

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA
EN PERIODISMO SOCIAL**

**EVALUACIÓN DE RIGUROSIDAD PERIODÍSTICA Y
CALIFICACIÓN DE HECHOS NOTICIOSOS DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN ESCRITOS EN SUS SITIOS WEB, EN
TEMAS RELACIONADOS CON LA CAMPAÑA ELECTORAL
PRESIDENCIAL DE 2022, DURANTE OCTUBRE DE 2021, EN
LA NACIÓN, DIARIO EXTRA, CRHOY.COM Y DELFINO.CR**

AUTOR

CHRISTOPHER HERNÁNDEZ DELGADO

TUTOR

ALICIA PAZ BARAHONA

SAN JOSÉ, COSTA RICA, DICIEMBRE 2021

CONTENIDOS

CAPÍTULO I: PROBLEMA	3
Planteamiento del problema	3
Pregunta de investigación.	4
Objetivo general	4
Objetivo general.	4
Objetivos específicos.	4
Justificación	4
Antecedentes	6
Históricos.	6
Internacionales.	7
Nacionales.	14
Proyecciones	16
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	17
El periodismo, el periodista y la noticia	17
El periodista.	17
La noticia, lo básico.	20
Construcción de la noticia.	25
Ética periodística	35
Rigurosidad periodística	44
Medios de comunicación elegidos	49
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	51
Enfoque de la investigación	51
Diseño de la investigación	53
Fuentes de información	54
Fuentes primarias.	54
Fuentes secundarias.	55

Muestra	55
Criterios de inclusión.	56
Criterios de exclusión.	56
Instrumento	57
Unidad de análisis	57
Proceso de recolección y análisis de datos	59
Preguntas para la encuesta.	60
Análisis de contenidos.	60
Tabla de evaluación periodística propuesta	60
Construcción.	61
Elementos.	64
Ética.	66
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	69
Resultado Unidad de Análisis I	69
Resultados Unidad de Análisis II y III	79
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
Conclusiones	116
Recomendaciones	120
CAPÍTULO VI PROPUESTA	122
Problema	122
Justificación	122
Objetivo general	130
Objetivos específicos	130
REFERENCIAS	131
ANEXOS	136
Preguntas para las encuestas	136
Notas elegidas para evaluar	137

CRHoy.com.	137
Diario Extra.	139
Delfino.cr.	140
La Nación.	141
Insumos para análisis	142

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del problema

Hoy en día, la credibilidad de los medios de comunicación es cada vez menor y esto podría estar fundamentado en que también cada vez las empresas periodísticas entregan productos finales con mucho más carencia de datos, inexactitudes y carentes de rigurosidad.

Incluso, un informe titulado “Audiencias noticiosas digitales: redes sociales, WhatsApp y noticias falsas”, investigación en 2019 realizada por Carlos Brenes, Rolando Pérez e Ignacio Siles, de la Universidad de Costa Rica, concluyó que a pesar de que las personas consideran a los medios como las fuentes informativas más confiables, también podrían ser éstas los propagadores de noticias falsas, y aquí se podría incluir lo indicado en el primer párrafo, así como la posverdad (según la RAE, “Distorsión deliberada de una realidad , que manipula creencias y emociones, con el fin de influir en la opinión pública”).

El análisis de los elementos de la noticia, como instrumento para relatar un hecho, se vuelve fundamental en un momento donde el bombardeo de informaciones, reales y falsas podría llevar a las personas a tomar decisiones, a partir de datos imprecisos, que parten de lo emocional o que no han sido correctamente analizados. En este momento, por ejemplo, de cara a las elecciones presidenciales en Costa Rica del año 2022.

Por tanto, y después de una recopilación de antecedentes, que vuelve la mirada a los fundamentos más básicos del periodismo para asegurar su calidad y rigurosidad, es que se pretende crear una herramienta para la calificación y clasificación de los elementos, que componen una noticia, que los medios de comunicación masiva entregan a sus audiencias, en este caso, temática con las elecciones presidenciales de 2022.

Aunque en diversos países del mundo se han creado instrumentos con este fin, en Costa Rica, la discusión se encuentra poco avanzada, con pocos resultados y lista para escudriñarse. Pero partiendo de esto y tomando en cuenta que muchos de los principios del periodismo se rigen por la ética, la moral y por qué no por lo esotérico de la deontología; se considera fundamental conocer el punto de vista de los mismos creadores de la noticia para definir la calificación y clasificación, que cada uno de estos elementos tienen.

Incluso, dentro del mismo ente regulador del periodismo en Costa Rica, el Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación, se encuentran escasos parámetros del significado de la calidad periodística, aun cuando uno de sus programas es un sello, que debería garantizar un ejercicio, no sólo profesional, sino también de buena calidad.

Pregunta de investigación.

¿Es posible calificar la rigurosidad informativa de medios de comunicación escritos (físicos y digitales) por medio de una herramienta de calificación y clasificación de los elementos, que aseguran un ejercicio riguroso y de calidad en el periodismo?

Objetivo general

Objetivo general.

Evaluar por medio de escala numérica de 0 a 10 los niveles de rigor periodístico de notas informativas publicadas por medios escritos (formatos tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) en sus respectivos sitios web, relacionadas con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021.

Objetivos específicos.

1. Considerar el punto de vista de periodistas costarricenses sobre los elementos seleccionados para la evaluación de la rigurosidad y la calificación de hechos noticiosos, con el fin de robustecer la construcción de una herramienta para este fin, específicamente.
2. Examinar los componentes periodísticos utilizados por medios escritos (formatos tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) dentro de la cobertura de hechos noticiosos relacionados con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021.
3. Sugerir los componentes periodísticos faltantes o con carencias en las notas informativas relacionadas con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021, realizadas por medios escritos (formatos tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) y que hubiesen permitido una mayor rigurosidad de los productos publicados.

Justificación

Mediante la investigación y consulta a periodistas de Costa Rica, se pretende crear una herramienta o un formulario, que permita calificar tomando en cuenta la perspectiva de los propios profesionales de la noticia sobre el valor de los diferentes elementos en la construcción de notas, por medio de una escala numérica del 0 al 10, el trabajo periodístico de los medios de

comunicación en todas sus áreas, analizando las notas periodísticas publicadas sobre las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021.

Este tema podría tomar especial relevancia, bajo el contexto informativo, en el que se desenvuelve la sociedad hoy en día, con el impulso de las noticias, por medio de las redes sociales y los diferentes canales informativos digitales con que se cuenta, donde, según datos de Carlos Brenes, Rolando Pérez e Ignacio Siles, quienes hicieron la investigación “Audiencias noticiosas digitales: redes sociales, WhatsApp y noticias falsas” para la Universidad de Costa Rica en 2019, indicó que el 62% de las personas encuestadas confía en las informaciones, que publican los periódicos y noticieros en redes sociales (p.13), destacando además que son las empresas periodísticas la fuente directa más confiable, sin embargo, también concluyeron que las audiencias que perciben en un 58% son los propios medios quienes generan contenido que consideran falso (p.15).

El mismo estudio de Brenes *et al* (2019) destaca que los consumidores de noticias consideran, en un 78%, que la mayor responsabilidad a la hora de detener la propagación de noticias falsas es de los propios periodistas y medios de comunicación, mientras que las instituciones del Estado, según ellos, ponderan una responsabilidad del 68,67%.

Lo anterior demuestra que, desde la construcción periodística, existen falencias en temas como el equilibrio informativo, diversidad de fuentes y veracidad, lo que cala, de manera directa, en la rigurosidad y calidad de los productos informativos entregados al público afectando, por consiguiente, la credibilidad de los medios, visto desde el escrutinio de las audiencias.

Por tanto, crear una valoración de los diferentes elementos que construyen una nota, desde la ética y la deontología del oficio periodístico, pero también desde la teoría y los recursos académicos, que permitan calificar los productos informativos y, a su vez, generar una mejora continua, favorecería al menos a los 1.286 periodistas (inscritos y constituidos como tales dentro de las categorías profesionales del Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales de la Comunicación) activos al 15 de mayo de 2021, indiferentemente, si éstos producen notas para la comunicación masiva o si se generan contenidos, desde las salas de prensa institucionales o gubernamentales.

Y, aunque el tema de la calidad y la creación de instrumentos para determinarla ha sido de amplio estudio y análisis, en países como: Chile, Estado Unidos, Alemania y Países Bajos —más adelante ampliado en el apartado de Antecedentes—, en Costa Rica existen pocas evidencias de un acercamiento real a este tema, por lo que también esto podría justificar un

intento por desarrollar una herramienta o instructivo de este tipo, que lo determine, de forma armonizada y concreta.

Antecedentes

Históricos.

En 2008, el Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación (Colper), aprobó en la Asamblea General Extraordinaria del 24 de junio de 2008 (No. 150-08) un programa titulado “Sello de Garantía”, cuyo reglamento en el ámbito gremial determinó, de manera indiferente, el público al que está dirigido este otorgamiento, cuáles son los elementos que determinan la calidad de los medios de comunicación. Con este documento específicamente, el Colper pretende promover cualidades y estándares de calidad en aquellos medios dentro del segmento regional, local, sectorial y especializado.

En el artículo 3 de las Disposiciones Generales del “Reglamento para el otorgamiento del Sello de Garantía del Colegio de Periodistas de Costa Rica”, el Colper (2008) determina que la calidad periodística está establecida por el “equilibrio informativo, diversidad de fuentes, veracidad, fidelidad con el público que se atiende, profesionalismo en la cobertura de los temas, redacción periodística” (pp.3-4).

Un año más tarde, una tesina de la Escuela de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) intentó determinar si el Sello de Garantía del Colper realmente garantizaba, en el momento de su análisis, calidad. Aunque Rosales (2009) concluye que “el objetivo de la investigación dio un resultado positivo... da como respuesta que el Sello de Garantía sí es realmente una garantía de calidad” (p. 108), su respuesta no se basó en la construcción de productos informativos con las cualidades periodísticas establecidas por el Colegio mismo, sino en otros puntos concluyentes como la cantidad de pauta publicitaria, que se generó, a partir de la obtención del Sello, cuánto el instrumento ha aportado a la credibilidad del medio y no cuánto éste ha trabajado para obtener este calificativo, su función de difusión local, las capacitaciones brindadas por el Colper en diversos temas a los medios, que forman parte del programa (pp.106-108).

Rosales (2009) determina que “Entre las deficiencias que muestra el Programa Sello de Garantía, se encuentra el que no existe un monitoreo óptimo para determinar que los medios acreditados están cumpliendo con los requisitos establecidos” (p.107), lo cierto es que en ninguno de los requisitos de incorporación del Colper al Programa Sello de Garantía, se establecen parámetros de calidad periodística basados en el equilibrio, las fuentes, la veracidad

y la redacción periodística, sino más bien a temas completamente administrativos propios de la gestión del medio, disponibles en el Artículo 11 del reglamento (pp.5-7).

No obstante, en Costa Rica, parece que el debate sobre este tema es casi nulo y la búsqueda de resultados sobre trabajos relacionados con la calidad periodística arroja pocas respuestas, los artículos demuestran, que es una situación muy analizada en diferentes países y por diversos profesionales en periodismo de habla española.

Internacionales.

En Chile, María José Lecaros, profesora de Ética Periodística en la Universidad de los Andes y presidenta del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación de Chile desde 2017, publicó en la revista Cuadernos de Información (1988) un artículo titulado “Hacia un periodismo de calidad”, donde aseguró que el componente calidad está, intrínsecamente influenciado, por la ética de los profesionales en periodismo. Su primera valoración en el texto es, sí existe un buen periodismo:

El punto de partida es por tanto qué es el “buen periodismo”. Y la interrogante es si se puede lograr y cómo. Lo que interesa es conocer cuáles son las pautas por las que se rige un profesional, para que su acción sea calificada de buena, de ética. No sólo cuáles son esas pautas, sino dónde radica la validez de ellas, en qué se apoya, a qué principios apelan (p.161).

A lo largo de su texto, Lecaros (1988) rescata la posibilidad de buen periodismo, a partir de diferentes puntos de vista y la subjetividad que la palabra misma puede tener como significado: la buena intención a la hora de informar, las circunstancias que rodean un hecho, la eficacia de la comunicación, sin embargo, resalta:

Si lo “bueno” y lo “malo” son relativos, no podemos juzgar las acciones profesionales. Si no se puede juzgarlas, no hay posibilidad alguna de mejora en ellas. Más grave aún: no existe el “buen” o el “mal” periodismo. En definitiva, se niega la profesión misma (p.163).

Lecaros (1988) asegura que sí existen parámetros objetivos para evaluar la profesión periodística, desde el punto de vista ético, pudiendo esto ser demostrado por los periodistas con su propio trabajo día a día (p.163). La autora afirma que “Temas como una línea editorial,

claramente delimitada, el uso de la firma y un adecuado manejo de los créditos contribuyen a eliminar al mínimo las posibilidades de efectos antiéticos” (p.167), pero también asegura:

La verdad que es, éticamente exigible, a un informador es doble: por una parte, debe poseer lo que se denomina verdad gnoseológica: debe ser capaz de conocer y entender la realidad... La verdad lógica y la verdad moral constituyen lo que se denomina la verdad informativa (pp.165-166).

Pero para Lecaros (1988), la falta de esta ética, y por consiguiente de la calidad periodística, no es estrictamente culpa de los profesionales en el campo, sino también de sus empleadores:

Se insiste con frecuencia en exigir ética a los periodistas; olvidando a veces que —en ocasiones— los profesionales de la información ven, prácticamente anulada, su posibilidad de “buen hacer” profesional por las características antiéticas, que puede adoptar una determinada empresa informativa, por la falta de control que se ejerce frente a las presiones publicitarias, o por la pura indiferencia frente a la calidad de “producto” —noticia— que se está sacando (p.167).

Finalmente, Lecaros (1988) indica que “Una información profesional y ética es un periodismo donde se juegue al máximo la veracidad del informador en la procura de superar el conformismo” (p.174), pero además de eso invitando a los periodistas a sensibilizar la información, defender la vida, denunciar la manipulación, abrir paso a los pensamientos, ser plurales, racionales, definiendo siempre las soluciones éticas y de amplio conocimiento (p.175):

Un periodismo que renuncie a entregar muchas y golpeadoras frivolidades, y que en cambio haga un intento —que requerirá, muchas veces, de enorme esfuerzo— para ahondar en hechos y procesos, para entregarlos con todos los matices que sea necesario, superando simplificaciones (p.175).

Más recientemente, en 2016, tres autores de diversas nacionalidades discutieron en un artículo sobre los indicadores de la calidad informativa, expresamente en los medios digitales. Romero, de Casas y Torres expresaron en su texto “Dimensiones e indicadores de la calidad

informativa en los medios digitales” citaron a Rosengren, Tagerud, & Carlsson (1996) comentando:

Definir la calidad informativa no es sencillo, ya que el propio término ‘calidad’ abarca dimensiones en las que se relacionan las características de un objeto –en este caso, el producto informativo– con ciertos estándares vinculados a normas y valores, por lo que la calidad es un término indefinible (p.92).

Según los académicos, “la noción de calidad informativa de un periodista puede fundamentarse en el tiempo que le llevó realizar una investigación, el acceso a fuentes fidedignas y el contraste de las informaciones”, indicando, de igual manera, Lecaros que desde lo académico se han realizado esfuerzos por definir la calidad periodística con criterios objetivos (p.92).

Citan además lo expresado por Robert G. Picard en 2004 en su artículo “Commercialism and Newspaper Quality” y a Wolfram Schultz con “Preconditions of Journalistic Quality in an Open Society” del año 2000. Para el primero, la calidad informativa se logra gracias a “seguir un método de obtención de información, tal como contar con variedad y contraste de fuentes informativas, como también eficacia técnica de la organización, que permita que los productos estén organizados y sean comprensibles” (p.92), mientras que el segundo asegura que “la calidad informativa depende de tres elementos existenciales: disponibilidad de recursos adecuados, un ordenamiento político y legal que proteja y garantice la libertad del ejercicio de los medios de comunicación, y la adhesión del periodista a unos estándares profesionales” (p.93).

Romero *et al.* (2016), entre los múltiples modelos de evaluación analizados, también indica que desde las academias alemanas y holandesas se unifican seis dimensiones básicas de la calidad informativa (p.93):

1. Diversidad: múltiples puntos de vista.
2. Relevancia: información útil para la toma de decisiones.
3. Exactitud: apegada a los acontecimientos.
4. Comprensibilidad: tropicalizada para las personas.
5. Imparcialidad: cobertura neutral de los hechos.
6. Ética: mantener derechos de las personas y actitudes morales.

A partir de su investigación y procesos de análisis, Romero *et al.* (2016) establecieron un complejo sistema de medición basado en 31 puntos diferentes a la hora de calificar los contenidos informativos y productos finales (p.98). Según ellos “Articular una taxonomía de evaluación y valoración de la calidad informativa para los medios, específicamente para los digitales, no es una tarea fácil, en el sentido que la calidad es un término polisémico de valoración subjetiva” (p.97), donde incluso expresan que es importante evaluar al medio y las retribuciones, para poder hacer una validación más apegada a la realidad.

Calvo, Ramos y Manfredi (2020) con su participación en el documento “Periodismo de calidad en la era digital”, en el Capítulo IV (“Periodismo de calidad contra la desinformación: el caso de los especiales de ‘Heraldo de Aragón’”) proponen una herramienta para el análisis de la calidad periodística, con el fin de combatir la desinformación y la información inexacta (pp.76-77).

Según los tres analistas del tema, reescriben al propio Ramos (2018), expresando que los clics y *trending topics* en la era digital, directamente relacionados con este caso de estudio, hacen que “lejos de las posibilidades que abre la hiperconectividad para una sociedad mejor informada, nos encaminamos a un estadio en el que el ruido supera a la información de calidad” (p.77). Ellos también concuerdan que el concepto “calidad” en el periodismo es complejo de definir, porque va a depender de los valores del profesional que lo ejecuta (p.78).

Al igual que Romero *et al.* (2016), Calvo *et al* (2020) analizaron diversas metodologías de calificación de calidad, destacando entre ellas: aquéllas que identificaron las siguientes dimensiones de evaluación: “relevancia, comprensibilidad, diversidad, imparcialidad y precisión” (p.78), expresando que ésta está dirigida a la producción del contenido y no a la evaluación de las audiencias.

Partiendo de esta metodología, Calvo *et al* (2020) aseguran que, para sus respectivas evaluaciones y métodos, su compleja herramienta de valor agregado periodístico desglosa y brinda un nota calificadora a lo anteriormente citado, y a tópicos como el número de personas implicadas en una nota, la periodicidad, las fuentes y sus tipos, la cantidad de puntos de vista, la inclusión de antecedentes y consecuencias, el sesgo informativo y los énfasis, evitar lenguajes técnicos, facilidad de comprensión, entre otros (pp.82-85).

En sus conclusiones, los creadores del texto afirman que analizar y objetivizar todos los puntos incluidos, dentro una nota (expuestos en los dos párrafos anteriores), puede mejorar la calidad de los contenidos, sin embargo, que a pesar de su esfuerzo “esta cuestión (es) como sugerencia para el futuro” (p.91), que podría beneficiar y favores a los lectores y consumidores de los medios.

Haciendo un análisis de la posverdad (según la Real Academia Española definido como “Distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”) Méndez y Pérez (2021) “la pérdida de calidad de los productos periodísticos está vinculada, entre otras razones, con la pérdida de valores” (p.257), aportando además lo escrito por Mónica Parreño en el texto “La calidad periodística, mediante el análisis del discurso de los profesionales de la información” (2015), cuando indica que el cumplimiento de la reglas periodísticas se basa en el contraste de notas, neutralidad, rigor y honestidad.

Dentro del análisis efectuado por Méndez y Pérez (2021), todas esas emociones dispuestas en los textos atentan contra la calidad de los contenidos y la inferencia que la sociedad puede tener sobre éstos. Con sus ejemplos, las investigadoras explican que es importante que los medios de comunicación, desde sus titulares, no generen juicios de valor ni sentencias que sean claras y contundentes para los lectores (p.260). De igual manera, consideran que el uso inadecuado de imágenes podría reforzar ese significado de posible posverdad o la esa distorsión deliberada del hecho noticioso.

Además de ello, en las notas examinadas con su trabajo, determinan la falta de conocimiento periodístico sobre la forma en que operan los estados, propiciando un entendimiento inexacto de la información a los consumidores de noticias (p.262). En su texto, ambas son enfáticas en que es de suma relevancia, que las noticias no conlleven apelativos emocionales, que puedan polarizar la opinión pública.

Méndez y Pérez (2021) concluyen que, muchas veces con sus acciones, los medios de comunicación en medio de su labor omiten la calidad informativa de los hechos generando informaciones inexactas, que propician posverdades, enfatizando recursos que apelan a emociones como gancho periodístico, reemplazando así la objetividad.

Como se ha podido leer, a lo largo de estos antecedentes, en su mayoría, los investigadores y desarrolladores de textos apelan al uso correcto de los diversos elementos periodísticos para la creación de contenidos informativos de calidad, aunado a esto también se podría etiquetar a la ética como un componente con severa importancia.

Es por eso que Rodríguez y Favaretto (2017) parten del supuesto que la descripción de periodismo de calidad es aquél que “se distingue por acceder a las fuentes primarias, apostar por el periodismo de investigación, evitar la mezcla de hechos y conjeturas y buscar la equidad entre los protagonistas de las noticias” (párr.14), rescatando además lo expuesto por José María Irujo, director de Investigaciones del medio español El País, quien indicó que la información de calidad “es sinónimo de seriedad, de rigor, de equilibrio y de otras muchas cosas”.

