimiento del CR Hoy, quizá pudo haber alguna mayor tentación porque era el primer medio digital, full digital, digamos, nativo digital, que tenía que abrirse espacio en un ecosistema digital donde había marcas de mucho peso que venían del offline digital.

Y se habían trasladado en segunda etapa al online. Entonces, fue criticado muchas veces por cosas como estas, pero conforme han pasado los años, se fue solidificando, y sobre todo los últimos cinco años, como un medio, sí, de lo que pasa cuando pasa.

Al principio había errores de verificación que salían no solo en los títulos, sino dentro de la noticia, porque partían de un reporte policial o de un reporte de un cuerpo de emergencia que resultaba que no era exacto. Ahí la imprecisión era de la fuente, no del medio.

Pero el medio, yo creo que a punta de crítica, sobre todo digital, aprendió que era mejor sostenerse un ratito hasta poder hacer la llamada telefónica para verificar los datos y ahí sí tirarla online. Pero diay, son medios, que un medio digital produce, no sé, 75 notas digitales diarias, la presión es muy fuerte por la atención de la audiencia.

Camila Acosta: ¿Qué recomendaciones se le podrían dar a los medios de comunicación, no solamente estos, sino medios de comunicación en general, para mostrar estos temas sensibles, el narcotráfico, la incautación, el decomiso,

para mantener la objetividad y la calidad informativa sin caer en esto que estábamos conversando del clickbait o el sensacionalismo?

Any Pérez: Bueno, mi recomendación es a las personas reporteras lograr convencer a su gente, a sus jefes de edición y estos a sus gerencias y juntas directivas, de la necesidad de sostener la publicación hasta tener la mayor cantidad de datos verificados.

La credibilidad de la prensa se juega, uno, por perder equidistancia y está confirmado en todos los últimos informes. Un medio que la audiencia considere que está parcializado a favor o en contra de algo, pierde credibilidad. Pero la segunda es que la esencia del periodismo es la verificación y cuando, es humano cometer errores, las fuentes muchas veces nos inducen a errores porque ellos mismos recopilaban la información, alguien les recopiló la información y estaba errónea, la dan en un parte de prensa, la prensa la pública y hay críticas contra la prensa, aunque haya venido el error de la fuente original.

A nadie le importa, la audiencia juzga y condena. Entonces, esos, decía don Guido Fernández, son los segundos antes de la publicación que hay que esperarse para verificar que todo, aunque yo tenga poco, lo poco que voy a dar sea cierto, para que nadie tenga duda y para que la gente regrese a mi plataforma a informarse. Entonces, a las personas reporteras, mi recomendación es esos minutos de verificación de que todos los datos sean precisos.

En el segundo etapa, lograr que aparte de la precisión, yo pueda aportar equidistancia, balance informativo. En la tradición del periodismo estadounidense, que es la inspiración del periodismo costarricense, a partir de la profesionalización de los años 68-70, se hablaba de la regla de las tres fuentes, pero no tres fuentes del mismo lado, sino busquemos las partes en conflicto, pero también una voz experta. Y este país, las universidades públicas están llenas de voces expertas de alto calibre a las cuales se puede buscar, cientos de personas en la esfera judicial, miles de abogados a los que se puede consultar y ahí entonces ya hacemos un aporte técnico, pero primero verificación de que todos los datos sean exactos, precisos, porque de ahí se juega la credibilidad y luego aportar el mayor balance informativo que podamos.

A las jefaturas y gerencias, más tiempo y más recursos para poder dar ese valor agregado de sumar todos los arbolitos y poder encontrar patrones y determinar que hay zonas boscosas con ciertas características. De esa manera, podemos dar información como, “¿Cuáles son los cantones más peligrosos para que las mujeres caminen después de las 7 de la noche?”.

Eso es una información muy valiosa para mujeres de todas las edades. Pero para hacerlo, tengo que hacer un recorrido por los asaltos a mujeres por zonas del país. Y puedo concentrarme en Cantón de Montes de Oca, por decir una cosa de la zona universitaria. Entonces vemos que el valor agregado se da si yo tengo un poco más de tiempo para entrevistar a los datos.

El mundo está lleno de datos y los hechos son datos. Y hay que entrevistarlos con la misma rigurosidad que entrevistamos a las personas. Porque los datos también pueden mostrarse de manera sesgada. Entonces yo tengo que decir, bueno, esto realmente está como... ¿Homicidio culposo o homicidio calificado? ¿Cuál fue el delito? Es decir, la precisión es importantísima, pero para hacerme para atrás y ver el panorama necesito un poco de tiempo. Así a la carrera, digo, hay gente que es genia, pero las redacciones no están llenas de gente genia. Se ocupa un poco más de tiempo y más de recursos.