A partir de seis puntos, Rodríguez y Favaretto (2017) después de realizar una revisión bibliográfica del tema y tomando en cuenta niveles cualitativos de ejecución periodística (párr.15), definen el periodismo de calidad de esta manera:

1. “Expone, de forma contextualizada, datos que son relevantes para la mejora social y el correcto funcionamiento de un estado democrático en un contexto local, nacional o internacional.”
2. “En su elaboración, existe un proceso para la verificación, ordenación y redacción de esas informaciones que es labor del/los periodista/s.”
3. “Es, ideológicamente independiente de todo tipo de instituciones, grupos públicos y empresariales.”
4. “Demanda innovación, valor, eficiencia y velocidad en la manera de organizar y gestionar sus contenidos.”
5. “Abraza una cultura participativa, promoviendo una mayor apertura y transparencia sobre los procesos editoriales.”
6. “Presenta un modelo de difusión vertical donde, al mismo tiempo, productores y consumidores tienen la posibilidad de compartir la misma plataforma en un pie de igualdad.”

De igual manera, Odriozola y Rodrigo (2017) en “Hacia un periodismo de calidad en Ecuador: perspectivas de periodistas y audiencia” comentan que entre los muchos factores que pueden enmarcar un trabajo periodístico de calidad, están: la ética, el rigor informativo, multiplicidad de fuentes, criterio profesional, procesos de investigación, entre muchos otros más (párr.17).

Citando el trabajo de Ivor Shapiro en el texto “What's a Good Story? Recognizing Quality in Journalist's Work”, establecen cinco principios básicos que ayudan a una mejor ejecución de las labores periodísticas (párr.18):

1. Descubrimiento y búsqueda de la información.
2. Sometimiento de la información a escrutinio.
3. Interpretación de los hechos noticiosos.
4. Uso de lenguajes apropiados para las noticias.
5. La presentación de la propia imagen ante el público.

Pero además de esto, Odriozola y Rodrigo (2017) también comentan que la calidad de la información periodística podría enmarcarse en el contexto propio de los hechos noticiosos, es decir, el pluralismo del medio, la relevancia informativa, el interés social por el tema, la transparencia y la precisión y claridad de los datos (párr.19). Expresamente, sobre la calidad, concluyen en su texto:

Partiendo de valores comunes como: la necesidad de rigor periodístico, ética profesional, veracidad, etc., los ciudadanos consideran necesaria la existencia de otros valores como la imparcialidad o la independencia en la realización de un periodismo de mayor calidad, que acreciente la credibilidad del mundo periodístico. Frente a ello, los periodistas no estiman importantes ni posibles estos valores, debido a las propias subjetividades, que surgen no sólo de ellos mismos, sino también de las instituciones en las que trabajan (párr.59).

En 2016, las investigadoras españolas Belén Zurbano y Mar García-Gordillo crearon una “Propuesta metodológica para la evaluación de la calidad deontológica de las noticias sobre violencia contra las mujeres”. Con su trabajo, desarrollaron una ficha de revisión que, deontológicamente, podría contener elementos que mejoraran la calidad de los productos periodísticos expuestos por ellas en su tema, sin embargo, podría tener relación con la calidad de los productos informativos generales.

Zurbano y García (2016) proponen que el periodista realice una revisión de los datos, a partir de categorías y variables. En total, definieron 10 categorías y 24 variables, según su propio criterio experto, cuya evaluación final indica que, si cumple en más del 79% de los puntos, la información cumple con las recomendaciones deontológicas y su difusión contribuye al beneficio social; si el cumplimiento baja hasta el 54%, la publicación podría parecer adecuada; si llega al 29% requerirá precisión y si baja de este porcentaje, requiere revisión (p.82).

Entre sus puntos, ellas consideran como puntos de revisión la existencia de al menos dos fuentes informativas y fuentes oficiales y/o expertas, pero también solicitan la ubicación correcta de las notas, los enfoques correctos, el uso de recursos, que facilite el entendimiento de los contenidos y una adecuada redacción de hechos.

Palau y Gómez (2014) ratifican todo lo ya expuesto en el texto “Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios”:

La calidad periodística es la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad, de contraste y pluralidad, al tiempo que exige variedad y originalidad, investigación, profundización e independencia (p.19).

Incluso, al igual que muchos de los antecedentes aquí expuestos, toman el Valor Agregado Periodístico (VAP) como un punto de partida, sistema que busca, según Pellegrini y Constanza (2006), “aportar parámetros periodísticos en los necesarios cambios en la selección y presentación de información, como un aporte en la toma de decisiones informada entre los directores y administradores de medios, los periodistas, los editores”.

Tanto Palau y Gómez (2017), Pellegrini y Constanza (2006), como Romero *et al* (2016) consideran el VAP como un instrumento válido, aunque, visiblemente complejo, para la selección de estándares en el ejercicio periodístico y la información final entregada al público.

Nacionales.

Amador y Fallas (2012) aseguraron, en su proyecto de graduación, que es importante la autorregulación como un mecanismo para garantizar la calidad —sin definirla— de los contenidos en los medios de comunicación costarricenses. Las personas investigadoras afirman que, según lo estipulado por la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas en los artículos 23 y 24, y tomando en cuenta el Manual de periodismo de Carlos Marín (2005), “es fundamental tener claro que las personas encargadas de realizar trabajos periodísticos deben respetar el dominio técnico de la profesión, apego a la verdad y servicio a la comunidad como responsabilidad social” (p.34).

En su investigación, apuntan que la regulación para garantizar la calidad de los medios y sus productos, hay que tomar en cuenta no sólo las regulaciones creadas por los gobiernos, “sino también las políticas internas de la empresa, los intereses de los patrocinadores, la opinión del público, y por supuesto, el pensamiento personal de cada trabajador de la comunicación, de acuerdo con los lineamientos sociales y éticos” (p.15). Para ellos, además, el principio de regulación de la calidad debería formar parte del ADN de las propias empresas (p.16).

Amador y Fallas (2012) indican que, en Costa Rica, además de las regulaciones mediáticas legales y directamente relacionadas con el aparato gubernamental (leyes, reglamentos y estatutos), también están “las regulaciones vinculadas con la ética, la moral y el control social, que dependen de cada profesional en Periodismo y de su percepción del mundo,” (p.17): aquí hacen referencia a la ética como los valores que guían a una persona, y la

deontología como las normas que se establecen y valoran en grupos sociales. Para ellas, todo esto permite y debería asegurar la calidad de los medios de comunicación. Suman:

La calidad de contenido es el conjunto de estándares, que garantiza que las informaciones publicadas en un medio se construyen, a partir del equilibrio entre la veracidad, el derecho a informar, la libertad de prensa, la libertad de expresión, el respeto a los demás y las necesidades de la audiencia (p.21).

En su texto, comentan además que, independientemente de las regulaciones que los medios utilicen, sean propias, acuerdos internacionales o legislación nacional “la regulación mediática siempre está concebida como una forma sencilla y precisa de garantizar al público que el producto que recibe es verdadero y confiable” (p.22), y, por ende, asegurando calidad de contenidos.

También comentan que “la autorregulación es entendida como el establecimiento voluntario de normas éticas y requerimientos técnicos, que deben respetar los periodistas a la hora de ejercer la profesión en un determinado medio de comunicación” (p.25) y que en países como Estados Unidos, Gran Bretaña, España y Chile, aunado a esta parte más esotérica del periodista, se han incluido códigos de ética o deontológicos, códigos de conducta, manuales de estilo y hasta figuras defensoras del pueblo, que vigilan y denuncian (pp.25-29).

Visto de las consecuencias legales, que las malas prácticas periodísticas pueden tener en los medios de comunicación, Amador y Fallas (2012) concluyen que es “urgencia de que las empresas periodísticas definan, desde la Administración, una política de autorregulación que permita garantizar la calidad de los productos informativos, que se ofrecen al público” (p.90), pero fuera de esto, también complementan que la implementación de mecanismos de autorregulación:

Permitirían definir, por un lado, los estándares éticos, que debe seguir todo medio para ejercer su función y, por otra parte, los requerimientos más técnicos, a la hora de conformar el equipo de profesionales de la empresa periodística, las responsabilidades y derechos que tendrá éste (p.91).

En este estudio referente final, se denota una urgencia sustancial por la definición de parámetros, que ordene el periodismo en términos de calidad, a partir de sustentos técnicos, éticos, legales y esotéricos.

Tomando en cuenta todo lo anteriormente recopilado, tanto dentro de la poca discusión en el ámbito nacional sobre el tema de la calidad periodística, como los amplios esfuerzos en diversos países por asegurar esto dentro del ejercicio periodístico, es que se encuentran coincidencias en cuanto al concepto “calidad”, donde se retrocede a apuntar a los máximos pilares y elementos de la construcción periodística y el buen uso de ellos dentro de todo aquello que, en esta profesión, puede asegurar estándares para la emisión rigurosa a las sociedades.

Proyecciones

- Se pretende crear una herramienta, que permita evaluar la calidad periodística de los productos informativos producidos por los diferentes medios de comunicación, así como identificar los elementos faltantes, que podrían mejorar la rigurosidad de éstos.
- Identificar —desde los criterios y conocimiento de los propios periodistas, la academia y las regulaciones— el valor puntual de cada elemento periodístico, su jerarquía dentro de la construcción de las notas, así como su importancia.
- Valorar y calificar las notas periodísticas publicadas en los sitios web de los medios escritos La Nación, Diario Extra, CRHoy.com y Delfino.cr, publicadas entre octubre de 2021, relacionadas con la campaña presidencial.
- A partir del método científico, desarrollar teoría unificada sobre el concepto subjetivo de la ética, la calidad y la rigurosidad periodística, así como la deontología del ejercicio periodístico.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El periodismo, el periodista y la noticia

El periodismo es una “actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones, a través de cualquier medio escrito: oral, visual o gráfico”, esto tomando en cuenta la definición del Diccionario de la Real Academia Española, en su versión web.

Leñero y Marín (1986) en su curso de periodismo por correspondencia, que más tarde sería llamado Manual de Periodismo, indican que en prensa, radio y televisión (hoy se le suma el Internet y las redes sociales) “son los medios en que se desarrolla el ejercicio periodístico” (p.19).

El periodista.

Hablando sobre la persona que redacta notas informativas, el reportero, articulista, editorialista, cronista, columnista, entre otros papeles desempeñados por el periodista, Leñero y Marín (1986) escribieron que “Todos quienes hacen del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son periodistas” (p.23).

Los académicos aseguran que el periodista debe tener las siguientes responsabilidades (p.23):

- Dominio técnico del periodismo, como responsabilidad profesional.
- Apego a la verdad, como responsabilidad de inteligencia.
- Servicio a la comunidad, como responsabilidad social.

Para el caso específico de narración de hechos noticiosos destaca el reportero, Leñero y Marín (1986) lo definen como “el sujeto clave del periodismo informativo. Recoge noticias, hace entrevistas, realiza reportajes. Está en contacto con los hechos” (p.24), pero también hoy esta faceta se mezcla con la del redactor que “es el periodista que se encarga de escribir la información que los reporteros transmiten en sus datos esenciales, por la vía telefónica o télex”, en la actualidad, la labor la desempeña un único profesional.

Leñero y Marín (1986) en su manual amplían sobre el reportero que es “el principal proveedor de la materia prima del periodismo (la información) ... es la pieza clave de toda institución periodística” (pp.26-27). Comentan que sus cualidades deben ser:

- Vocación: “gusto y voluntad de conocer para informar de los hechos de interés colectivo.”
- Sentido periodístico: “un reportero sabe encontrar el ángulo de interés general en diferentes áreas de la vida social, lo mismo en la economía que en la política, la cultura o la diplomacia que, sin ser temas que deba conocer como especialista, está obligado a comprender en sus líneas esenciales.”
- Aptitud adquirida: “el reportero que afirma y confirma su vocación con estudios teóricos y prácticos de técnicas de redacción, desarrolla una aptitud superior a la de quien capacita en el solo ejercicio periodístico, de manera improvisada.”
- Honradez: “el periodismo implica la honradez, la incorruptibilidad del periodista. Quien accede al periodismo para obtener una credencial con la idea de medrar o de satisfacer propósitos mezquinos con el tráfico de influencias, puede ser un eficaz negociante o un buen gestor, pero no un periodista.”
- Tenacidad: “la insistencia, la persistencia, la búsqueda sin tregua de un dato central, un ángulo especial de la información que se trabaja es también requisito en todo reportero.”
- Dignidad profesional: “es un elemento clave en la conducta reporteril. La dignidad profesional implica una autonomía moral, no sólo frente a los sujetos y asuntos que trata el periodista para obtener la información, sino también frente a sus compañeros de ‘fuente’ y de trabajo; frente a sus jefes y auxiliares.”
- Iniciativa: “por la responsabilidad que entraña su función, el reportero debe no, únicamente, cumplir las órdenes o sugerencias de su jefe de información, sino responder a la lógica de su propia iniciativa.”
- Agudeza: “lo que ve y escucha el reportero nunca es incidental, si se tiene agudeza para percibir ‘la nota’. Una clara visión y el hábito de la lectura, le permiten identificar en documentos los aspectos relevantes, prácticamente, “a vuelo de pájaro.

¿Cuál es el trabajo del periodista? El manual de estilo de Medios Públicos EP (2018), asegura que “La principal tarea del periodismo es informar; contarle al lector algo que, en general, desconoce o conoce sólo, de manera parcial, otorgándole insumos que le permitan analizar, objetivamente, la realidad” (p.10).

Leñero y Marín (1986) comentan, en su manual, que el reporteo es el término utilizado para la búsqueda de información (p.47), asegurando además que para la obtención de los datos se deben seguir los siguientes procedimientos (p.47-48):

- La presencia: según los académicos, una de las maneras de obtener información es por medio de la asistencia a acontecimientos con convocatoria previa, congresos o ceremonias, así como situaciones eventuales a las que pueda presentarse.
- La búsqueda: el periodista también puede hacer averiguaciones o indagaciones, desde su propia iniciativa y según sus intereses, utilizando fuentes oficiales, institucionales, organizaciones, de carácter público o privado, así como documentos o testigos de acontecimientos
- La incitación: además de hechos y datos obtenidos, por medio de comunicados de prensa, Leñero y Marín indican que los periodistas deben tener iniciativa para encontrar nuevos enfoques y puntos de vista, generando así noticias.
- Los boletines: comunicados de prensa elaborados por las salas de prensa públicas y privadas, siempre y cuando éstos representen un hecho noticioso relevante y que cubra las expectativas del periodista.

Los académicos también aseguran que para el periodista es importante tener contacto con personas, lugares y documentos (p.48-49):

- Personas: son las fuentes que podrían asegurarle al periodista nuevas informaciones y hechos noticiosos, así como aquellas personas que, por su condición natural, podrían ser o generar noticias.
- Lugares: se refiere a las oficinas de prensa, de las cuales los periodistas deben conocer su ubicación y mecanismo de operación; además de otros emplazamientos, donde pueda llevar a cabo observaciones y producir noticias.
- Documentos: básicamente, los boletines, antes citados, pero también otros textos oficiales, ponencias, entrevistas, que sirvan para la redacción de hechos noticiosos. También existen los textos, que podrían ampliar información o mejorar el conocimiento sobre un hecho, a esto se le llama escrito paralelo.

El periodista teniendo claras las formas correctas para la obtención de los datos y hechos que podrían narrar una noticia, además del contacto con los medios para conseguirlos, debe garantizar, como profesional, los siguientes puntos (p.49-50):

- Precisión: “darse cuenta cabal de todos los detalles importantes y secundarios de un hecho noticioso, con exactitud y fidelidad”. Aquí, los autores del manual insisten en que

es necesario, que exista precisión en hechos como: lugar, hora, fecha, duración de un hecho, número de participantes, así como otros datos, que así lo requieran. “En el reporte de documentos noticiosos, se requiere una lectura cuidadosa para precisar el número y clase de los temas que se abordan, la magnitud de las cifras o problemas, que se tratan.”

- **Comprensión:** para abarcar de forma panorámica o completa un hecho o acontecimiento noticioso, se necesita:
 - Es necesario que el periodista tenga conocimiento previo sobre algunos de los hechos (como los políticos o los sociales), que permitan transmitir un mensaje, con mayor claridad para las audiencias.
 - A la hora de leer o interpretar un documento que pueda ser noticioso, no sólo debe hacerlo de una porción, palabra u oración, sino del texto completo, para que se tenga un panorama más claro.
- **Penetración:** los académicos indican que, para lograr la penetración, es necesario “ahondar en el significado del hecho para descubrir su trascendencia”, valorando así lo más sobresaliente y lo secundario de los hechos, al igual que en los datos documentados, jerarquizando, según su trascendencia.

La noticia, lo básico.

Definida, desde la Real Academia Española, en su sitio web, la noticia es una “Información sobre algo que se considera interesante divulgar”, “Hecho divulgado”, “Dato o información nuevos, referidos a un asunto o a una persona” o “Noción o conocimiento sobre una materia o sobre un asunto”.

Para Leñero y Marín (1986), en su manual, indican que la noticia o la nota informativa “es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo” (p.40), texto que va de la mano con la indicado por la RAE. También comentan que es “la acción y efecto de enterar, de enseñar todos dominios del pensamiento y la actividad humana, se denomina información” (p.47).

“La información periodística transmite información sobre un hecho actual, desconocido, inédito, de interés general y determinado valor político ideológico. A este hecho se le llama noticia” (p.47), asegura el manual.

Años más adelante, Iranzo y Latorre (2019) elaboraron “La noticia: manual práctico de redacción”, para el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Española Jaime I, ratifican que “La noticia es el género estrella, dentro de los géneros de información...

la esencia del periodismo, la materia prima”, asegurando que ésta tiene un estilo literario sobrio, directo y es una forma escueta de presentar información (p.8).

“Entendemos por acontecimiento todo hecho que sucede en un momento determinado y está fuera de lo previsto y lo normal, y es, por tanto, algo singular o accidental”, indican Iranzo y Latorre (2019), comentando además que “Podríamos considerar, así, los medios de comunicación de masas como un sistema que funciona con unos inputs, los acontecimientos, y que produce unos outputs que transmiten: las noticias” (p.8).

“Noticia e información no son lo mismo” (p.15), asegura Macaggi en su Manual del Periodista de 1991. Para el académico, ambas palabras podrían interpretarse como materia prima, sin embargo, la diferencia radica en que lo primero es lo nuevo, mientras que lo segundo busca brindar conocimiento.

Macaggi (1991) define la noticia desde la raíz: “viene del latín notio (idea que se forma, elemento primario del conocimiento)” (p.15), esto último entre paréntesis también lo consideran Leñero y Marín (p.47). El periodista afirma que la noticia conforma la información más común (p.17). Entre las características de la noticia, Macaggi comenta las siguientes:

- Relata el hecho en su forma más básica y escueta.
- Se deben incluir referencias.
- Los relatos serán precisos.
- Se debe prescindir de adjetivar los hechos.
- Una construcción directa e imparcial (tercera persona).

Sobre estas mismas características de la noticia, Leñero y Marín (1986) detallan lo siguiente (p.47):

- No miente, desinforma o tergiversa, sino que narra la realidad sin mentir.
- Habla sobre la actualidad, los hechos ocurridos ayer u hoy.
- No busca crear juicios ni brindar opiniones.

Por su parte, el Manual de estilo periodístico de los Medios de Comunicación de la empresa ecuatoriana Medios Públicos EP, indicó en 2018 que la noticia y su forma, básicamente, están compuestas de la siguiente manera (p.10-11):

- “Es la célula de la información y el punto de partida hacia otros géneros periodísticos.”

- “Es el registro claro, concreto y conciso de un hecho de interés público. No es una repetición de declaraciones ni de boletines de prensa; todos los datos deben contrastarse y verificarse.”
- “Si un hecho, por impactante y novedoso que sea, no puede ser totalmente verificado, no debe publicarse. Si, de manera excepcional, se decide publicar una nota sobre un acontecimiento de esa naturaleza, se redactará un avance noticioso y se explicará al lector que el hecho no se ha comprobado, con el compromiso de ratificar o no lo informado.”
- “Al redactar las notas, se preferirá la fórmula de la pirámide invertida. Esto quiere decir que, en los primeros párrafos, se explicarán los datos más relevantes y se responderá a las preguntas básicas (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?). Sin embargo, aunque esta fórmula deberá preferirse, porque contribuye al rigor periodístico, no es una camisa de fuerza; por tanto, el periodista podrá responder las preguntas a lo largo de la nota y, en la medida de lo posible, incluirá respuestas a otras como ¿según quién?, ¿cuánto?, ¿qué reacciones surgieron?, etc. La nota debe proporcionar la información necesaria al lector y se escribirá considerando todos los antecedentes posibles, sin asumir que los lectores conocen los hechos relacionados con ella.”
- “En una noticia, no se debe usar la primera persona; el periodista se identificará como el medio al que representa.”
- “No se debe empezar una nota con citas textuales, a menos que sean cortas e impactantes... En los contenidos periodísticos, de ninguna manera, un párrafo estará compuesto sólo por una cita textual. Cada cita tendrá siempre la identificación de la fuente o, por lo menos, un verbo de atribución.”
- “Siempre debe explicarse en qué momento y circunstancias ocurre la noticia.”

Sobre la noticia, Leñero y Marín (1986) también comentan, que existen cuatro tipos de noticias dependiendo de la fuente de donde provengan los datos (pp.52-53):

- Oficiales: “cuando una institución pública o privada es responsable de la información que proporciona”, con declaraciones no ubicadas en el segundo o tercer párrafo de la nota, siempre poniendo en segundo plano a la persona sobre el nombre de la institución o empresa.
- Extraoficial: cuando una empresa o institución brinda una información confidencial, pero autorizada para su difusión, hechos o acontecimientos, que suelen tener menor

relevancia que los oficiales, sin embargo, para esto es necesario, que se confirmen los datos e incluso se podrían incluir declaraciones.

- Observación directa: aquí; “pueden agruparse todas las demás noticias que el reportero atestigua de manera personal. De gran importancia, son para esto las entrevistas: la mayoría de ellas se maneja como noticia.”
- Noticia de ambiente: tiene relación con todas aquellas noticias, que hacen referencia a fechas o situaciones temporales, todas las que forman parte de la atmósfera informativa, donde se pueden incluir impresiones personales, sin objetividad extrema.

Iranzo y Latorre (2019) aseguran que “Por mucho que cambie el periodismo, la selección del material que conformará la realidad que muestran los medios es una de las tareas ineludibles de la profesión” (p.12), agregando también que “El periodismo exige la renovación constante de contenidos, la búsqueda diaria de algo nuevo que contar”. Es, por esto, que ambos académicos comentan que para que un hecho, finalmente, tenga elementos para considerarse una noticia, se deben atender dos variables distintas:

1. “El efecto del acontecimiento sobre la sociedad y sus ciudadanos.”
2. “La cualidad del acontecimiento como trabajo periodístico.”

Ambos también afirman que algunos profesionales prefieren llamarles a estos variables criterios periodísticos, cuando se trata de la noticia, directamente, y criterios extraperiodísticos cuando tienen una relación más directa con el medio (p.12-15). Para estos dos últimos casos, Iranzo y Latorre (2019) comparten:

- Actualidad: la novedad define la noticia, por eso los hechos noticiosos deben recoger acontecimientos nuevos. “La actualidad periodística se refiere al momento en el que un hecho se conoce y no sólo, al instante, en que se produce. En este sentido, son los periodistas los que crean o construyen la novedad, al hacerlos públicos.”
- Proximidad: “Interesa más lo que ocurre más cerca”, aduciendo que los hechos cercanos a los consumidores tienen más posibilidad de ser noticia que los lejanos, asegurando también que la proximidad no es sólo una cuestión de distancia, sino también tiene que ver con factores como los culturales o los emocionales. “Si el lector se puede identificar con el protagonista de un acontecimiento, por muy lejos que éste se haya producido, es más probable que ese asunto encuentre acomodo como noticia”

- Trascendencia o importancia: “Algunos acontecimientos tienen una gran repercusión en la vida de las personas o en el porvenir de una sociedad y eso los hace más noticiables”, compartiendo que aquí entran temas legislativos, legales, laborales, entre otros de orden social que impactan a un gran número de personas, dentro de un grupo social.
- Magnitud: “El tamaño importa. A mayor dimensión de un acontecimiento, más interés mediático despertará... Del mismo modo, cuantas más personas se vean afectadas por un acontecimiento o estén implicadas en él, más valor tendrá como noticia.”
- Jerarquía de los protagonistas: “Para el periodismo no todos los seres humanos son iguales. La presencia de figuras de relevancia pública implicadas en un acontecimiento hace de él un asunto más relevante”, ejemplificando situaciones, que hayan sido realizadas o involucren a personajes de la política, deportistas, músicos o cualquier figura pública.
- Conflicto: “Las guerras y los conflictos entre países; las disputas o discrepancias entre políticos; los conflictos sociales; los enfrentamientos civiles; las peleas entre vecinos; las revoluciones; los atentados y, en general, todo acontecimiento que implique conflicto es noticiable.”
- Rareza: indican que lo extraño atrae al ser humano, así como todas aquellas situaciones singulares o, particularmente curiosas, que puedan despertar el interés del público y quieran saber más.
- Imprevisible: situaciones eventuales que puedan ocurrir en un lugar geográfico específico.
- Emoción: “Este criterio lo reúnen aquellos acontecimientos que impactan, emocionalmente, en el lector: sucesos, dramas, situaciones de injusticia, etc. El impacto de este factor de noticiabilidad en el periodismo es creciente y su efecto más notable es el incremento de las llamadas soft news o noticias blandas, seleccionadas por su capacidad para conectar con las emociones del lector, en detrimento de las noticias duras o hard news, vinculadas a cuestiones de trascendencia e interés general.”
- Evolución de un acontecimiento: “Cuando un acontecimiento mantiene el interés del lector, a lo largo de varios días o semanas, y crea expectación en torno a su desenlace, aumenta su atractivo informativo.”

También indican que (pp.15-16) que hay otros factores circunstanciales, que podrían afectar el desarrollo periodístico, favoreciendo o perjudicando la agenda de los medios, son los siguientes:

- Accesibilidad: “Si el periodista puede obtener la información con facilidad, es más probable que se plantee redactar una noticia, que si encuentra muchas dificultades para acceder a los detalles o a las fuentes.”
- Comprensión: los autores indican que cuando los hechos suelen ser difíciles de ser comprendidos, hay un descarte natural de los hechos noticiosos.
- Calidad de la historia: si la calidad de los archivos que se tiene, hablando de audios, fotografías o televisión, no es buena , no es tan probable que los medios utilicen los contenidos.
- Equilibrio temático: buscar la variedad de temas, que no haya similitud de notas, dentro de la cobertura para el mismo día, o bien que estas notas sean de apoyo, si es necesario.
- Moda: “Algunos temas se ponen de moda, durante un periodo, y eso facilita que se publiquen noticias relacionadas con ellos.

Construcción de la noticia.

Según Leñero y Marín (1986), en su manual, indican que las notas informativas se redactan, según una serie de consideraciones:

1. Ambos autores indican, que el primer punto, que la idea fundamental es dar acontecimientos que las audiencias no conocen y es, por eso, que algunas de sus características más importantes son “la objetividad, ausencia de juicios, de opiniones, de apreciaciones personales sobre el hecho” (p.54), agregando además que es fundamental que éste sea “escueto, impersonal, ajeno a las florituras. Hay que narrar sin entrometerse entre los acontecimientos y el lector”, aseguran. Otras aportaciones sobre esto son:
 - a. No se escribe en primera persona, siempre en tercera.
 - b. El exceso de adjetivos y adverbios podrían proyectar apreciaciones personales.
2. Sobre el lenguaje, Leñero y Marín (1986) indican que “las noticias deben darse en un lenguaje comprensible a la mayoría de los receptores” (p.55), agregando que se deben evitar los “rebuscamientos que entorpezcan la asimilación de lo que sé que se quiere decir”, buscando siempre que los textos sean accesibles al público general. “El estilo

noticioso tiene como segunda característica la sencillez”. Sobre esto, también comentan (p.55):

- a. “Deben evitarse palabras que no se usen en la conversación ordinaria.”
 - b. “Deben evitarse, en lo posible, términos técnicos.”
 - c. “Deben evitarse las construcciones gramaticales complicadas, rebuscadas, aunque sean, gramaticalmente correctas.”
3. Comentan que los mensajes deben ser claros (entendibles), para ellos, la “claridad significa expresión al alcance de todos, pensamiento diáfano, conceptos precisos, sintaxis correcta y vocabulario asequible” (p.56), queriendo decir que los mensajes emitidos deben penetrar en el lector con el mínimo esfuerzo mental. Para Leñero y Marín (1986) “la claridad es una condición importante de la noticia, quizá la más importante”. Pero también aportan (pp.56-57):
- a. “La noticia debe redactarse de forma concisa”, refiriéndose a que cada palabra debe tener una razón en el mensaje.
 - b. El texto debe ser interesante, sin perderse en lo accesorio o menos relevante de la noticia. “Debe buscarse lo fundamental, lo que constituye la esencia y la sustancia del acontecimiento e imprimir esa dosis de interés al elaborarlo.”
 - c. “Deben escribirse párrafos breves, de frases simples, directas, concisas. Idealmente, cada palabra que se escribe debe ser indispensable”.
 - d. “Debe darse lo más importante del suceso, inmediatamente. La noticia se ‘dispara’. El estilo noticioso siempre va al ‘grano’

Leñero y Marín (1986) comparten que todos los hechos noticiosos como tal deben reflejar las siguientes preguntas (las W) (pp.57-58):

- “El hecho: qué ha sucedido.”
- “El sujeto: quién realiza la acción.”
- “El tiempo: cuándo sucedió.”
- “El lugar: dónde se llevó a cabo.”
- “La finalidad: para qué o por qué se efectuó.”
- “La forma: cómo se realizó.”

Las respuestas generadas por las preguntas, anteriormente citadas, “determinarán la amplitud... (siendo) interrogantes, que suele hacerse cualquier persona interesada en la información” (p.58). Leñero y Marín (1986) comentan que no es necesario responder siempre a las seis preguntas, sólo cuando es, estrictamente necesario, pero que lo habitual es que se brinde información de al menos, cuatro de ellas.

“Es importante que el periodista sepa identificar cada uno de estos elementos y que acierte en la valoración de los mismos, pues, a partir de la clasificación y valoración de estos elementos, es como se elabora la nota informativa” (p.58), comentando además que cualquier omisión, error de recopilación se verá reflejado en el producto informativo final.

Aunque la noticia no se empieza a construir desde el título, éste será el primer elemento. Iranzo y Latorre (2019) afirman que este elemento es la carta de presentación de cualquier hecho informativo (p.22) buscando atrapar al lector (lo que dentro del argot de la profesión se termina definiendo como gancho periodístico), creando en él curiosidad y motivando a la lectura, pero además indican que “Un buen titular puede hacer triunfar la noticia más insulsa, pero también abocar al fracaso la más brillante... Titular es todo un arte que exige condensar en pocas palabras la esencia de una información con la dosis necesaria de precisión”. Los autores indican que existe una serie de elementos titulares para presentar una noticia, de forma generalizada para efectos de esta investigación, se destacan (p.22):

- Título: “Es el titular principal, que aparece siempre destacado con una tipografía de mayor tamaño. Reúne los datos básicos de la noticia, normalmente el quién y el qué.”
- Antetítulo: “Son los titulares que se escriben antes (antetítulo) o después (subtítulo) del título. Sirven para ofrecer datos relevantes de la noticia que no han podido destacarse en el título.”
- Epígrafe: “Es un tipo específico de antetítulo, que sirve para ubicar temática o geográficamente una noticia, dentro de una sección o de un conjunto de informaciones.

Sobre este mismo tema, Leñero y Marín (1986) sostienen:

Las cabezas o titulares y sumarios o secundarios son ‘el grito’, la llamada de atención con que los medios informativos anuncian la noticia. En los impresos, se presentan en caracteres de imprenta de mayor tamaño que la información, propiamente dicha, y recogen de ella lo más sobresaliente, lo de mayor impacto (p.60).

Seguido de los anteriores elementos, se encuentra el lead o la entradilla (del inglés to lead o introducir. Leñero y Marín (1986) indican que es el primer párrafo “donde, idealmente, se da a conocer lo más sobresaliente del hecho” (p.60), esto debido a que, argumentan, “el receptor que no pueda o no quiera asimilar la noticia completa, con leer la entrada queda enterado de lo que ocurrió”.

Por su parte, Iranzo y Latorre (2019) comparten que este primer párrafo “contiene la esencia informativa del texto periodístico” (p.33), afirmando que es de suma importancia porque tiene dos finalidades:

1. “Captar la atención del receptor.”
2. “Ofrecerle los datos necesarios para que conozca lo fundamental de la noticia.”

Según recopilan en *La noticia: manual práctico de redacción*, el origen del lead se establece entre 1861 y 1865, cuando en Estados Unidos se desarrollaba la Guerra de Secesión Norteamericana. Iranzo y Latorre (2019) redactan que los corresponsales al llegar a las oficinas de telégrafos, querían ser los primeros en brindar los últimos acontecimientos, entonces “para ganar tiempo, los reporteros no daban su opinión ni suministraban detalles al transmitir las noticias; intentaban informar únicamente de los acontecimientos más importantes” (p.33).

En ocasiones, y de manera errónea, se considera la entrada como el resumen del texto periodístico. Y no lo es. El primer párrafo de una noticia –no así el de una crónica o un reportaje– deja fuera todo aquello que no es esencial y se centra en responder las preguntas básicas que el periodismo se formula sobre cualquier acontecimiento: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? y ¿por qué?, las llamadas 6W (p.34).

Es aquí donde, como comentan Iranzo y Latorre (2019), reafirmando a Leñero y Marín (1986), se resume la información reflejada en las preguntas, que construyen un hecho noticioso (p.34):

- “¿Quién? El sujeto de la información, quien la protagoniza.”
- “¿Qué? El hecho, lo que ha sucedido.”
- “¿Cómo? El método, la manera de producirse el hecho.”
- “¿Cómo? El método, la manera de producirse el hecho.”

- “¿Cuándo? El momento, el factor tiempo cuya precisión –día, hora o año– dependerá del acontecimiento.”
- “¿Por qué? La causa, la razón de lo ocurrido.”

Iranzo y Latorre (2019) también coinciden con Leñero y Marín (1986) en que ni el texto completo ni el lead deben responder a todas las W. En el caso de no resolverlas en la entradilla, éstas se pueden desarrollar en el cuerpo, sin recalcar que lo ideal es que siempre se contenga la mayor cantidad de ellas.

Sobre la extensión del lead, los españoles agregan, citando a manuales y autores:

En todo caso, el primer párrafo de una noticia debe ser breve, tener una lectura fácil y muy claro el relato de los hechos. No hay una norma establecida sobre su extensión: algunos manuales de redacción recomiendan no superar las «35 palabras» (Mencher 2011, 103), mientras otros, como el Libro de estilo de El País (1990, 41), proponen entradas de 60. Martínez Vivaldi sube hasta las 70 palabras (2000, 396) y Secanella (1980, 79) apuesta por una fórmula, que reduzca a 40 palabras y dos frases el contenido de este párrafo esencial (p.35).

También generan una serie de consideraciones importantes para el lead, consensuando a todos los autores consultados, entre las que se encuentran que (p.35):

- La entradilla debe ser un texto conciso.
- Requiere una exhaustiva labor de síntesis.
- No debe contener información irrelevante.
- Debe ser efectivo, entendible con la primera lectura.

Además, concluyen que:

La creación de la entradilla es una de las tareas más importantes en la construcción de una noticia. De ella dependerá, en gran medida, que se lea el resto del texto o se deseche. Por ello, es aconsejable cuidar, especialmente, su contenido y estilo de redacción.

A modo de síntesis, se puede concluir que una entrada efectiva es un texto informativo riguroso y preciso; que tiene una estructura sencilla, con frases bien organizadas; que utiliza un lenguaje claro, comprensible; que es breve; que se centra en relatar la esencia del acontecimiento, y que consigue conectar rápidamente con el lector (p.35).

Sobre las consideraciones del lead, también Leñero y Marín (1986) también aportan (p.62):

- “La entrada es la parte más importante del relato noticioso, de la elaboración, y también la más difícil.”
- “Tiene que seducir al lector, persuadirlo para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo.”
- “Debe ser clara, directa y sencilla.”
- Debe ser “estructurada y escrita de tal manera que los demás elementos de la información resulten complementarios y/o anecdóticos.”
- Responder a las W no es todo su cometido, “la entrada debe llamar la atención del receptor, debe impactarlo” y esto se logra incluyendo “lo más singular, lo de mayor énfasis, el rasgo más interesante o más significativo.”

Leñero y Marín (1986), en su manual, añaden una serie de recomendaciones fundamentales para la redacción de un lead o una entrada (pp.66-67):

1. Seleccionar, de forma correcta, las preguntas por responder.
2. Informar con claridad, de forma condensada, pero sin omisiones.
3. Provocar el interés del consumidor con ventanas que tengan punta.

Finalmente, sobre las entradillas, Leñero y Marín (1986) meditan:

Una entrada que cumpla cada una de sus funciones, sirve de motivación al lector, al radioescucha, al televidente, para prestar atención hasta el final de la noticia y, si está, correctamente estructurada, sirve de pauta al periodista para desarrollar la nota informativa. Se le facilita la redacción.

La construcción de la entrada debe ser regular, fluida; el tono, impersonal, objetivo; el lenguaje, claro; los tiempos verbales, simples, preferentemente en pasado; la puntuación a base de coma, punto y coma y dos puntos, evitando en lo posible el punto y seguido y, finalmente, rehuyendo los párrafos largos (p.72).

Después del lead, se encuentra el cuerpo de la noticia, como indican Iranzo y Latorre (2019), una tarea aparentemente sencilla, pero que requiere de un proceso de jerarquización de datos, a lo que, de manera habitual, se le conoce como la pirámide invertida (p.47).

“Es un error, por lo tanto, seguir un orden cronológico en la redacción de la noticia o emplear el esquema típico de la ficción de planteamiento, nudo y desenlace” (p.47), aseguran los autores. Como se vio, antes, y como ellos afirman, lo primero es situar en un párrafo inicial “la respuesta a las principales interrogantes del hecho que se está abordando y, a continuación, jerarquizar, de forma adecuada, el resto de los datos, de manera que los menos relevantes se ubiquen al final”.

Para Iranzo y Latorre (2019), el lector nunca debe llegar hasta el final de una nota informativa para conocer qué pasó, sino que desde el inicio deben brindarse todos los detalles, para que pueda entenderla.

“Después del primer párrafo, existe la opción de escribir uno o dos párrafos, que ayuden a explicar mejor los datos que aparecerán a continuación. Es lo que se llama ‘cuello de la información’”. Citando a Armentia y Caminos (2009, 198), aseguran que este elemento cuenta con algunas finalidades (p.48):

- “Descargar identificaciones que convertirían el primer párrafo en excesivamente largo y farragoso.”
- “Colocar datos secundarios, pero que pueden ser significativos para la historia y dotarla de ritmo o colorido.”
- “En las noticias de continuidad (es decir, aquéllas que se prolongan, a lo largo de varios días), incluir referencias a los hechos acontecidos anteriormente y que sirven para comprender mejor lo que está sucediendo.”
- “Contextualizar la noticia con antecedentes.”

Por su parte, Leñero y Marín (1986) confirman que, en este elemento o etapa de la nota informativa “se desarrolla el hecho dado a conocer en la entrada; se le presentan al público los pormenores, los detalles importantes y hechos laterales del acontecimiento”.

Las funciones del cuerpo de la noticia son (pp.72-73):

1. “Ampliar los datos que se han dado en la entrada guardando, en lo posible, el orden en que han sido colocados los elementos informativos en ese primer párrafo.”
2. “Ofrecer una visión integral del hecho.”
3. “Permitir que, a su paso por la mesa de Redacción —donde se corrige el estilo, se edita si es necesario... puedan cambiarse o sustituirse los párrafos sin alterar el conocimiento básico del hecho informativo.”

Para Leñero y Marín (1986), al igual que Iranzo y Latorre (2019), lo más importante debe ir en la entrada, desarrollando de forma decreciente los datos en el cuerpo (p.73).

“La pirámide invertida se ha impuesto en el periodismo contemporáneo, debido a las ventajas numerosas que ofrece, tanto para el periodista en el momento de elaborarla como para el receptor” (p.73), aseguran. Esta figura tiene dos relatos, uno condensado (el lead propiamente), mientras que el otro es desglosado “en el cuerpo de la pirámide invertida de acuerdo con su valor informativo, mediante párrafos cortos e independientes” (p.73).

Afirman:

Así, la pirámide logra ofrecer el relato noticioso, con toda la celeridad que se le exige a la noticia: de la mayor cantidad de elementos en el menor espacio posible y en la forma más rápida para su transmisión y recepción. Siendo una estructura práctica y eficaz, no la única eficaz (p.75).

Algunas de las ventajas que Leñero y Marín (1986) encuentran en la pirámide invertida para fines informativos son (pp.75-76):

1. “Para el lector: utiliza el método de comunicación habitual. Le permite enterarse, sucintamente, desde el primer párrafo de lo que sucedió, cuándo, cómo, dónde, por qué y quién fue el protagonista del suceso”. Esto termina tomando relevancia, porque, según indican, si el receptor no quiere continuar con la información, ya se enteró de lo esencial.
2. “Para el proceso de elaboración: los párrafos-bloques del sistema de pirámide invertida permiten cortar parte de la información, si no alcanza el espacio o el tiempo de

transmisión que se le asigna, sin que la noticia pierda su parte medular. Permite asimismo variar el lugar de los párrafos.”

3. “Para el titulista o cabecero: da oportunidad, si la sugerencia de la cabeza no está bien formulada o se presentan títulos similares en la misma página del periódico —lo cual es frecuente— hacer cambios con sólo leer el primero y segundo párrafos.”

Además, comentan Leñero y Marín (1986) que el cuerpo de las notas informativas se divide en tres partes fundamentales: el segundo párrafo, el desarrollo y el remate. Propiamente hablando del segundo párrafo, en su manual comentan que podría tener las siguientes funciones, según su necesidad informativa (pp.76-78):

1. Completar la entrada: “cuando por la complejidad del hecho noticioso no hay espacio suficiente en la entrada para contestar todas las preguntas básicas, se deja para el segundo párrafo la respuesta de alguna interrogante... El segundo párrafo, pues, completa y desahoga la entrada” (p.76).
2. Ampliar algunas partes de la entrada, es decir, incorporar elementos que permitan un mayor entendimiento del hecho informativo (p.77).
3. Reforzar la entrada: “ofreciendo un dato documental, agregando una cita textual de un personaje importante o de un informante de la noticia, o dando una explicación objetiva que realce la trascendencia del hecho” (p.78).