Camila Acosta: Sumado a esta respuesta, ¿qué se debería considerar en las universidades en el proceso académico para la titulación de estos temas sensibles como el narcotráfico? ¿Dónde profundizar o ahondar un poco más para mejorar?

Any Pérez: Bueno, por lo menos nosotros en la Universidad de Costa Rica hemos incorporado, especialmente desde el año pasado, desde los primeros cursos, como una línea transversal, está por supuesto la ética y en cada curso hay manuales sobre, y este país y los organismos internacionales publican todo el tiempo, manual de cobertura sobre temas de mujeres, manual de cobertura sobre desastres, manual de cobertura, ok.

Todo eso, dependiendo de la temática del curso, se incorpora y se debe incorporar a los cursos. Entonces, es un esfuerzo permanente que debe ser transversal, que la estrategia de titulación SEO para que el algoritmo de Google nos

ponga en los primeros lugares es importante, sí es importante. Eso transformó la forma en la que titulábamos, escondiendo un poquito la noticia, diciéndola con otras palabras, luego le dábamos un par de datos en las bajadas, uno más en el lead, y luego lo desarrollábamos en la noticia. Bueno, ahora la audiencia démole y pide que le digamos cuál es la noticia.

Con solo eso es suficiente. Si lo notamos, si lo analizamos, que eso es un tema pendiente, los títulos de clickbait no tienen noticia. Primero, son preguntas o exclamaciones que no dicen nada, solo motivan a la gente a entrar, ¿son técnicas que usa mucho el mercadeo? Pero en nosotros no funciona. Nuestra audiencia pide que le digamos cuál es la noticia. Y eso implica la respuesta a preguntas básicas que pueden ser 5, 8, 10 o 15.

Y así nos garantizamos que la gente no solo se quede hasta el tercer párrafo, que pueda leer un texto de un reportaje de 12 mil caracteres y lo va a leer con gusto porque en cada párrafo va a encontrar una información de valor y nueva cada vez.

Camila Acosta: Se dice que el tema de las noticias en digital, al final del día también es un producto que se vende o que se tiene que vender. ¿Cómo se mantiene la objetividad para vender esta noticia, pero también cumplir el rol de periodista y dar la información al público?

Any Pérez: Bueno, es que las noticias digitales es como las publicábamos en papel antes y se vendía en cada puesto de revistas y de periódicos en las ciudades. Y se vendía también vía publicidad, aunque fuera en señal aire de un telenoticiario o un radio periódico. Lo que se ha hecho es que, como servicio público, la gente pagaba por ese servicio público de alguna manera.

En el caso de los electrónicos, la gente con su sintonía aumentaba las métricas y entonces las agencias de publicidad decían, uy, qué buenas métricas tiene tal canal, voy a decirle a mis clientes que pauten ahí. Ese modelo es el mismo que usamos actualmente o se usa en digital. A mayor tráfico y dependiendo del conocimiento de la audiencia, las agencias de publicidad o en general los algoritmos recomiendan comprar publicidad ahí en ese banner o ese pie o ese lateral que tenga el medio.

Entonces, si pensamos cómo periodistas profesionales estamos dando un servicio público, entonces la gente va a sentirse satisfecha con esos datos que le estamos dando porque el periodismo no trata de tecnología ni trata de cosas como inmateriales, trata de las cosas que afectan la vida de la gente y si yo le digo a las personas que hubo un accidente que tiene bloqueada la General Cañas, le estoy dando el servicio público para que ella busque una ruta alterna.

Se habla mucho de que es por culpa de los medios que la gente consume tantos sucesos, no, No inventamos la realidad. Los hechos suceden y es nuestro deber reportarlos porque es parte del servicio público. Con los índices y tasas terribles que hay en este país, cuando cada persona, cada muchacha como vos, cada adulta mayor, cada señor o señora que sale a trabajar en la mañana, la gente que se queda en su casa o que está en la oficina del otro lado de la ciudad se queda con el corazón en la mano porque en este país hay accidentes a diario, hay homicidios a diario, hay asaltos muchas veces al día.

Entonces, la gente no es que está pendiente de los sucesos porque es morbosa, es porque le afecta su vida cotidiana y necesita información sobre lo que está pasando para prevenir, para coger una ruta alterna, para prevenir, decirle mejor a la pariente que iba a visitar o a llevarle unas medicinas en una zona en la que pasó en la mañana un allanamiento o ha habido un homicidio, que mejor hoy no, que pase mañana, que no hoy en la noche, que pase mañana en la mañana. En fin, es por eso, no es morbo de la gente. Es una necesidad de información.

Camila Acosta: Aparte, vivimos en un país donde tenemos muchos sucesos, entonces, ¿cómo no se van a informar?

Any Pérez: Así de simple. Bueno, hay un punto adicional. En las dictaduras no hay sucesos, no hay cobertura de sucesos, porque la dictadura, la utopía, obliga al sistema a darle la impresión a sus ciudadanos de que no pasa nada, todo está bien.