El desarrollo por su parte, apuntan, lo determina el género del acontecimiento, y aunque, en este espacio, predomina el uso de la pirámide invertida, también se pueden utilizar otras estructuras. Lo detallan de la siguiente manera (pp.79-83):

1. Desarrollo documentado: “en los párrafos de orden decreciente de importancia, se incluyen datos documentales, que permiten al receptor del mensaje situar la noticia en el marco de la actualidad y comprender mejor el significado del hecho” (p.79).
2. Desarrollo cronológico: “después de que la entrada y el segundo párrafo han resumido lo sustancial de la noticia, se inicia el desarrollo siguiendo la secuencia temporal de los acontecimientos” (p.81).
3. Desarrollo combinado: es, básicamente, una mezcla entre los desarrollos propuestos como documentado y cronológico (p.82).

Las notas finalizan con el remate, “el último párrafo de la noticia... tiene por función ‘cerrar’ la noticia, darle a entender al receptor que la noticia que se le ha dado es completa, que allí, precisamente, se concluye” (p.83).

Leñero y Marín (1983) indican que los periodistas deben seleccionar, cuidadosamente, uno o más datos para elaborar este cierre, un dato no sustancial ya “lo sustancial debe ir siempre en la entrada o en el segundo párrafo” (p.83), esto debido a que no todos los consumidores de noticias llegan hasta el final de la información.

“El dato contenido, en el remate, debe ser secundario pero concluyente, y tiene más una función estilística o psicológica que informativa”, concluyen los autores.

Sobre el cuerpo de la nota, Iranzo y Latorre (2019) emiten en *La noticia: manual práctico de redacción*, una serie de consejos prácticos para redactar el cuerpo de una noticia, tema, ampliamente visto en los párrafos anteriores, pero que resumen. Según ellos, es práctico seguir los siguientes puntos (pp.55-56):

- Jerarquizar datos: “ya que el cuerpo de la noticia debe respetar la estructura de la pirámide invertida, resulta muy conveniente, antes de empezar a escribir, ordenar los datos según su importancia.”
- Búsqueda de documentación: “la ordenación de los datos de los que se dispone puede desvelar la falta de alguna información de contexto o antecedente necesario para que el lector entienda bien la noticia”, comentando, inmediatamente que los apoyos documentales favorecen esta parte de la tarea.
- Decidir la estructura: “una vez, definido el material del que se dispone, hay que decidir la estructura de la noticia”, además de ubicar los datos y evitar desmembrar el sentido de la misma.
- Párrafos homogéneos: “la noticia se debe escribir utilizando párrafos con una longitud similar (en principio, que no superen las 90 o 100 palabras)”, agrupándolos por ideas, permitiendo una lectura continua y lógica para el entendimiento de consumidores de la información.

Estas y otras recomendaciones (más relacionadas con la forma, propiamente, en que se debe de redactar, la forma más que el fondo) también las agregan Marín y Leñero (1986) en su *Manual del Periodista* (pp.84-88), entre ellos los siguientes:

1. “Al nombrar por primera vez a una persona, escríbase su nombre completo y sus títulos o cargos... Al volver a nombrarla en el cuerpo de la noticia, pueden utilizarse expresiones equivalentes.”
2. “No agrupar párrafos que comiencen con las mismas palabras”, para evitar, según los autores, la monotonía, durante el proceso de redacción de las notas informativas.
3. Evitar las cacofonías, es decir, la excesiva repetición de un mismo sonido a lo largo de una misma oración.
4. “Alternar en el desarrollo de la noticia párrafos de diferente longitud. No se agrupe en una misma zona una serie de párrafos cortos y en otros párrafos largos”, esto para lograr equilibrio en los textos.
5. “Que cada párrafo tenga unidad propia, de tal modo que, si se necesita cortar la noticia, sea posible suprimir un párrafo intermedio sin que el texto pierda sentido.”

Pero además de esto, Iranzo y Latorre (2019) también citan dos errores habituales en la redacción del cuerpo de la noticia (enfocado durante el proceso de aprendizaje del estudiante periodista) que aseguran, deben evitar los periodistas (p.56):

- Sobre la pirámide invertida: “Cumplir con la norma de ordenar los datos en función de su importancia supone muchas veces un reto... El resultado son textos desordenados. La situación se complica si, a la falta de destreza para jerarquizar los datos, se suma el uso de estructuras diferentes a la pirámide invertida como el orden cronológico.”
- Sobre la precisión de los datos: “Hay que desterrar todos los vicios de la redacción que impiden un texto directo y fluido”, como por ejemplo descartar datos irrelevantes, utilizar expresiones que no aportan al hecho o usar circunloquios.

Ética periodística

Como adjetivo, el Diccionario de la Real Academia Española, en su versión web, señala que la ética —como adjetivo— es aquello “recto, conforme a lo moral”. Según el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA, por sus siglas; ente que nació en 2002 con la misión de contribuir a mejorar la calidad del periodismo), la aplicación de códigos de ética en el periodismo “se traduce en la práctica en el mejoramiento de la calidad periodística” per se.

Por su parte, los códigos de ética, tomado del informe “Valoración de la ética en departamentos de prensa de televisión”, elaborados por el Consejo Nacional de Televisión de

Chile (CNTV) (2015), “surgen de necesidades concretas de las colectividades profesionales, organismos reguladores y mediadores del público” (p.13), incluso, para este consejo, los códigos “definen un conjunto de normas, que precisen los derechos y responsabilidades de las y los periodistas”, esto último importante para el desarrollo de la presente investigación.

Dentro del Código de Ética de las y los Profesionales de Comunicación (2012) del Colegio de Periodistas de Costa Rica (Colper) indica que “Los profesionales en comunicación deben asumir su papel con toda responsabilidad, deben exigirse a sí mismos las mismas calidades éticas, que exigen a las personas con que tienen contacto para su desempeño” (p.20).

A continuación, se detallan algunos de los criterios éticos y artículos de este código, considerados relevantes para el presente documento, aplicables para los periodistas:

- Artículo 4: “Regirse por los valores de libertad, respeto, diálogo, solidaridad, integridad, justicia, veracidad, lealtad, responsabilidad, transparencia, equidad, calidad, excelencia y compromiso social, con el fin de ejercer la profesión con dignidad y honorabilidad.”
- Artículo 5: “Mantener con firmeza la credibilidad, conservando la honra y noble tradición de la profesión, al ser leales con las empresas, organizaciones y colaboradores, siempre y cuando no atente contra el interés público.”
- Artículo 9: “No aceptar ni ofrecer retribuciones o gratificaciones, de ninguna especie, de personas, empresas o instituciones, que comprometan la independencia profesional.”
- Artículo 14: “Es deber de todo profesional de la comunicación indicar la fuente de donde obtuvo la información y respetar la confidencialidad de aquélla, cuando ésta así lo solicite.”
- Artículo 18: “Perseverar en el uso correcto de la lengua, bajo los principios de rigor en su utilización, claridad en exposición de ideas, promoverlo y preservarlo con excelencia.”
- Artículo 26: “No elaborar informaciones fuera de contexto o tendenciosas, que puedan inducir a engaño.”

A pesar de los artículos anteriores, el Colper como tal no define la ética en sí, dentro del ejercicio del periodismo. Por su parte, Zepeda y Prieto (2007) recordaron en Chasqui (revista latinoamericana de comunicación) lo expuesto en materia de ética por FOPEA, en el llamado Compromiso de la Boca, durante un encuentro periodístico coordinado por el mismísimo Javier Darío Restrepo. En su texto (p.5) Zepeda y Prieto exponen que el acuerdo ético, se basó en los siguientes 10 puntos:

1. “Defender la verdad, nuestra independencia como periodistas, y comprometernos (como periodistas) a dar un tratamiento honesto a la información.”
2. “Comprometernos con la democracia, el pluralismo y la tolerancia como valores esenciales de las sociedades modernas.”
3. “No aceptar sobornos, dádivas ni privilegios de parte de ningún tipo de poder.”
4. “Obtener información por métodos legítimos.”
5. “Mantener los acuerdos off the record con las fuentes de información. Y utilizar este recurso sólo en casos imprescindibles.”
6. “Respetar el derecho a la intimidad de las personas.”
7. “Priorizar la vida de las personas a cualquier primicia.”
8. “Utilizar el papel de los medios para construir y no para destruir.”
9. “Respetar el derecho del acusado a dar su versión de los hechos.”
10. “Evitar los conflictos de intereses que comprometen el trabajo del periodista para garantizar su independencia.”

Aunque se denotan algunas diferencias entre lo expuesto por COLPER y lo acordado por FOPEA, se van visualizando también puntos concordantes entre ambos códigos éticos. Un ejemplo de esto está entre el artículo 9 en Costa Rica y el 3 en Argentina, pero también entre los 5 y 1, así como el 26 y el 8, en el mismo orden.

En 2005, la periodista argentina Sandra Viviana Míguez escribió en la revista española *Información para la paz* un artículo titulado “La autocrítica de los profesionales de la información: entre la ética y la moral”, donde indicó que “el rol social que cumple el periodismo lleva una y otra vez a reflexionar sobre la ética periodística” (p.489). Una vez más, queda abierta a interpretación su definición, sin embargo, apunta a algo importante sobre lo que significa, escribe: “Una ética basada en la libre decisión personal, algo que no se reduce a pautas generales sino a preservar y promocionar aquellos valores, que dignifican la condición humana”.

Míguez también está convencida de que el compromiso con la verdad, como ella misma lo cita: “como consenso unánime de la práctica periodística” (p.489), podría alcanzar el máximo significado de la ética periodística, lo que implica también, como apunta, llevar información, de forma responsable, y una buena praxis periodística, apoyando el término en sí.

La periodista argentina cita incluso a Javier Darío Restrepo, comentando que el experto en ética periodística señala que “así como la razón de ser del médico es salvar vidas, y la del juez administrar justicia, y la del maestro, educar, la razón de ser del periodista es entregar

verdad” (p.490), aduciendo “el compromiso con la verdad es el sello indeleble del quehacer profesional del periodista” en materia de acercamiento ético.

Dentro de su análisis, Míguez comenta que Restrepo realizó un estudio, donde incluyó 68 códigos éticos de Latinoamérica, Europa, Asia, África, Oceanía, así como organizaciones internacionales, entrelazando valores éticos, asegurando incluso que, con su aplicación, “el periodista privilegia la búsqueda de la excelencia” (p.490).

Sandra Viviana Míguez asevera que, tomando en cuenta lo descifrado por Restrepo, a lo largo de su carrera (lo ético “no es la elección entre lo bueno y lo malo; es la elección entre lo bueno y lo bueno, en busca de lo mejor”), “la ética no es una regla, no se impone, es la propia conciencia la que decide seguir sus valores” (p.491), incluso citando a la filósofa estadounidense Hazel Barnes: la ética “es un control interno que el individuo ejerce sobre sí mismo”.

Así como se perciben similitudes entre los documentos del Colegio de Periodistas y Profesionales de la Comunicación de Costa Rica y el del Foro de Periodismo Argentino, Restrepo en su análisis de 68 códigos de ética, ratificado por Míguez, indica que casi todos hablan, de una u otra manera. sobre (p.492):

- Veracidad.
- Secreto profesional.
- Rechazo de ventajas personales.
- Ética relacionada con la libertad de información.
- Rechazo del plagio.
- Independencia.
- Solidaridad gremial.
- Respeto de la fama y de la intimidad ajenas.
- Responsabilidad.
- Información comprobada y completa.
- Servicios a la Comunidad.
- Obligación de rectificar y derecho de réplica.

Además de esto, Míguez, quien participó junto a Restrepo en el Compromiso de la Boca de FOPEA, recapitula lo, anteriormente expuesto, pero que, a su criterio, es la guía del desempeño periodístico diario: “veracidad, honestidad, independencia, sensibilidad, responsabilidad” (p.492). Más adelante, en su texto, la periodista cita al autor estadounidense

sobre ética Rushworth Kidder, afirmando que éste “propone la Regla dorada o reversibilidad: ‘El principio de hacer a otros lo que quieres que te hagan a ti mismo... posiblemente es el principio ético, que muchas personas han utilizado en la historia del mundo.’ (p.493).

Por otro lado, el ejercicio de la ética periodística se basa en la toma de decisiones, a partir de la información con la que se cuenta, a la hora de narrar un hecho noticioso. Míguez recopila nueve puntos expuestos por la periodista y consultora colombiana Lisbeth Fog sobre esto, específicamente. Para Fog, esto es lo que un periodista debe revisar, a la hora de tomar decisiones éticas:

- “¿Qué sé hasta el momento y qué hace falta saber?”
- “¿Cuál es mi objetivo al escribir sobre este tema?”
- “¿Cuáles son mis principios éticos, los de mi profesión y los de la organización, a la que represento?”
- “¿Cómo incluir diferentes puntos de vista, diversas ideas en el proceso de tomar decisiones?”
- “¿Quiénes se pueden beneficiar o perjudicar con mis decisiones?”
- “¿Cuáles son las motivaciones de mis fuentes?”
- “¿Cuáles serían las posibles consecuencias de mis actos, tanto en el corto como en el largo plazo?”
- “¿Cuáles son mis alternativas para maximizar mi responsabilidad frente a la verdad y minimizar el daño?”
- “¿Puedo justificar, clara y plenamente, mis razones y mis decisiones frente a mis colegas, a mis fuentes, a mi público?”

Además, Míguez comenta que lo anterior “se expresa a través de lo que la Sociedad de Periodistas Profesionales” (de Estados Unidos) (p.494), en el documento “Ética periodística: el nuevo debate” (p.67), estableció como su código ético en 1998, donde se describe cuál es el actuar de un periodista, hoy en día, con algunas diferencias en su redacción, este código indica que los periodistas deben:

1. “Comprobar la exactitud de la información de todas las fuentes y cuidarse del error. La distorsión deliberada es inadmisibles.”
2. “Buscar a los protagonistas de la noticia para darles la oportunidad de responder a alegaciones de conducta impropia.”

3. “Identificar sus fuentes siempre que sea factible. El público tiene derecho a toda la información posible sobre la confiabilidad de las fuentes.”
4. “Cuestionar siempre los motivos de sus fuentes, antes de prometer anonimato. Aclarar las condiciones de cualquier promesa hecha a cambio de información. Cumplir sus promesas.”
5. “Cerciorarse de que los titulares, avances noticiosos y material de promoción, fotos, vídeos, materiales de audio, gráficos, fragmentos sonoros y citas no tergiversen los hechos. No deben simplificar o acentuar, en exceso, los incidentes fuera de contexto.”
6. “No distorsionar nunca el contenido de fotos o vídeos noticiosos. Realzar imágenes por motivos de claridad técnica es siempre permisible. Identificar los montajes y las ilustraciones fotográficas.”
7. “Evitar las escenificaciones engañosas o las noticias escenificadas. Si una escenificación es necesaria para transmitir la noticia, identificarla como tal.”
8. “Evitar los métodos encubiertos u otras formas subrepticias de buscar información, excepto cuando los métodos abiertos tradicionales no produzcan información vital para el público. El uso de dichos métodos debe explicarse en el artículo.”
9. “No plagiar nunca.”
10. “Relatar la diversidad y magnitud de la experiencia humana con valentía, aun cuando sea impopular hacerlo.”
11. “Examinar sus propios valores culturales y evitar imponérselos a otros.”
12. “Evitar los estereotipos de raza, sexo, edad, religión, grupo étnico, procedencia geográfica, orientación sexual, incapacidad, apariencia física o condición social.”
13. “Apoyar un abierto intercambio de opiniones, incluso las que estimen repugnantes.”
14. “Dar voz a los que no la tienen; las fuentes oficiales y extraoficiales de información pueden ser igualmente válidas.”
15. “Distinguir entre abogar por una causa y reportar la noticia. Se debe identificar el análisis y el comentario y no tergiversar los hechos o su contexto.”
16. “Distinguir entre noticia y publicidad y rechazar las formas híbridas, que borran los límites entre las dos.”
17. “Reconocer la obligación especial de asegurar que los asuntos públicos se conduzcan al descubierto y que los documentos gubernamentales estén sujetos a examen.”

Pero eso no es todo, este completo Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales también incluye apartados sobre cómo minimizar el perjuicio, actuar con independencia y ser responsable. A continuación los puntos detallados.

Sobre minimizar el perjuicio:

- “Compadecerse de los que puedan afectarse, de manera adversa, por la cobertura noticiosa. Mostrar una especial sensibilidad al tratar con niños y con fuentes o protagonistas de la noticia inexpertos.”
- “Mostrar sensibilidad al solicitar o utilizar entrevistas o fotos de personas afectadas por la tragedia o la desgracia.”
- “Reconocer que buscar o reportar información puede causar perjuicio o malestar. La búsqueda de la noticia no da permiso para la arrogancia.”
- “Reconocer que los particulares tienen mayor derecho a controlar la información sobre sí mismos que los funcionarios públicos y otras personas, que buscan poder, influencia o atención. Sólo una extraordinaria necesidad pública puede justificar la intromisión en la vida privada de alguien.”
- “Proceder con buen gusto. Evitar ceder a la curiosidad sensacionalista.”
- “Ser cautos en cuanto a identificar a sospechosos menores de edad o a víctimas de delitos sexuales.”
- “Ser juiciosos en cuanto a nombrar a los sospechosos de delitos, antes de la formulación oficial de cargos.”
- “Contrapesar el derecho de un sospechoso de un delito a un juicio justo con el derecho del público a estar informado.”

Sobre actuar con independencia:

- “Evitar conflictos de intereses, reales o aparentes.”
- “Estar libres de vínculos y actividades, que puedan comprometer su integridad o perjudicar su credibilidad.”
- “Rechazar regalos, favores, pagos, viajes gratuitos y tratamiento especial, y evitar empleos secundarios, participación política, cargos públicos y el servicio en organizaciones comunitarias, si comprometen la integridad periodística.”
- “Revelar los conflictos inevitables.”

- “Mostrarse alerta y valientes, en cuanto a pedirles cuenta a los que ejercen el poder.”
- “Negarles trato de preferencia a anunciantes y personas con intereses particulares y rechazar sus presiones, para influir en la cobertura noticiosa.”
- “Desconfiar de fuentes que ofrecen información a cambio de favores o dinero; evitar ofrecer pago por la noticia.”

Sobre ser responsables:

- “Aclarar y explicar la cobertura noticiosa y promover el diálogo con el público, acerca de la conducta periodística.”
- “Alentar al público a expresar sus quejas contra los medios informativos.”
- “Admitir los errores y corregirlos con prontitud.”
- “Poner al descubierto las faltas de ética en la conducta de periodistas y medios de información.”
- “Atenerse a las mismas normas elevadas que les exigen a otros.”

Retomando el informe “Valoración de la ética en departamentos de prensa de televisión”, elaborado por el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV) en 2015, además de comentar qué es, por qué son importantes los códigos de ética en el ejercicio periodístico, también comparó las herramientas normativas de los códigos colombianos (aprobados en 1990 e impulsado por Javier Darío Restrepo), del código argentino Compromisos de la Boca (2006), Código europeo de deontología del periodismo (adoptado por el Parlamento Europeo en 1993) y las normativas legales chilenas, donde se encontró que los principales valores identificados son (pp.20-21):

- “Servicio a la verdad de forma objetiva, precisa y exacta, en virtud del derecho de la ciudadanía a ser informada.”
- “Protección del secreto profesional, mediante el resguardo de las fuentes y confidencias cuando así se solicite.”
- “Integridad profesional, independencia y libertad de expresión.”
- “Prohibición de la calumnia, la difamación, injuria y plagio.”
- “Rectificación y derecho a réplica.”
- “Resguardo a la intimidad de la persona y su familia.”
- “Libertad de información y de expresión como derecho inalienable del periodista.”

- “La primacía del servicio al bien común, el bien social, y el interés público de la sociedad en la labor periodística.”
- “Prohibición de la discriminación por racismo, sexo, religión, opinión, política, origen nacional, estrato social, entre otros motivos.”
- “En la obtención de noticias, fotografía o documento de cualquier tipo, solamente se podrán usar métodos justos, dignos, honestos y razonables.”

Todo lo anterior descompone la ética periodística, los códigos lo intentan regular, desde la percepción de quien ejerce la profesión, pero qué hay sobre su definición. En una nota escrita por el propio Javier Darío Restrepo y publicada en 2019 en el sitio web de la Fundación Gabo, indica que “la ética es la energía interna que le mantiene esa insatisfacción con su presente y esa ambición de llegar a ser excelente” (párr.45), asegurando, en su texto, que para lograrlo se deben seguir algunos de los parámetros recopilados, anteriormente.

Cuando llegamos a esa conclusión, entendemos que la ética es eso, una energía interior que nos impulsa a la excelencia; también entendemos que la ética no tiene que ver con la corrupción, ni con la violencia, porque estos son asuntos de jueces y de policías; en cambio, la ética tiene que ver con lo mejor de los seres humanos, para estimularlos; que la ética activa lo mejor que hay en nosotros; por eso, mantiene abiertos los ojos del espíritu para recordar que el humano perfecto que habita en cada hombre, siempre es posible. Reúno todas estas luces y logros, como los antiguos que leían mensajes en las constelaciones, descifrar como suma de todas esas luces la realidad de la Ética (párr.45).

Incluso el tema ético se podría finalizar con la deontología, según la Real Academia Española, en su sitio web, este término significa “arte de la ética que trata de los deberes, especialmente de los que rigen una actividad profesional”.

Por tanto, tomando en cuenta lo analizado por los diferentes autores, en materia periodística, el profesional que desarrolla un trabajo ético, en materia de deberes, toma en cuenta los siguientes 10 puntos coincidentes entre toda la teoría expuesta:

1. Defender la verdad.
2. Comprometerse con el pluralismo.
3. No utilizar las ventajas personales.
4. Ser solidarios con el gremio periodístico.

5. No hacer uso del plagio.
6. Respeto por las personas, de forma general.
7. Rectificar y brindar derecho de réplica.
8. No distorsionar contenidos, de manera deliberada.
9. Obtención digna y justa de los materiales.
10. No tergiversar y ser sensibles.

Rigurosidad periodística

Según apunta la Real Academia Española en el Diccionario de la lengua española, la rigurosidad significa “Calidad de riguroso”, es decir, según las definiciones adyacentes y adjetivas más íntimamente ligadas con el periodismo, se habla de “Exacto, preciso, minucioso”.

Como escribió Torres (2004) sobre la rigurosidad en el periodismo, en su artículo El rigor: garantía para los periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos:

Por la naturaleza de nuestra profesión y por cualidades como: honestidad entre lo que se dice y se hace, el respeto por la ética de la conducta, la ecuanimidad y el equilibrio de los hechos, debemos estar sujetos siempre al primer principio de nuestra profesión: el compromiso de ser veraces y respetar la objetividad en el análisis de los acontecimientos (p.5).

En este breve párrafo Torres (2004), presume que la rigurosidad es el resultado de sumar la ética periodística con el uso de los elementos correctos en la construcción de un hecho noticioso. “Quienes poseen informaciones, que puedan generar un interés público, deben estar adscritos, implícitamente, y con un compromiso social al manejo estricto e inviolable de la verdad como principal valor noticioso” (p.5), comenta el autor.

Torres (2004) también comenta que “la labor periodística está gravemente expuesta a la tergiversación de la verdad y, por ende, la manipulación que produce la información inadecuada de los hechos” (p.6), ante esto, el autor comenta que es importante que el periodista, en su trabajo de responsabilidad social, haga una recopilación completa de los hechos, así como las fuentes que van a respaldar la información y que, al final, acreditan lo que está sucediendo y cómo está pasando.

Para Torres (2004), además, los relatos inexactos no sólo tienen relación con la mentira, sino también con lo básico y lo elemental, evitando siempre dejar brechas abiertas para la mala interpretación y veracidad de los hechos, lo que podría afectar en la reputación, tanto del periodista como del medio. El autor también indica (p.7):

Es, por esta razón, que el periodista no debe, en ningún momento, perder el norte de su función, debe estar atento a entregar una información veraz, analizando todas las aristas del suceso, mirando hasta el último rincón, preguntando lo más mínimo para no perder la credibilidad porque, desde lo elemental y básico de nuestra actividad periodística, todos los elementos son importantes (p.7).

Para el autor, es fundamental, visto desde la veracidad, que todas las informaciones que nos hayan proporcionado las fuentes sean, aun así, verificadas antes de emitirse..

Se entiende, entonces, que, para lograr una información clara, veraz, de calidad, es necesario ser riguroso en lo que se hace y lo que se dice; teniendo en cuenta el rigor como la búsqueda en extremo de toda la información, con vehemencia, propiedad y precisión sobre el tema. Partiendo de la inflexibilidad de que es objeto la verdad de la noticia (p.7).

También agrega:

Dentro de la verdad, es esencial que estén integrados otros hechos propios del quehacer periodístico y que componen una estructura cierta, por cuanto no deja dudas ni conduce a confusiones. No es extraño que, de manera permanente, la falta de rigor ocasione desinformación entre la comunidad; falta de entendimiento en las salas de redacción y pérdida de credibilidad entre los mismos comunicadores (p.11).

Torres (2004) asegura:

El rigor y la responsabilidad están asociados. Al enfrentarse al cúmulo de información que se reciba de un hecho, es deber del reportero valorar esos datos, contrastarlos en las fuentes y si es posible verificarlos, de manera personal. No, en todos los casos, lo último es posible, pero sí lo es, ofrecer todas las variables, de modo que el televidente o

consumidor de medios tenga elementos de juicio, que le permitan analizar lo que se presenta como producto informativo (p.11)

Torres (2004) concluye que es importante que las universidades no vean la verdad, la precisión o el rigor como un requisito informativo, sino como una parte fundamental en el cumplimiento de las indagaciones. “Está demostrado que, si no hay rigor, lo que puede ocurrir es caer en la falsedad o, por lo menos, dejar el camino abierto para que una gran información se convierta... en un hecho más importante por cómo la presentan los medios” (p.19). El autor añade:

Es importante, por tanto, hacer prevalecer el fundamento ético del trabajo periodístico sobre todo, para que a la hora de actuar, se sigan unos lineamientos, que contribuyan a la función formadora y social, que poseemos como mediadores de la realidad y la sociedad (p.20).

Según reflexiona Villamarín (2013) en la edición 122 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, parafraseando a Ignacio Ramonet (director del periódico francés *Le Monde Diplomatique*), “En estos tiempos de globalización neoliberal, la información se ha convertido en uno de los problemas principales de la democracia” (p.24), asegurando que una de las razones para afirmar esto podría ser la trasgresión de ciertos estándares de la calidad, que evitan a las ciudadanías estar, debidamente informadas.

En el artículo Estándares de calidad de la información y democracia de calidad, Villamarín (2013) indica que las informaciones de calidad son:

Aquellas notas informativas que aseguren que el público disponga de una información equilibrada, sin sesgos ideológicos, con un enfoque que le permita reflexionar sobre lo dicho, que le despierte inquietudes, que le posibilite como ciudadano incorporarse al debate público y, sobre esta base, pueda tomar decisiones bien informadas sobre lo que sucede, a su alrededor (p.25).

Villamarín (2013) también asegura que, en la práctica diaria, hay una serie de recomendaciones que los periodistas conocen y que forman parte de este estándar, estando además en cualquier manual de estilo e incluso en códigos éticos, que, justamente, proponen una mayor calidad y por tanto rigurosidad: “contrastación y equilibrio de fuentes, separación

entre información y opinión, verificación, contextualización, exactitud y rigurosidad idiomática” (pp.25-26).

¿Cuál es el problema entonces? El autor, justamente, decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, asegura:

Algunos periodistas, por comodidad, en algunos casos, por desconocimiento en otros, por negligencia quizás, por dificultades propias de su labor diaria o atendiendo a ciertas políticas implícitas del medio, se olvidan del cumplimiento de esos estándares y los violentan a diario (p.26).

Para luchar contra esto, es que Villamarín (2013), en su artículo, brinda una serie de prácticas informativas, y que considera estandarizadas, para recuperar la credibilidad y rigurosidad periodística:

1. El equilibrio y contrastación de fuentes: “Frente a una versión sobre un hecho importante, delicado, urge tener no sólo la versión de la contraparte, sino también de otros posibles implicados y de analistas que, al no tener intereses creados, puedan dar una versión menos contaminada” (p.25), indica. Para él, uno de los objetivos informativos es que el consumidor pueda obtener datos libres de opinión, por lo que tener distintas versiones de los hechos es pertinente para este punto, sin reproducir las ideas que busquen dirigirlos o programarlos (p.26). Tampoco el tema está solamente relacionado con la variedad de fuentes, sino con la calidad de éstas, es decir, fuentes en igualdad de condiciones, plenamente.
2. Confusión entre información y opinión: según la teoría, en los hechos informativos los periodistas no deberían dar su opinión, incluso “En el imaginario del ciudadano común aún prevalece la propuesta de la teoría objetivista, según la cual la información es verdadera y la opinión no” (p.27), asegura. Los periodistas no deberían, por tanto, generar juicios de valor sobre los acontecimientos narrados, sin contaminar los hechos, buscando siempre la imparcialidad, neutralidad y la mayor cantidad de objetividad posible. Los puntos de vista personales deberían ser citados en las notas, como parte de los insertos o las fuentes y no como una editorialización, ya que esto podría afectar el hecho, automáticamente.
3. Textos contextualizados: en sí, el autor considera que los periodistas son guías para que las audiencias entiendan los diferentes hechos y las realidades narradas. Es, por esto,

que sugiere que la razón de ser, eso que le da sentido, también forme parte de la noticia, contextualizando y brindando calidad informativa. Por otro lado, “La descontextualización no sólo que no ayuda a entender el acontecimiento, sino que puede llevar a la manipulación” (p.27), visto desde el punto de vista del ocultamiento informativo, tomando las audiencias decisiones equivocadas o sesgadas, llevándolas a la inmovilización, a no tomar posturas (p.28). Según el autor, el contexto está conformado por dos elementos (p.27):

- a. Los antecedentes: “ayudan a ubicarse en los porqués de las cosas.”
 - b. Datos del entorno: “son todos aquellos otros sucesos que le dan sentido al hecho y permiten reflexionar sobre ellos.”
4. Precisión de los hechos: Villamarín (2013) considera que la precisión se puede ver afectada por situaciones como descuidos, falta de acceso a información, los cierres de edición, la falta de tiempo, entre otros aspectos (p.28). Sobre la precisión, asegura que debe ser en temas como los datos, cifras, nombres, interpretación de hechos o en los procesos mismos. La precisión en sí requiere que los periodistas verifiquen cada aspecto de los datos recolectados, comprobar si en efecto las situaciones ocurrieron de determinada forma.
 5. Rigurosidad idiomática: el académico considera que debería ser una de las principales prácticas estandarizadas, ya que el lenguaje es el principal instrumento del periodista (p.29). Villamarín (2013) argumenta que a los consumidores les interesa poco algún error de tipeo u ortográfico, por el contrario “Sí interesan, en cambio, el uso de términos con connotaciones negativas, que pueden ser usados, intencionalmente, con fines ideológicos para afectar a alguien”, es decir, es importante un uso correcto de palabras que no implique una clara toma de posiciones (p.29). “Estos casos bien podrían constar en el estándar relacionado con la exactitud y precisión”, indica, subrayando también que una buena redacción siempre es necesaria para entender cuál hecho informativo.

Villamarín (2013) termina su artículo afirmando sobre estos puntos que, según su opinión, podrían asegurar una mayor calidad y rigurosidad periodística: “Los estándares no son, químicamente puros. Se entrelazan, se cruzan, se complementan, lo que exige más atención por parte del comunicador, en cuanto operador semántico. Por ello, su ubicación en uno u otro estándar termina siendo secundaria” (p.30).

En su trabajo de tesis, sobre el tratamiento periodístico en las notas policiales, Maura (2019) buscó sustentar las razones del tratamiento periodístico, a partir de los elementos que ponen la rigurosidad periodística (p.3). Dentro de su documento, sobre la rigurosidad presume:

1. Para alcanzar la rigurosidad, es fundamental que se utilice, en las notas periodísticas, el uso de fuentes especialistas en los temas por tratar (p.17)
2. Buscando la atención de los consumidores de la información, los medios se preocupan más en la presentación de sus contenidos que, en el fondo de éstos, afectando así la rigurosidad (p.19)
3. Lograr la rigurosidad implica (como se ha comentado en párrafos anteriores) contextualizar los hechos que se van a narrar, considerando además los antecedentes que brinden sustento (p.21)
4. La rigurosidad “no significa poner el mensaje para una élite de conocedores, de lo que se trata es de abordar el tema, con propiedad del conocedor, que ponga en la comprensión del común de la gente una explicación de niveles científicos o de características complejas y no, solamente, mantenerse en el nivel del simple chisme” (p.23).

Medios de comunicación elegidos

Los medios de comunicación elegidos para el análisis de notas periodísticas, tomando en cuenta toda la anterior teoría incorporada, así como las entrevistas hechas después, son los siguientes:

- CRHoy.com: fundado en 2012, este medio de comunicación se describe como digital, independiente y conformado por periodistas en su área de prensa. Actualmente, es dirigido por Jimena Soto y es presidido por Leonel Baruch.
- Delfino.cr: dirigido por Diego Delfino y con un pequeño equipo de cinco personas, este medio digital se auto-adjetiva como independiente, interpretativo y con pensamiento crítico
- Diario Extra: desde 1978, es un medio de comunicación con un tono popular en sus textos, un periódico con tradición escrita, dirigido por Sandra Cordero y autodenominado el de más venta en Costa Rica.

- La Nación: el medio de comunicación impreso más antiguo de Costa Rica, fundado en 1946, con contenido generalista y de derecha, y una versión digital desde 1995, es dirigido por Armando González y presidido por Manuel Jiménez.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

Por la naturaleza de los datos que se pretende analizar para arrojar resultados y conclusiones, se considera que esta investigación es mixta. Por un lado, como gráfica, Hernández, Fernández y Baptista (2014) sobre el “Origen de un proyecto de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta: la idea”, en el libro Metodología de la Investigación (sexta edición), uno de los acercamientos es objetivo y, por lo tanto, tiene un enfoque cuantitativo, mientras que también está acompañado de un acercamiento subjetivo, enfocado en las cualidades (p.56).

Como explican los autores en su libro, visto desde las características del enfoque cuantitativo, éste “Refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes”, lo anterior con una recolección de datos fundamentándose en la medición, presentado mediante cantidades numéricas que luego se analizarán con métodos estadísticos, pero como también explica evitando con los datos y su recolección, que no existan sesgos relacionados con temores, creencias, deseos o tendencias que puedan influir en los resultados del estudio (pp.38-39). Justamente, este estudio, en parte, pretende medir, de forma numérica, la importancia que los periodistas dan a los elementos periodísticos utilizados en hechos noticiosos, datos que deben recolectarse y analizarse para obtener resultados individuales y globales del tema y, con esto, obtener una generalidad, a partir de estas mediciones.

Hernández *et al* (2014) comentan que “en una investigación cuantitativa se intenta generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse” (p.39). y ésta también es una de las intenciones de este estudio, tomar todos los datos individuales, agruparlos, ponderarlos y generalizarlos para tener un panorama mucho más amplio sobre el tema que se investiga, con el fin de universalizar conceptos y una herramienta calificadora.

Otro punto importante, respecto a las características apuntadas por Hernández *et al* (2014) sobre las investigaciones cuantitativas es que “Esta aproximación se vale de la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría, y de ésta se derivan expresiones lógicas” (p.39)., otro de los puntos fuertes en el proceso de este documento, porque toma como punto de partida la teoría más básica sobre el periodismo y la forma correcta de construirlo y

desarrollarlo, buscando como los autores escriben, “obtener la mayor cantidad de información sobre la realidad objetiva” (p.39)., para conocer el fenómeno y sus manifestaciones.

Pero cruzando hacia la otra frontera investigativa, ésta también es cualitativa, partiendo desde el punto de vista teórico, porque delimita las cualidades informativas del periodismo en toda su dimensión, a partir de la teoría. Sobre este enfoque, Hernández *et al* (2014) indican que “Aunque, ciertamente, hay una revisión inicial de la literatura, ésta puede complementarse en cualquier etapa del estudio y apoyar desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados” (p.40)., partiendo de la forma en que podría conducirse con este documento.

Otro de los puntos relevantes para esta investigación es que el escritor destaca en documento sobre las características de la aproximación cualitativa es que “las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo” (p.41), y aunque, en este caso, hay una visión clara del objetivo por investigar, queda abierta la posibilidad a cambios, conforme se estén obteniendo resultados, que, como apuntan Hernández *et al* (2014), se basan en la lógica y mezclados con el razonamiento deductivo de los números, evidencian un claro enfoque mixto de la investigación.

Precisamente, como esta investigación busca encontrar un parámetro global de la importancia de los elementos periodísticos usados en los hechos noticiosos, la recolección de estos datos “consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes” (p.41), como Hernández *et al* (2014) aseguran sobre sus características, para efectos de este documento, desde la importancia jerárquica numérica de los distintos datos, que se pueden encontrar en una nota informativa, pero para otros aspectos como los deontológicos podrían utilizarse entrevistas abiertas (p.42). Todo esto, al igual que, en la investigación cuantitativa, evitando los sesgos para tampoco tener interferencias de la realidad.

Toma relevancia una de las características que Hernández *et al* (2014) brinda en su libro sobre el enfoque cualitativo cuando indica:

El investigador se introduce en las experiencias de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación está situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de los individuos (p.42).

Y con lo anterior, construir un consenso, finalizando además con el hecho de que este proceso investigativo “no pretende generalizar, de manera probabilística, los resultados a

poblaciones más amplias ni obtener, necesariamente, muestras representativas; incluso, regularmente, no pretenden que sus estudios lleguen a repetirse” (p.42).

En evidencia, en esta parte de la recolección de datos, no hay necesidad de expresiones numéricas ni un análisis, exceptuando cuando éstos empiecen a jerarquizarse y calificarse, por parte de las personas por encuestar.

Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es descriptivo, porque como explican Hernández *et al* (2014), “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.125)., en este caso, especificar mediante una jerarquización las características de una nota periodística construida, de forma adecuada, dándole a cada ítem o elemento un valor numérico. Como apuntan los autores, seguidamente, con esta investigación “únicamente pretenden medir o recoger información, de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (p.125).

Sobre el valor de este diseño, Hernández *et al* (2014) puntualizan que “los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación” (p.125)., en este caso mostrar cuál es posición de periodistas sobre la construcción de la noticia, el uso de elementos y deontología, de forma individual, pero también global para generar una herramienta unificada de calificación periodística, a partir de las apreciaciones recolectadas.

Previamente, a la recolección de los datos, se definirá —a partir de manuales sobre periodismo y el estudio académico— cuáles son esas variables y componentes por consultar, así como sus conceptos, como Hernández *et al* (2014) sugieren en su libro.

Tomando en cuenta lo anterior y que se está hablando de diseños no experimentales, al final, lo que busca, como acotan los autores para este tipo de diseños es evaluar una situación (la rigurosidad y calidad periodística), así como determinar la relación entre las variables consultadas para definir su jerarquización y ubicación dentro de la lógica periodística y así generar una herramienta de calificación de hechos noticiosos.

Conociendo esto, el diseño se podría clasificar como transeccional, porque se recolectan datos en un solo momento con el “propósito es (de) describir variables y analizar su incidencia

e interrelación en un momento dado” (p.187), como apunta Hernández *et al* (2014), tomar una fotografía para medir percepciones, evaluar y analizar situaciones.

Aquí entra lo transeccional y descriptivo para formular una única definición, cuyos diseños “tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población” (p.188)., logrando esto en el caso específico a partir de la ubicación correcta de las variables, describiendo cada una, pero también comparando los resultados individuales de los profesionales consultados a discreción, según se requiera.

Finalmente, con todo esto lo que se busca y la pretensión de este trabajo de investigación es describir de forma tropicalizada cuál y cómo es un uso correcto de los elementos periodísticos, dentro de un hecho noticioso, tomando en cuenta la ética y la deontología, para formular una herramienta y ponerla en práctica para evaluar, por medio de escala numérica de 0 a 10, los niveles de rigurosidad periodística de notas informativas publicadas por medios escritos (formato tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) en sus respectivos sitios web, relacionadas con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021.

Fuentes de información

Fuentes primarias.

Según Hernández *et al* (2014), las fuentes primarias son aquéllas, que “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (p.94). Los autores enlistan una serie de fuentes que para efectos de esta investigación pueden ser utilizadas, tales como: artículos científicos, tesis, manuales, páginas de internet y libros, con el fin de obtener datos, puntos de vista, posiciones y trabajos similares, pero previos, que nutran este documento, de manera integral, y sustenten sus conceptos, de forma adecuada. Sumando a esto, la posición de periodistas como expertos en la construcción de notas periodísticas también sumará una importante relevancia, con el fin de tropicalizar, es decir, ajustar o dar un carácter propio periodístico, todo lo encontrado en el ambiente del ejercicio periodístico costarricense.

“Por ello, es recomendable iniciar la revisión de la literatura consultando a uno o varios especialistas en el tema (algún profesor, por ejemplo) y buscando en Internet fuentes primarias en centros o sistemas de información y bases de referencias y datos” (p.95), recomiendan Hernández *et al* (2014), pero también eligiendo, adecuadamente, las “palabras clave” o los “términos de búsqueda” para extraer las ideas. En este caso, el proceso incluiría frases como:

“periodismo”, “calidad”, “rigurosidad”, “calidad periodística”, “rigurosidad periodística”, “herramientas de evaluación periodística”, entre muchas otras más sujetas a análisis, pero que ayuden a encontrar los resultados más oportunos como apoyo bibliográfico a esta investigación como tal.

Fuentes secundarias.

Hernández et al (1997) definen las fuentes secundarias como “compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento, en particular” (p.27), es decir, procesamientos de datos de primera mano. Sin embargo, para efectos de esta investigación, se podría recurrir o no a documentos de esta naturaleza.

Muestra

Según comentan Hernández *et al* (2014) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.206), en este caso específico, se tienen dos muestras distintas, los periodistas como tales y las notas por evaluar de los medios: La Nación, Diario Extra, CRHoy.com y Delfino.cr, en sus respectivos sitios web, relacionadas con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021. Como indica el autor sobre este tema “es preferible, entonces, establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales” (p.207), afirmando también que “Las poblaciones deben situarse, claramente, por sus características de contenido, lugar y tiempo”.

Para este caso de estudio, se recurrirá al muestreo no probabilístico, donde —como indican Hernández *et al* (2014)— “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.176), pero también indica que “el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador”, obedeciendo a criterios de investigación.

Hernández *et al* (2014) comentan sobre el muestreo no probabilístico, que “suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p.189) utilizado en investigaciones cuantitativas y cualitativas. El autor también apunta:

La ventaja de una muestra no probabilística —desde la visión cuantitativa— es su utilidad para determinados diseños de estudio, que requiere no tanto una ‘representatividad’ de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas, previamente, en el planteamiento del problema (p.190).

“Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad” (p.384)., comentan Hernández *et al* (2014), agregando además que “Nos conciernen casos o unidades (participantes, organizaciones, manifestaciones humanas, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación”. En el texto explican que “Aunque diversos autores recomiendan ciertos tamaños mínimos de muestras... no hay parámetros definidos ni precisos” (p.385).