En un país democrático como el nuestro y Europa y otros, Canadá, la cobertura de sucesos muestra esa realidad de lo que está pasando, de cómo terminan afectando las políticas públicas la vida de las personas.

Entonces, es por eso, no es morbo, no, para nada, es simplemente resguardo sobre la propia seguridad personal, familiar, sobre su vida cotidiana. Todo el mundo tiene que salir a trabajar o estudiar o hacer el mandado o lo que sea y corre riesgo. Ese es el punto.

Camila Acosta: Y como último, ¿qué recomendaciones le darías a una periodista en formación como mi persona para la titulación de estos temas sensibles?

Any Pérez: Bueno, hay manuales para todo. Hay que evitar centrarlo, por ejemplo, en el caso de violencia contra las mujeres, el enfoque debe ser sobre el victimario, no sobre la víctima, porque si no caemos en revictimización. En ese caso, digamos, de cobertura de sucesos. En el caso, igual, de homicidios, pensemos, enfoquémonos si es importante el dónde fue por esta naturaleza, ¿verdad? Para no pasar por ahí. ¿Quién fue? Y normalmente los cuerpos de socorro tienen un lenguaje muy técnico específico para decirle a la gente que fue masculino de aproximadamente 24 años. Pero enfoquémonos en probables causas.

Y eso es lo que normalmente a las autoridades no les gusta, porque si las causas son, y eso se le pregunta a las autoridades policiales, un probable ajusticiamiento o cobro de cuentas o conflicto entre cárteles, bueno, hay que decirlo, que al final del año hay un montón de noticias sobre que aquí hay muchos cárteles que es que eso es lo que hay.

Camila Acosta: Es la realidad.

Any Pérez: Exacto. Entonces, mi consejo es, siempre pensar menos en personas muy específicas, sobre todo en los casos de feminicidios, que hay que proteger o casos que involucren, por supuesto, una persona menor de edad, pero tratar, aunque sea la nota rápida, tratar de decir, uy, aquí, esto es un nuevo justiciamiento, porque eso es lo que es, pensar más en las causas y menos en las personas, excepto que se logre atrapar a un delincuente más buscado por el OIJ o por la DEA en Costa Rica, entonces obviamente, recordar que tenemos unos, aparte de los principios del método periodístico, tenemos los criterios de noticiabilidad en orden.

El primero, la vida-muerte. Entonces, en función del primer criterio de noticiabilidad, los sucesos son noticia, porque involucra que alguien se murió o lo mataron, que alguien se salvó también. Y ya no es solo la vida humana, también la vida animal. Entonces hay que pensar esos criterios de noticiabilidad en el orden que son. El último es lo extraño, lo pintoresco, ahorita se me va la palabra, porque esos son los que llaman al clickbait como unos antiguos antiguos títulos de cuando La Extra era impresa en sus orígenes como v"aca tuvo niño" no, "vaca tuvo niño subido a un árbol porque no lo dejaba bajarse" pero entonces eso es noticia, bueno es noticia cuando pasa, la rareza esa es la palabra, de hecho si buscas a la agencia AP en Twitter, tiene una cuenta, te la voy a pasar luego, que se llama Odds, es decir, las rarezas.

¿La rareza es un criterio de noticiabilidad? Sí, pero no podemos titular a punta de rareza. El pleito, no sé, vea el pleito de los periodistas de deportes de hoy en la mañana, pensemos en lo que dijo cada cual. Entonces, sí, son personajes públicos, porque la preeminencia y la prominencia es un criterio de noticiabilidad. Y no es lo mismo que una vaya por la calle cualquier persona y, uy, se cayó a que se vaya en un hueco el presidente de la República, Miguel Ángel Rodríguez, en ese momento.

Fue noticia, hasta un premio le dieron al fotoperiodista, por el criterio de la preeminencia, no es cualquiera. Ni que el expresidente se tragara una avispa, bueno, la mordió. El otro se tragó la mosca, es decir, sí, sí, son rarezas, pero se revisten de preeminencia. Pero pensemos en lo que hay detrás de de esa preeminencia, ¿verdad? ¿Qué hay detrás? Tratemos de hilar un poquito más, aunque sea la carrera, y ahí encontramos enfoques. Entonces, la rareza no nos puede servir, o lo exótico, o lo difícil, o así, lo vistoso, llamativo, no es un recurso para titular todo el tiempo. Y convertir noticias como si fueran rarezas. No. Lo importante no es solo el pleito entre dos personas legisladoras. Es el tema sobre el que estaban discutiendo.

Camila Acosta: Y el porqué.

Any Pérez: Exacto.

Camila Acosta: Perfecto, Any. Muchísimas gracias por este espacio.

Any Pérez: Con muchísimo gusto. Espero que te vaya muy bien.