Para la definición de las cualidades, jerarquización y calificación de los hechos periodísticos, tomando como base la literatura y manuales sobre el tema, Hernández *et al* (2014) sugieren que para el segmento de teoría fundamentadas y entrevistas, se utilice entre 20 y 30 personas, sin embargo, por el tiempo establecido para el desarrollo de este trabajo, se tomará en cuenta un mínimo de 15 sujetos consultados, a quienes se realizará consulta, por medio de un formulario.

Para el caso de la selección de notas en los medios La Nación, Diario Extra, CRHoy.com y Delfino.cr, sobre las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021, la tabla de Hernández *et al* (2014) establecen que el estudio de casos podría ser de seis a 10, tomando la política y el tema específico por analizar, para cada medio seleccionado, en el periodo indicado.

Criterios de inclusión.

- Para los sujetos (entrevistas por medio de formulario): periodistas titulados.
- Para las notas periodísticas: hechos enmarcados como informativos, que cuenten con información periodística y con al menos cuatro párrafos contruidos y fotografía.

Criterios de exclusión.

- Para los sujetos: personas que ejercen el periodismo sin haber obtenido un título.
- Para las notas periodísticas: artículos de opinión, artículos que cuenten con información no periodística, con menos de cuatro párrafos contruidos o sin fotografía.

Instrumento

Según Hernández *et al* (2014) “Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos, que nos conduzca a reunir datos con un propósito específico” (p.189)., para este caso, conocer las opiniones de los periodistas sobre los elementos que componen una nota informativa, su importancia y el significado de la ética. Para esto, se requiere hacer una medición, es decir, realizar un “Proceso que vincula conceptos abstractos con indicadores empíricos” (p.199), como apuntan los autores, quienes además indican que “En este proceso, el instrumento de medición o de recolección de datos tiene un papel central. Sin él, no hay observaciones clasificadas”.

Mediante encuesta con preguntas abiertas y cerradas, para efectos de este trabajo de investigación, se realizarán tres procesos de toma de datos diferentes, durante la misma sesión y para todos los consultados. En la medida de lo posible, se buscará hacer una entrevista personal, presencial o virtual, pero también se podría utilizar la autoadministración en los casos en que sea requerido.

Como indica Hernández *et al* (2014) sobre las preguntas abiertas y cerradas, en ocasiones los cuestionarios podrían incluir un tipo u otro o ambos (p.220). Específicamente, los autores comentan que las preguntas cerradas facilitan la toma de datos, porque requieren menos esfuerzo por parte de los encuestados, seleccionando opciones y sintetizando mejor las respuestas. Por otro lado, las abiertas permiten obtener más detalle y profundizar en opiniones.

En cuanto a las preguntas cerradas, comentan que “contienen categorías u opciones de respuesta que se han delimitado con antelación. Es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a éstas” (p.220); con las abiertas indican que “no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito, y puede variar de población en población” (p.220).

Además de esto, para algunas preguntas se aplicará el escalamiento de Likert, con la variante que en lugar de valorar entre dos afirmaciones, en este caso, la respuesta será una escala, que facilite qué tanto es un objetivo o qué tanto no.

Unidad de análisis

A continuación, por medio de esta matriz de codificación, se definirán las unidades de análisis, que servirán como guía para la elaboración de instrumentos de medición. Estas unidades se extraen de los objetivos establecidos.

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento	Ítem
Considerar el punto de vista de periodistas costarricenses sobre los elementos seleccionados para la evaluación de la rigurosidad y la calificación de hechos noticiosos, con el fin de robustecer la construcción de una herramienta de para este fin específicamente	Personas periodistas	Periodistas de medios, salas de prensa, de instituciones u otros con bachiller como grado mínimo	Personas que se dedican y están titulados como periodistas o bien en formación como licenciados	Entrevista por medio de formulario	
Examinar los componentes periodísticos utilizados por medios escritos (formato tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) dentro de la cobertura de hechos noticiosos relacionados con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021	La Nación, Diario Extra, CRHoy.com y Delfino.cr Noticias sobre política	Elecciones para Presidente de la República 2022	Según Leñero y Marín (1986), la nota es el género base del periodismo y de este se nutren todos los demás (p.40). Como también indican, es un género que solo informa sin calificar los hechos.	Herramienta final de calificación de notas y análisis de contenidos	
Sugerir los componentes periodísticos faltantes o	La Nación, Diario Extra, CRHoy.com	Elecciones para Presidente	Según Leñero y Marín	Herramienta final de calificación	

<p>con carencias en las notas informativas relacionadas con las elecciones presidenciales de Costa Rica de 2022, durante octubre de 2021, realizadas por medios escritos (formatos tradicionales —La Nación y Diario Extra— y digitales —CRHoy.com y Delfino.cr—) y que hubiesen permitido una mayor rigurosidad de los productos publicados</p>	<p>y Delfino.cr Noticias sobre política</p>	<p>de la República 2022</p>	<p>(1986), la nota es el género base del periodismo y de este se nutren todos los demás (p.40). Como también indican, es un género que solo informa sin calificar los hechos.</p>	<p>de notas y análisis de contenidos</p>	
--	---	-----------------------------	--	--	--

Proceso de recolección y análisis de datos

La encuesta que se va a aplicar a los sujetos seleccionados, básicamente periodistas de medios de comunicación, instituciones, empresas del estado o periodistas en formación como licenciados, se llevará a cabo, por medio de un formulario de los Formulario de Google disponibles en Google Drive, que se enviará, por medio de WhatsApp o correo electrónico, y contará con una única parte para la selección de única de opciones.

Los datos suministrados por los periodistas serán analizados, con el fin de determinar si la teórica utilizada dentro del Marco Teórico y la realidad de los periodistas podría diferir, sustancialmente, a la hora de formular la herramienta de calificación periodística propuesta para este documento.

Toda esta información busca aportar y robustecer a elaborar una herramienta, que permita calificar la rigurosidad periodística y, eventualmente, examinar los elementos faltantes en ésta, que hubiesen asegurado una mejor calidad del producto informativo.

Para efectos de este trabajo de investigación, se sometió a valoración de los periodistas consultados un total de 15 ítems. Todos estos puntos se extrajeron de las diferentes teorías consultadas.

Preguntas para la encuesta.

Las preguntas incluidas, dentro del formulario para las encuestas enviadas a periodistas vía WhatsApp o correo, están disponibles en los anexos.

Análisis de contenidos.

El análisis de contenidos contará con dos procesos diferentes y vinculantes para efectos de este trabajo de investigación:

1. Tras la recolección, compilación y análisis de los datos arrojados por las encuestas realizadas, vía formulario, así como toda la información teórica y los marcos de referencia incorporados, se elaborará una herramienta de calificación de hechos periodísticos, con la que se buscará puntuar y visibilizar qué elementos pudieron hacer falta para tener productos informativos, con mayor rigurosidad y calidad periodística
2. Una vez, esta herramienta esté construida, se seleccionarán entre seis y 10 notas periodísticas, para un total entre 24 y 40, según lo encontrado en cada sitio web de los medios seleccionados, con el fin de elaborar un análisis, elemento por elemento, y así determinar cuál es el nivel de rigurosidad y calidad periodística de los productos emitidos por CRHoy.com, Delfino.cr, Diario Extra y La Nación

Tabla de evaluación periodística propuesta

Tomando en cuenta todos los elementos aportados, investigados e incluidos, dentro del Marco Teórico, referentes a la construcción de notas periodísticas, pero también a los valores éticos, morales y deontológicos de la práctica profesional, se considera relevante crear una tabla de calificación para notas o publicaciones que considere estos elementos, básicos pero indispensables, para la formulación de un periodismo enmarcado dentro de lo correcto.

Para facilitar el análisis de las notas periodísticas, dentro de este proceso de investigación, esta tabla de clasificación se dividirá, temáticamente, en tres secciones diferentes: construcción, elementos y ética. Las secciones contemplarán:

- Construcción: forma y presentación de las notas periodísticas.

- Elementos: uso correcto, recolección y análisis de datos.
- Ética: tópicos que aseguran un correcto periodismo.

Además de esto, las entrevistas realizadas a periodistas, por medio del formulario, con su experiencia, sirvieron como un marco referencial para determinar si la teoría y la práctica conjugan, adecuadamente entre temas, aplicaciones y acciones, con el fin de hacer de esta tabla de evaluación una lo más apegada a la realidad posible. Finalmente, entre la teoría y la práctica, se extraen 32 puntos por evaluar.

Todos los elementos incorporados utilizan un rango de calificación del 1 al 10, determinando su valor, proporcionalmente, según la cantidad de partes determinadas desde un criterio experto, redondeando su valor al décimo próximo, o mejor dicho, redondeo habitual.

Esto quiere decir que para un elemento categorizado en tres partes los puntajes serán de 3, 7 y 10; para cuatro partes será de 3, 5, 8 y 10; para cinco de 2, 4, 6, 8 y 10; mientras que seis serán de 0, 2, 4, 6, 8 y 10.

La nota final para cada una de las notas será el ponderado de todos los elementos calificados, dividido entre el número de elementos por 100, para determinar así el porcentaje del nivel de calificación y rigurosidad periodística con que cuenta una nota.

Los puntajes de 9,01 a 10 serán catalogados como excelentes, de 8,01 a 9 como buenos, de 7,01 a 8 como regulares, de 6,01 a 7 como aceptables, de 5,01 a 6 como deficientes, de 4,01 a 5 como malos y menores o iguales a 4 como muy malos, esto tomando como referencia la escala de los niveles de rendimiento los instrumentos de evaluación, propuesto por la Universidad Estatal a Distancia para los recursos PACE.

Construcción.

01. Gancho periodístico del título de la nota	Nivel percibido		
	Bajo (3 pts.)	Medio (7 pts.)	Alto (10 pts.)
02. Extensión del	Cantidad de palabras		

lead	Más de 70 (3 pts.)	Entre 56 y 69 (7 pts.)	Menos de 55 (10 pts.)

03. Pirámide invertida	Nivel de jerarquización de datos			
	Bajo (3 pts.)	Regular (5 pts.)	Bueno (8 pts.)	Excelente (10 pts.)

04. Párrafos independientes y claros en el cuerpo	Nivel de percepción de los párrafos			
	Bajo (3 pts.)	Regular (5 pts.)	Bueno (8 pts.)	Excelente (10 pts.)

05. Claridad del lead	Nivel de entendibilidad				
	Nada claro (2 pts.)	Poco claro (4 pts.)	Algo claro (6 pts.)	Claro (8 pts.)	Muy claro (10 pts.)

06. Temporalidad del hecho noticioso	Nivel de noticiosidad		
	Sin aporte (3 pts.)	Refrito (7 pts.)	Noticia nueva (10 pts.)

07. Enfoque del hecho relatado	Nivel de percepción del enfoque noticioso		
	Sin aporte (3 pts.)	Similar a medios (7 pts.)	Novedoso (10 pts.)

08. Sujeto en el que se escribió el relato periodístico	Persona gramatical dentro del relato		
	Mix de personas singulares (3 pts.)	Primera persona singular (7 pts.)	Tercera persona del singular (10 pts.)

09. Proximidad del hecho noticioso	Cercanía del relato en materia geográfica, cultural o emocional		
	Nada próximo (3 pts.)	Algo próximo (7 pts.)	Próximo (10 pts.)

10. Trascendencia del hecho noticioso	Nivel de la trascendencia de la noticia		
	Poca trascendencia (3 pts.)	Media trascendencia (7 pts.)	Alta trascendencia (10 pts.)

11. Magnitud del acontecimiento narrado (impacto)	Nivel de la magnitud de la noticia		
	Poca magnitud (3 pts.)	Mediana magnitud (7 pts.)	Gran magnitud (10 pts.)

--	--	--	--

12. Emocionalidad de la noticia	Posible impacto emocional de la noticia		
	Poco impacto (3 pts.)	Mediano impacto (7 pts.)	Alto impacto (10 pts.)

13. Evolución del acontecimiento	Interés mediático del hecho noticioso		
	Poco interés (3 pts.)	Mediano interés (7 pts.)	Mucho interés (10 pts.)

14. Lenguaje empleado en la narración periodística	Tipo de lenguaje utilizado para narrar la noticia		
	Lenguaje técnico (3 pts.)	Mix de ambos (7 pts.)	Lenguaje común (10 pts.)

Elementos.

15. Doble uves incluidas dentro del lead	Cantidad de preguntas periodísticas resueltas		
	2 o menos (3 pts.)	3 (7 pts.)	4 o más (10 pts.)

16. Utilidad de las	Nivel percibido
---------------------	-----------------

bajadillas (siempre que sean incluidas)	Bajo (3 pts.)	Medio (7 pts.)	Alto (10 pts.)

17. Utilidad de los insertos incluidos	Aporte de los insertos			
	No usó (3 pts.)	Bajo (5 pts.)	Medio (8 pts.)	Alto (10 pts.)

18. Todos los elementos incorporados aportan al entendimiento de la noticia	Nivel percibido de los elementos y el entendimiento		
	Algunos (3 pts.)	Casi todos (7 pts.)	Todos (10 pts.)

19. El remate cierra la noticia y cuenta con un dato concluyente	Uso del remate para cerrar la nota periodística		
	Definitivamente no (3 pts.)	Pudo mejorar (7 pts.)	Definitivamente sí (10 pts.)

20. Brinda contexto del hecho narrado	Percepción del contexto brindado					
	No brinda (0 pts.)	Muy bajo (2 pts.)	Bajo (4 pts.)	Medio (6 pts.)	Moderado (8 pts.)	Alto (10 pts.)

Ética.

21. Dominio técnico del periodismo	Formación de la persona que firma la noticia		
	El redactor no es periodista (3 pts.)	Periodista en formación (7 pts.)	Periodista titulado en cualquier grado (10 pts.)

22. Adjetivación de los hechos narrados	Nivel de adjetivación				
	Alto (2 pts.)	Considerable (4 pts.)	Medio (6 pts.)	Poco (8 pts.)	Nada (10 pts.)

23. Dominio de las normas de ortografía	Porcentaje de errores ortográficos					
	50% (0 pts.)	40% (2 pts.)	30% (4 pts.)	20% (6 pts.)	10% (8 pts.)	0% (10 pts.)

24. Juicios de valor y opiniones dentro de las notas	Nivel de editorialización de las notas		
	Muy editorializada (3 pts.)	Poco editorializada (7 pts.)	Nada editorializada (10 pts.)

25. Cantidad de fuentes utilizadas	Pluralidad de voces en una nota		
	No se utilizaron insertos	Una única y centralizada voz	Pluralidad de voces (10 pts.)

	(3 pts.)	(7 pts.)	

26. Los datos incluidos cuentan, al menos, con una fuente identificada	Verificación de datos		
	No (3 pts.)	Algunos (7 pts.)	Sí (10 pts.)

27. Tergiversación de los datos incluidos dentro de una nota	Nivel de percepción		
	Alto (3 pts.)	Medio (7 pts.)	Bajo (10 pts.)

28. El contenido visual incluido influye en el relato periodístico	Nivel de percepción		
	Mucho (3 pts.)	Poco (7 pts.)	Nada (10 pts.)

29. El contenido visual es respetuoso de los derechos, el respeto y dolor humanos	Nivel de percepción		
	No (3 pts.)	Algo (7 pts.)	Sí (10 pts.)

30. Uso de palabras	Uso de lenguaje estereotipado		
---------------------	-------------------------------	--	--

y representaciones esquemáticas de grupos sociales	Sí (3 pts.)	Poco (7 pts.)	Nada (10 pts.)

31. El relato está narrado con un tono sensacionalista	Percepción del sensacionalismo		
	Sí (3 pts.)	Poco (7 pts.)	No (10 pts.)

32. Los elementos y la forma empleada buscan la objetividad	Nivel de percepción de la objetividad				
	Muy bajo (2 pts.)	Bajo (4 pts.)	Medio (6 pts.)	Moderado (8 pts.)	Alto (10 pts.)

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el siguiente análisis de datos, es importante considerar que muchos de los elementos evaluados por medio de la Tabla de evaluación periodística propuesta como instrumento dentro del Marco Metodológico, cuentan con resultados producto de la apreciación perceptiva profesional, tomando en cuenta, en todo momento, los textos citados dentro del Marco Teórico.

El análisis y aprendizaje producto de las investigaciones teóricas, así como el refrescamiento de la cognición y conocimientos adquiridos, facultan la elección de puntajes en evaluaciones de este tipo, máxime tras desarrollo de una tabla, hasta el momento única en el país y con escasas similitudes de proyectos en el ámbito internacional.

Resultado Unidad de Análisis I

Los resultados obtenidos de las encuestas hechas se tomaron en cuenta para el desarrollo de la herramienta de calificación de la calidad y rigurosidad periodística (disponible en el Marco Teórico).

Si bien, dentro del cuestionario no se solicitó incorporar el nombre de las personas que respondieron al formulario, algunas de los periodistas a las que se recurrió para completarlo son:

- Eduardo Ulibarri Bilbao (vía entrevista digital): exdirector del periódico La Nación y ex representante permanente de Costa Rica ante las Naciones Unidas.
- Ricardo Zamora Zumbado (vía entrevista presencial): ex director general de la radioemisora Monumental y ex director del noticiero Econews.
- Lucía Cortés Cantillo (vía entrevista presencial): jefa de prensa institucional de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz y experiodista del Banco Popular y de Desarrollo Comunal
- Jerry Alfaro Mejía (vía entrevista digital): director de prensa de los noticieros de Repretel (Noticias Repretel y NC11) y exjefe e información de Noticias Repretel.
- Adrián Chavarría Barboza (vía entrevista presencial): periodista y encargado del área de Comunicación Digital y Audiovisual de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz.

Sobre lo consultado a periodistas se analiza lo siguiente:

- Sobre el título.

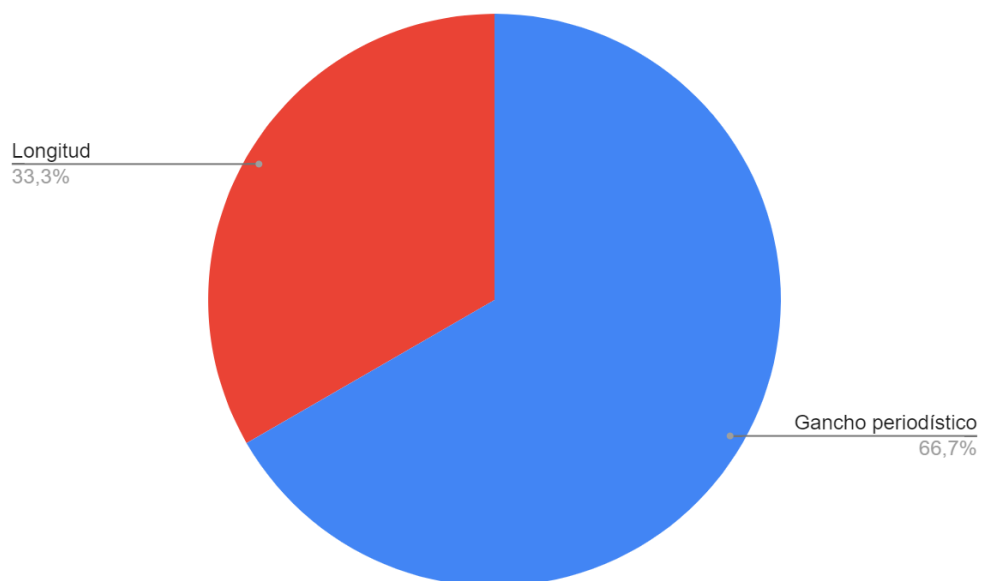


Figura 1. ¿Qué es más importante a la hora de redactar un titular?

Fuente: elaboración propia 2021.

De los 15 periodistas, diez consideraron más importante el gancho periodístico, es decir, el dato que brinda aspecto noticioso dentro del título, que una longitud determinada, a la hora de escribirlo.

Ante esto, una de las preguntas elegidas para formar parte de la tabla de evaluación periodística es sobre el nivel percibido del gancho periodístico del título de la nota.

- Sobre las bajadillas.



Figura 2. Considera las bajadillas indispensables en un texto periodístico.

Fuente: elaboración propia 2021.

Mientras ocho de los 15 periodistas consultados consideraron que las bajadillas son importantes, siete indicaron que no son necesarias. Es, por esto, que para la tabla de evaluación será considerada la utilidad de este elemento, solamente, cuando sea usada..

- Sobre el lead

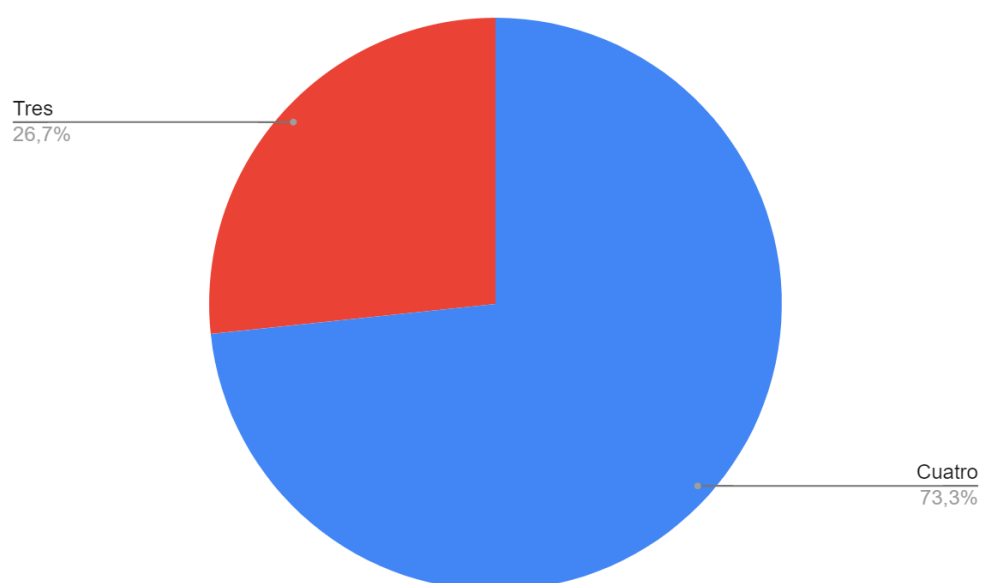


Figura 3. ¿Cuánto es el mínimo de respuestas periodísticas que debe resolver un lead?

Fuente: elaboración propia 2021.

Mientras las cantidades de preguntas periodísticas dos y cinco, resueltas dentro del lead, no obtuvieron ni una respuesta, tres recibió un 26,7% de las elecciones y cuatro un total de 73,3%.

Es, por esto, que la máxima calificación, dentro de la tabla de evaluación, se brindará a los lead, que resuelvan cuatro más de las W, mientras que tres W obtendrán una nota media y 2 o menos la más baja.

- Pirámide invertida

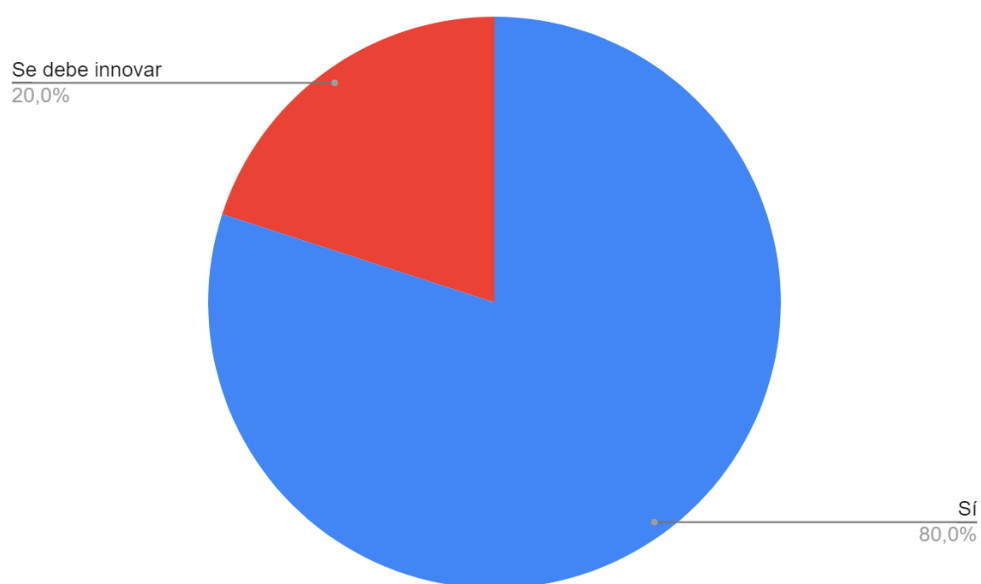


Figura 4. Considera la estructura de la pirámide invertida como vigente y de utilidad, hoy en día.

Fuente: elaboración propia 2021.

Sobre la pirámide invertida, 12 de los periodistas consultados afirmaron que la pirámide invertida sigue vigente, hoy en día, refiriéndose a este término como una de las técnicas para la redacción periodística.

Debido a esto, dentro de la tabla de calificación, se incluye una pregunta, que examine la jerarquización de los datos incluidos, dentro del cuerpo de las notas.

- La noticia.

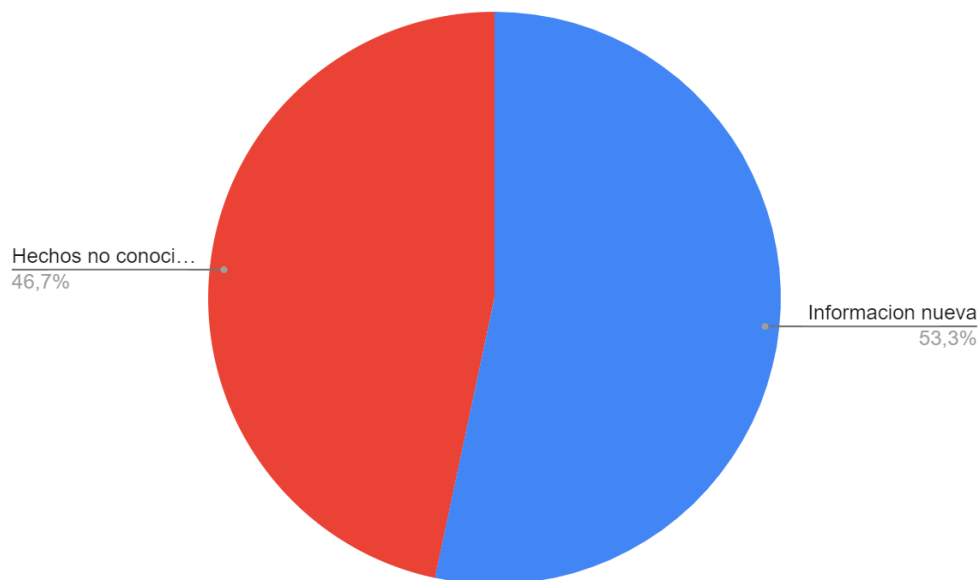


Figura 5. Por noticia, qué se entiende, qué significa este término (?).

Fuente: elaboración propia 2021.

Tomando en cuenta la información periodística, que hoy circula en los propios medios de comunicación, se consideró importante consultar a los periodistas qué se considera noticia. Tanto las respuestas información nueva (53,3% de las elecciones) como hechos no conocidos (46,7%) se consideran correctas, aunque con diferencias técnicas, mientras que las informaciones que sólo presentan valor, no obtuvieron resultados.

Es, por esto, que se incluye una pregunta sobre la temporalidad de los hechos noticiosos, donde las noticias con hechos novedosos o los no conocidos, los refritos con nuevos enfoques o aquéllas que no presentan aportes, serán calificadas.

- Sobre el enfoque.

El 100% de las respuestas, en esta pregunta, fueron los enfoques novedosos, sobre ninguno tomando como punto de partida a aquéllos que abordan los medios, de forma general. Para este caso, se consideró incluir un punto que califique si el enfoque es, totalmente novedoso, similar a otros medios o si la nota no genera aporte en este sentido.

- Persona gramatical.

De igual manera, el 100% de los periodistas consultados consideró que las notas escritas, en medios, se deben escribir en la tercera persona del singular, siendo este otro de los ítems, que incluirá en la tabla de calificación periodística.

- Sobre los insertos.

Para todos los periodistas que dieron respuesta al formulario, 15 de 15 consideró que los insertos eran importantes. Es, por eso, que tanto la utilidad como el uso de este elemento periodístico se evaluará..

- Sobre el contexto.

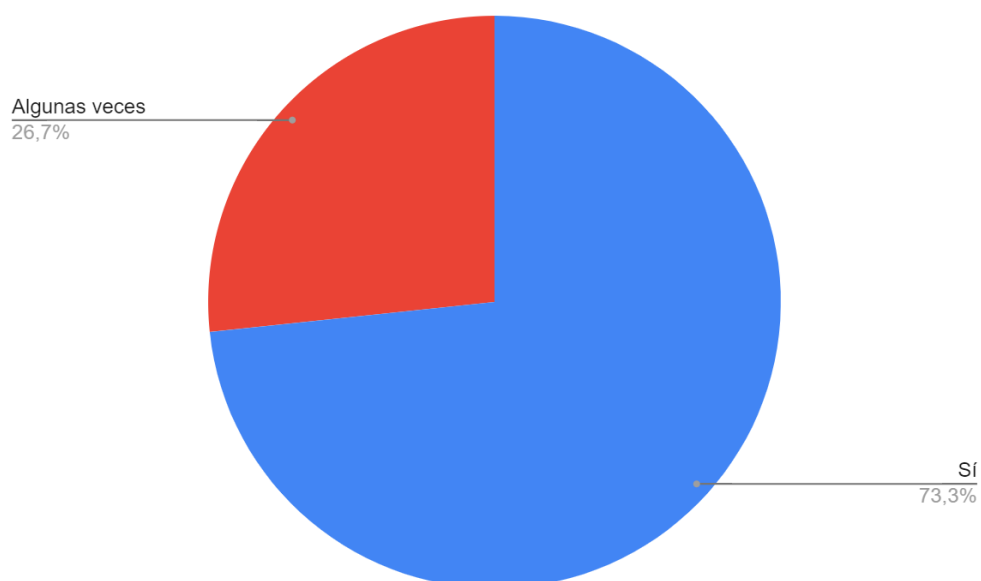


Figura 6. ¿Considera importante que el relato periodístico contenga el contexto de lo narrado?

Fuente: elaboración propia 2021.

Brindar el contexto de los hechos relatados es importante para el entendimiento de las noticias, por eso, se consideró importante consultar a los periodistas la relevancia de este elemento. Mientras el 73,3% consideró que el contexto es importante, el 26,7% respondió que algunas veces.

Por esta razón, el contexto brindado dentro de las notas analizadas, en todos los casos, será evaluado para determinar si es alto, moderado, medio, bajo, muy bajo o no se brinda.

- ¿Ser periodista?

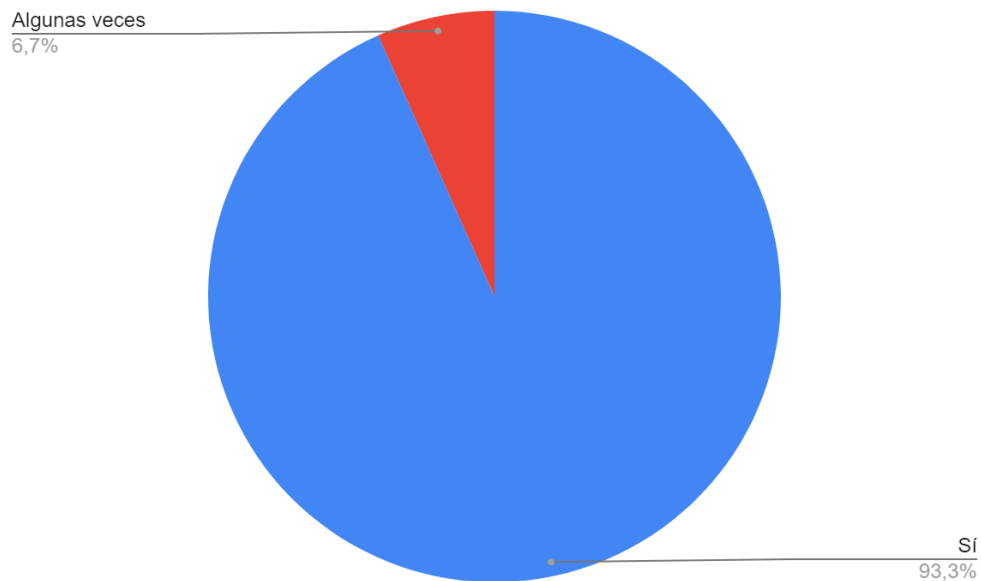


Figura 7. Considera que deberían ser los periodistas las únicas personas que deban ofrecer productos catalogados como periodísticos.

Fuente: elaboración propia 2021.

14 de los 15 periodistas consultados consideraron que el ejercicio del periodismo como herramienta para brindar nueva información, sólo debería ser ejecutada por personas calificadas como tales, mientras que una persona consideró que no siempre puede ser necesario (se podría presumir que dependería del tema a abordar).

Debido a esto, dentro de la herramienta de calificación, se incluye una evaluación de la formación de la persona que firma la nota, siendo ésta periodista, periodista en formación u otras personas cuyo oficio académico no, específicamente, es el periodismo.

- Sobre la ortografía.

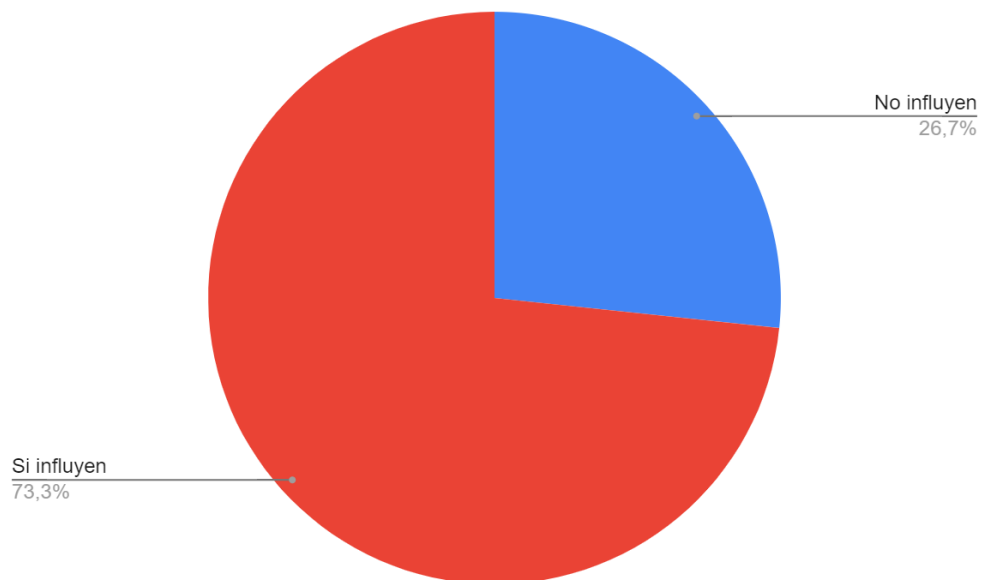


Figura 8. Considera que los errores ortográficos influyen, de forma negativa, en los contenidos periodísticos.

Fuente: elaboración propia 2021.

Cuatro de 15 respuestas, es decir, el 26,7% de los consultados, respondió que los errores ortográficos no influyen, dentro del entendimiento de una nota periodística, mientras que un 73,3% (11 de ellos) consideró que sí.

Dado este ítem, los errores ortográficos y el dominio de las normas se medirá, por medio de porcentajes, dividido en décimos desde el 0% hasta el 50%:

- Sobre el balance

El 100% de los periodistas consultados identificó como importante el balance dentro de las notas periodísticas. Además de esto, un 73,3% respondió que los hechos relatados deben tener pluralidad de voces, contra cuatro afirmaron que al menos una.

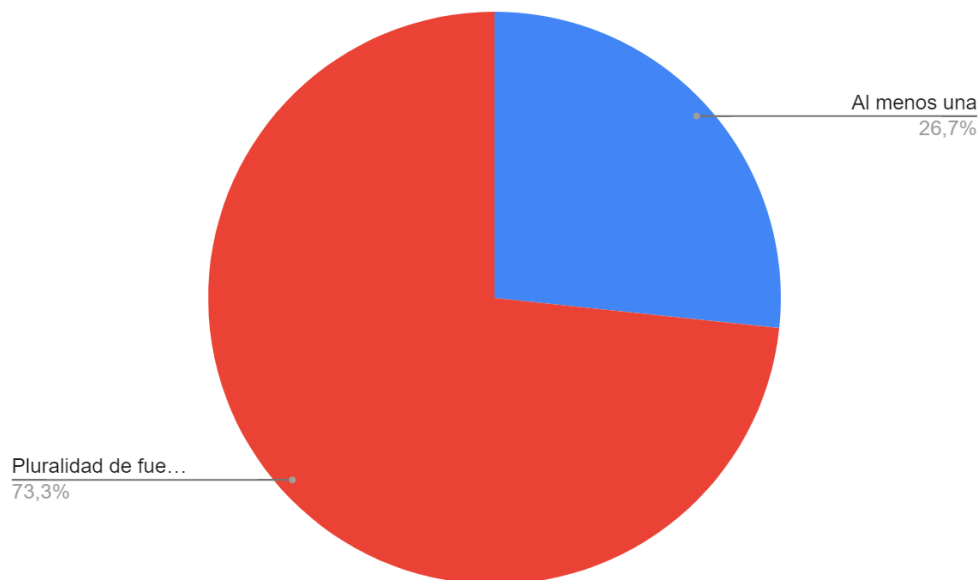


Figura 9. Cantidad de fuentes a considerar dentro de un relato.

Fuente: elaboración propia 2021.

Gracias a esta respuesta se incluyeron preguntas relacionadas con el uso de insertos (como se comentó en puntos anteriores), la pluralidad o no de voces utilizadas y la verificación de datos con las fuentes. .

- Editorialización, adjetivación y tergiversación.

Sobre estos tres ítems, distintos entre ellos, pero vinculantes para el entendimiento de las notas, desde la perspectiva periodística de los medios, los periodistas consultados, en un 60%, consideraron que las publicaciones, datos editorializados, adjetivados y tergiversados presentan mucha influencia, mientras que un 40% respondió que podrían influenciar.

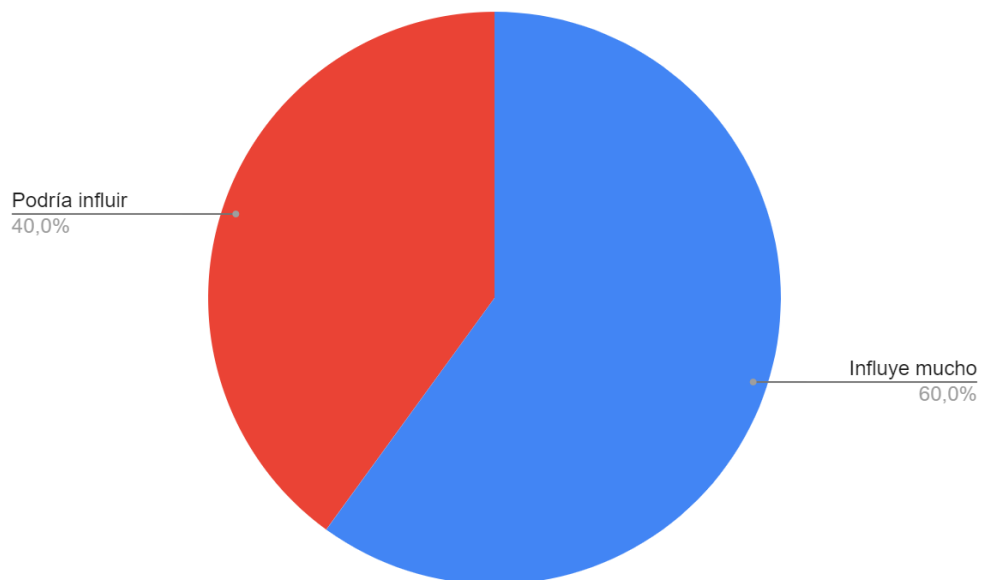


Figura 10. Considera que la editorialización, adjetivación y tergiversación de los datos influyen en el entendimiento de los hechos narrados.

Fuente: elaboración propia 2021.

El anterior gráfico motivó a incluir preguntas para el análisis de los niveles de percepción en la tergiversación de los datos incluidos, dentro de una nota, el nivel de adjetivación de los hechos narrados, así como el nivel de editorialización de las notas, juicios de valor incluidos y opiniones dentro de las notas.

- Elementos visuales.

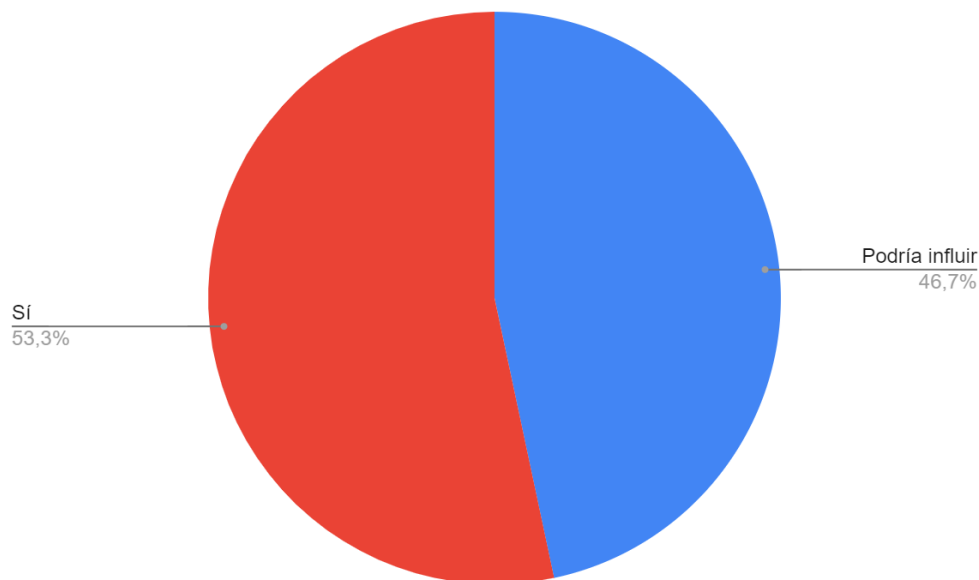


Figura 11. Considera que el contenido visual incluido en las notas periodísticas, fotografías o vídeos, influyen en el entendimiento de los hechos narrados.

Fuente: elaboración propia 2021.

Mientras ocho de 15 periodistas consultados consideró que las fotografías y videos incluidos, dentro de las notas, sí pueden influir en el contenido presentado (para una tasa de 53,3%), siete respondió que estos elementos podrían influir.

Tomando en cuenta lo anterior se incluyeron preguntas en la tabla de evaluación generada para evaluar la influencia de los recursos incorporados, pero también sí fueron respetuosos de los derechos, el respeto y dolor humanos, así como otros puntos, donde se podrían calificar.

Resultados Unidad de Análisis II y III

En el siguiente cuadro, se podrá visualizar la información general de los hechos periodísticos narrados con la nota final asignada. Esto se logró tras la lectura y análisis de cada una de las noticias, calificarlas y ponderar los resultados.

Como se indicó en el Marco Metodológico, la nota final para cada una de las publicaciones periodísticas es la suma ponderada de todos los elementos calificados, dividido entre el número de elementos por 100 (regla de tres), para determinar así el porcentaje del nivel de calificación y rigurosidad periodística, con que cuenta una nota.

Tabla 1.

Calificación general de las notas periodísticas analizadas.

#	Título de la nota	Fecha	Medio	Redactor	Nota
1	José María Villalta anuncia su candidatura a la presidencia para 2022	1/10/2021	Delfino.cr	Alonso Martínez	7,58
2	Obligan partidos a justificar origen de donaciones	2/10/2021	Diario Extra	Greivin Granados	8,97
3	Patricia Mora y Gerardo Hernández completan fórmula presidencial de José María Villalta	2/10/2021	Delfino.cr	Luis Madrigal	8,94
4	Partido de los Trabajadores elige a Jhon Vega como candidato presidencial	3/10/2021	Delfino.cr	Luis Madrigal	8,61
5	Partidos dan banderazo a campaña electoral	4/10/2021	Diario Extra	Aarón Chinchilla	9,31
6	Rolando Araya reta a José María Figueres	5/10/2021	Diario Extra	Greivin Granados	7,28
7	Elecciones nacionales costarán ¢6.000 mills.	6/10/2021	Diario Extra	Greivin Granados	9,09
8	TSE da banderazo de salida a carrera electoral de 26 candidatos	6/10/2021	CRHoy.com	Carlos Mora	8,94
9	TSE convoca a elecciones 2022: "Vote o no vote usted, habrá nuevo gobierno en mayo próximo"	6/10/2021	Delfino.cr	Luis Madrigal	9,10
10	Oficialmente, arranca la campaña electoral	7/10/2021	Diario Extra	Aarón Chinchilla	9,28

11	Gobierno no puede publicitar obras, a partir de este jueves	7/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,63
12	TSE advierte sobre reglas y requisitos para encuestas de cara a elecciones 2022	7/10/2021	CRHoy.com	Michael Soto	8,69
13	11 candidatos presidenciales se han postulado hasta 6 veces	7/10/2021	La Nación	Juan Diego Córdoba	9,32
14	TSE exige revelar quién paga las encuestas de elecciones 2022	7/10/2021	La Nación	Juan Diego Córdoba	9,10
15	Presidente del TSE continúa en su cargo al inicio de campaña	8/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,06
16	Dos candidatos inician campaña con expedientes abiertos en Fiscalía	9/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,38
17	‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres	9/10/2021	La Nación	Michelle Campos	9,44
18	José María Figueres propone ‘un rebalance de las cargas sociales’ para enfrentar desequilibrio fiscal	10/10/2021	La Nación	Ximena Alfaro	9,53
19	Partidos tienen hasta el 22 de octubre para solicitar inscripciones de candidaturas	11/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,28
20	Candidatos de acuerdo con regular plataformas de transporte	12/10/2021	Diario Extra	Aarón Chinchilla	8,78
21	Partido de Piza no fue inscrito para	12/10/2021	CRHoy.com	Gerardo	9,09

	elecciones de 2022			Ruiz	
22	Equipo de Figueres sospecha que invitado sabotó encuentro virtual con candidato	12/10/2021	La Nación	Rebeca Madrigal	8,47
23	TSE prevé ¢2.600 millones para segunda ronda electoral	12/10/2021	La Nación	Josué Bravo	9,56
24	La cantidad de candidaturas no aumentará el monto de deuda política	12/10/2021	Delfino.cr	Sebastian May	8,74
25	Segunda ronda costaría ¢2.600 mills.	13/10/2021	Diario Extra	Greivin Granados	8,59
26	“No es cierto que tenemos una sola Costa Rica”	13/10/2021	Diario Extra	Greivin Granados	7,88
27	Figueres define 12 ejes prioritarios para su plan de gobierno	13/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,50
28	Zoom Electoral: Espacio televisivo ofrecerá análisis político de cara a elecciones en 2022	13/10/2021	Delfino.cr	Alfonso Martínez	8,13
29	TSE aprueba fideicomiso por ¢1000 millones al PUSC	14/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,72
30	Lineth Saborío financiará campaña con crédito del BCT por ¢1.050 millones	14/10/2021	La Nación	Josué Bravo	9,66
31	Partidos y candidatos rechazan vacunación obligatoria	15/10/2021	Diario Extra	Aarón Chinchilla	9,59
32	VIDEO: Figueres acusa a familiares de "violencia patrimonial" contra su	15/10/2021	CRHoy.com	Gerardo Ruiz	9,59

	mamá				
33	Eli Feinzaig, Natalia Díaz y Otto Guevara opuestos a vacunación obligatoria para ingresar a comercios	15/10/2021	La Nación	Juan Diego Córdoba	9,61
34	Nacionales Partidos a enamorar cantones fuera de la GAM	16/10/2021	Diario Extra	Aarón Chinchilla	8,47
35	José María Figueres: A mi madre la dejaron sin un cinco	16/10/2021	La Nación	Juan Diego Córdoba	9,32
36	TSE avala candidatura de Fabricio Alvarado al cargo de diputado	16/10/2021	La Nación	Rebeca Madrigal	8,84
-	Suma ponderada de todas las notas analizadas	-	-	-	9,00

Fuente: elaboración propia 2021.

Tomando en cuenta la muestra identificada para analizar, en materia de notas periodísticas, se identificaron diez notas de los medios La Nación, CRHoy.com y Diario Extra, mientras que de Delfino.cr solamente seis. Todas las notas incluidas dentro de este análisis se publicaron entre el viernes 1 de octubre de 2021 y el sábado 16 de octubre de 2021. En total fueron 36 notas analizadas.

De todas estas notas, ninguna tuvo un puntaje menor a 7. Rolando Araya reta a José María Figueres de Diario Extra, publicada el 5 de octubre de 2021 por Greivin Granados obtuvo el piso de 7,28, mientras que el techo fue de 9,72 y lo obtuvo Gerardo Ruiz de CRHoy.com con la nota TSE aprueba fideicomiso por ¢1000 millones al PUSC, editada el 14 de octubre de 2021.

Si se toman en cuenta los medios de comunicación seleccionados, de forma generalizada, después de utilizar la tabla de evaluación periodística, sumar los resultados y ponderarlos, se encuentra que las publicaciones realizadas por CRHoy.com son las que cuentan con mayor calidad y rigurosidad periodística, con una calificación global de 9,29, seguido por La Nación con 9,28, Diario Extra con 8,73 y por último Delfino.cr con 8,52.

Agregado a los datos, antes descritos, el ponderado total por ítem evaluado quedaría, según el análisis realizado, de la siguiente manera (una explicación adicional se agrega en los siguientes párrafos):

Tabla 2

Calificación general de los ítems evaluados en las notas periodísticas.

#	Punto evaluado	Nota
1	Nivel percibido del gancho periodístico del título de la nota	7,44
2	Extensión del lead por cantidad de palabras	9,67
3	Nivel de jerarquización de datos en el uso de la Pirámide Invertida	8,86
4	Nivel de percepción de los párrafos: independientes y claros en el cuerpo	9,69
5	Nivel de entendibilidad y claridad del lead	9,78
6	Temporalidad del hecho noticioso	10
7	Nivel de percepción del enfoque noticioso	7,47
8	Persona gramatical dentro del relato: sujeto en el que fue escrito	10
9	Proximidad del relato en materia geográfica, cultural o emocional	10
10	Nivel de la trascendencia del hecho noticioso	8,67
11	Percepción del nivel de la magnitud y el impacto del acontecimiento narrado	8,28
12	Posible impacto emocional de la noticia	6,64
13	Interés mediático del hecho noticioso: evolución del acontecimiento	7,17
14	Tipo de lenguaje empleado en la narración periodística	10
15	Cantidad de preguntas periodísticas resueltas en el lead	6,58
16	Nivel percibido en la utilidad de las bajadillas (siempre que sean	8,32

	incluidas)	
17	Utilidad de los insertos incluidos	7,74
18	Todos los elementos incorporados aportan al entendimiento de la noticia	9,03
19	El remate cierra la noticia y cuenta con un dato concluyente	8,25
20	La nota brinda contexto del hecho narrado	9,61
21	Formación de la persona que firma la noticia	9,81
22	Nivel de adjetivación de los hechos narrados	9,89
23	Porcentaje de errores y dominio de las normas ortográficos	10
24	Nivel de editorialización de las notas, juicios de valor y opiniones dentro de las notas	9,83
25	Pluralidad de voces en una nota, cantidad de fuentes usadas	6,83
26	Los datos incluidos cuentan, al menos, con una fuente identificada	9,50
27	Nivel de percepción en la tergiversación de los datos incluidos dentro de una nota	9,92
28	El contenido visual incluido influye en el relato periodístico	9,81
29	El contenido visual es respetuoso de los derechos, el respeto y dolor humanos	10
30	Lenguaje estereotipado: uso de palabras y representaciones esquemáticas de grupos sociales	10
31	El relato está narrado con un tono sensacionalista	9,83
32	Nivel de percepción de la objetividad: los elementos y la forma empleada buscan la objetividad	9,56
-	Suma ponderada de todos los puntos evaluados	9,00

Fuente: elaboración propia 2021.

Algunos de los hallazgos más importantes, de forma generalizada, en las 36 notas calificadas son los siguientes:

- Título de las notas informativas analizadas

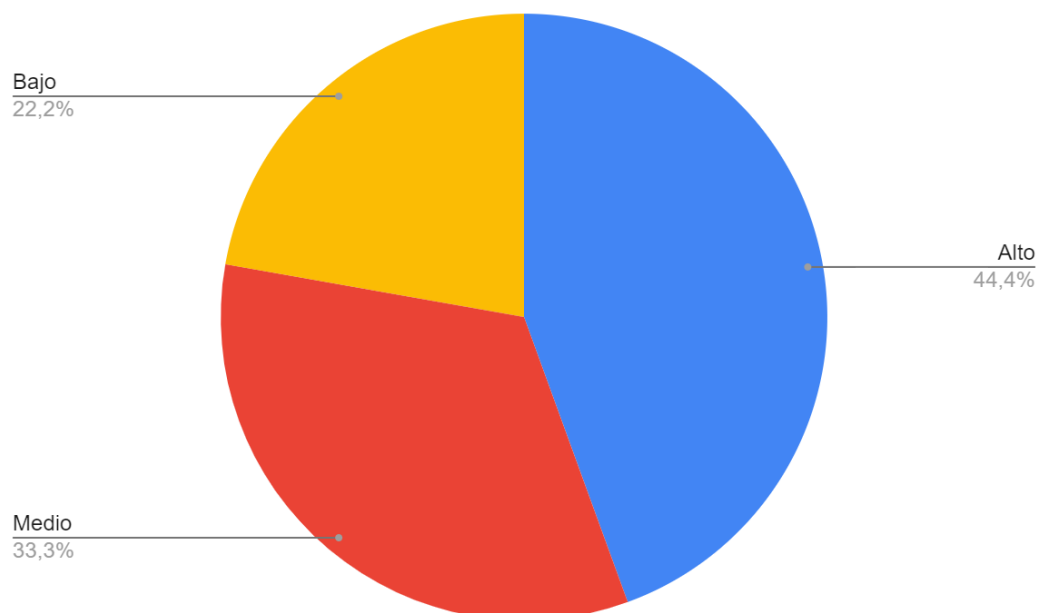


Figura 12. Nivel percibido del gancho periodístico percibido en las notas.

Fuente: elaboración propia 2021.

El 44,4% de las notas, es decir, cerca de 16, cuenta con un título, que busca atrapar al lector, imprimen curiosidad y motivan a la lectura. Algunos de estos titulares si bien cuentan con información muy general, por cuestión del contexto en el que se presentan, es decir, las elecciones presidenciales se vuelven atractivas..

Lo anterior es el ejemplo de titulares como TSE da banderazo de salida a carrera electoral de 26 candidatos (CRHoy.com), Partidos y candidatos rechazan vacunación obligatoria (Diario Extra) o TSE exige revelar quién paga las encuestas de elecciones 2022 (La Nación).

Por el contrario, otros titulares como 11 candidatos presidenciales se han postulado hasta 6 veces (La Nación) o Dos candidatos inician campaña con expedientes abiertos en Fiscalía (CRHoy.com), se considera que cuentan con gancho periodístico, por sí solos.

Títulos con bajo gancho periodístico, justamente, porque no aportan curiosidad, motivación a lectura o están carentes de datos informativos, podría ser el Presidente del TSE

que continúa en su cargo, al inicio de campaña (CRHoy.com), Partido de los Trabajadores elige a Jhon Vega como candidato presidencial (Delfino.cr) o Partidos dan banderazo a campaña electoral (Diario Extra).

De forma ponderada los titulares de La Nación, en materia de gancho periodístico, obtuvieron una nota de 9,4, CRHoy.com de 8,7, Delfino.cr de 5,7 y Diario Extra de 5,3. La diferencia es que mientras los dos primeros medios buscan brindar un dato para amplificarlo en el título, tanto Delfino.cr como Diario Extra utilizan información muy general para atrapar a sus lectores.

- Utilidad de las bajadillas

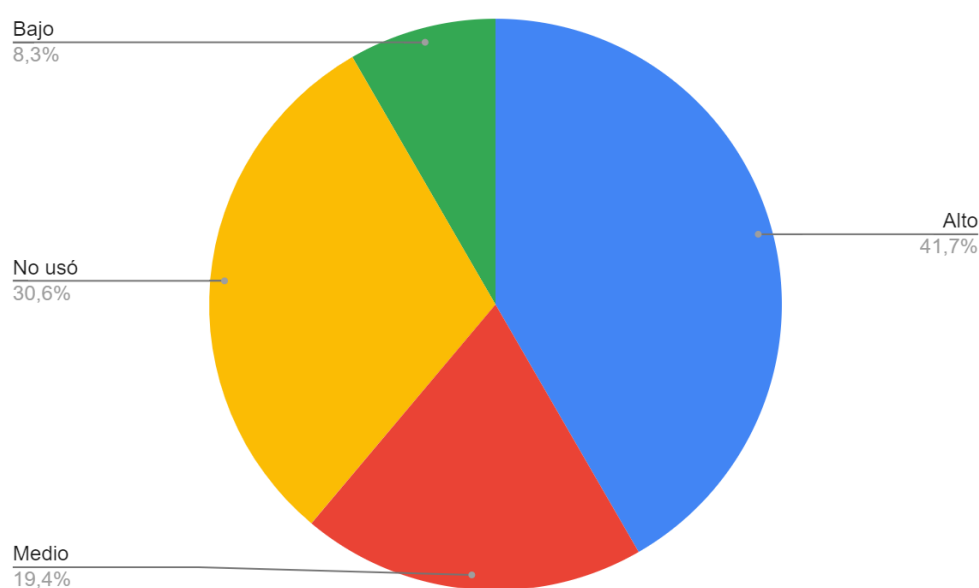


Figura 13. Utilidad percibida de las bajadillas en las notas que las incluyeron.

Fuente: elaboración propia 2021.

Quizá, una práctica, cada vez más común, al menos en los medios cuyas notas están disponibles en Internet, por medio de sitios web, es que las bajadillas van desapareciendo. Por ejemplo, en el siguiente gráfico puede notarse que 11 notas, es decir, un 30,6% de las publicaciones analizadas no consideraron este elemento como importante para sus publicaciones.

De las 25 notas que sí lo emplearon, 15 (un 41,7%) tuvieron un alto nivel de utilidad, es decir, ofrecieron un dato sobresaliente que por extensión o porque no era el más relevante, no se consideró para el título, ampliando la información. Siete (19,4%) notas emplearon este

recurso con una utilidad considerada como media, mientras que sólo tres (8,3%) lo hicieron, de forma deficiente, es decir, no aportaron datos informativos relevantes, siendo además todas notas publicadas por el Diario Extra.

- El cuerpo de la nota

En esta sección del análisis, se incluirá la percepción sobre la jerarquización de los datos, la entendibilidad y claridad de los párrafos, que compusieron cada una de las 36 notas seleccionadas.

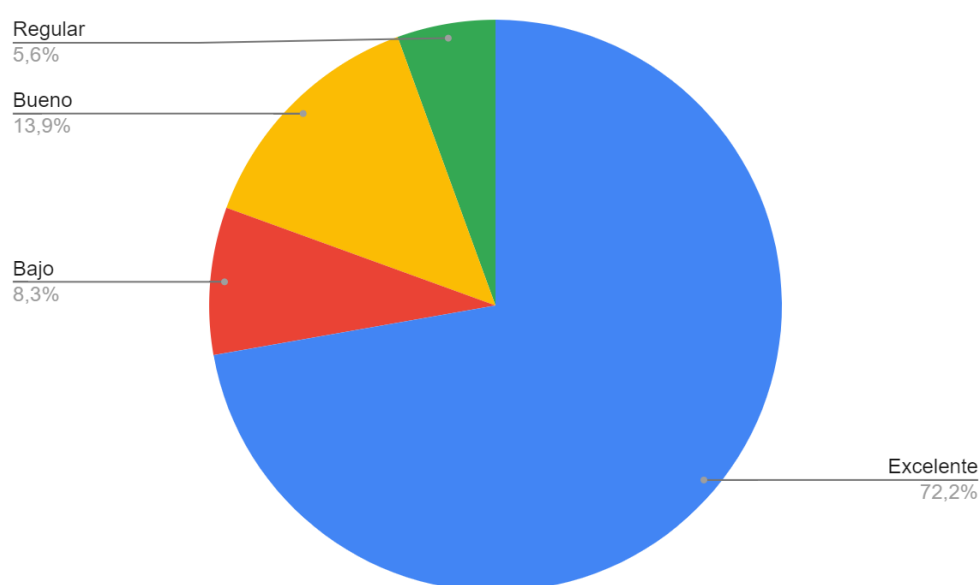


Figura 14. Nivel de jerarquización de datos en el uso de la Pirámide Invertida.

Fuente: elaboración propia 2021.

Según el orden de importancia en el que fueron colocados los datos en el cuerpo de la nota, 26 de las 36 notas, un 72,2% de las veces se hizo de forma excelente, eso quiere decir que los párrafos contaron con una adecuada jerarquización, proporcionando al consumidor de la información necesaria para su entendimiento, según avanza en la lectura.

Dos de las notas emplearon la jerarquización de forma regular, es decir, algún dato pudo haber sido mejor jerarquizado, cinco fueron estuvieron en el rango de bueno, mientras que tres fueron bajas. En este último caso, se debió analizar los datos previos a la redacción, con el fin de determinar su importancia informativa, dentro de la redacción periodística.

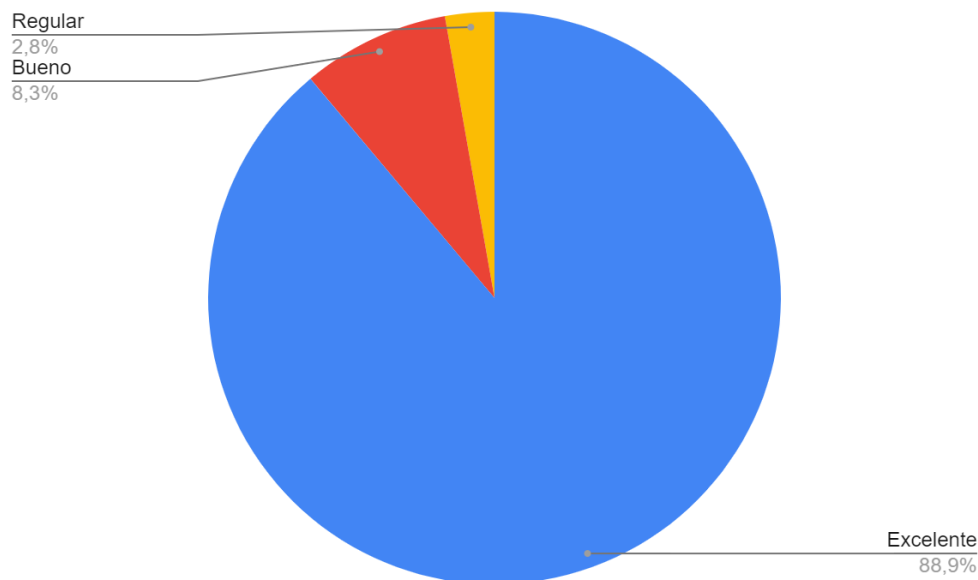


Figura 15. Nivel de percepción de los párrafos: independientes y claros en el cuerpo.

Fuente: elaboración propia 2021.

En cuanto a la percepción de la independencia y claridad de los párrafos independientes y como las buenas prácticas periodísticas estudiadas a lo largo del Capítulo 2 Marco Teórico, un total de 32 notas, para un 88,9%, contaron con párrafos formados por un dato, secuencia informativa, así como una redacción que permitía entenderlo, de forma independiente, conforme avanzaba la lectura. Tres notas emplearon este recurso de forma regular, es decir, algún párrafo pudo contener exceso de datos o bien no era claro.

En el único caso, Diario Extra con Partidos a enamorar cantones fuera de la GAM, que lo empleó, de forma regular, fue por el uso excesivo dentro de los párrafos, lo que podría provocar confusión, durante la lectura.

- Sobre el lead.

Para efectos de la tabla de evaluación periodística, el lead forma parte de tres ítems, uno relacionado con su extensión, así como de entendibilidad y claridad del lead, ambos haciendo alusión, de manera específica, a la construcción de las notas, mientras que uno tercero, sobre la cantidad de W incluidas, forma parte de la sección sobre los elementos.

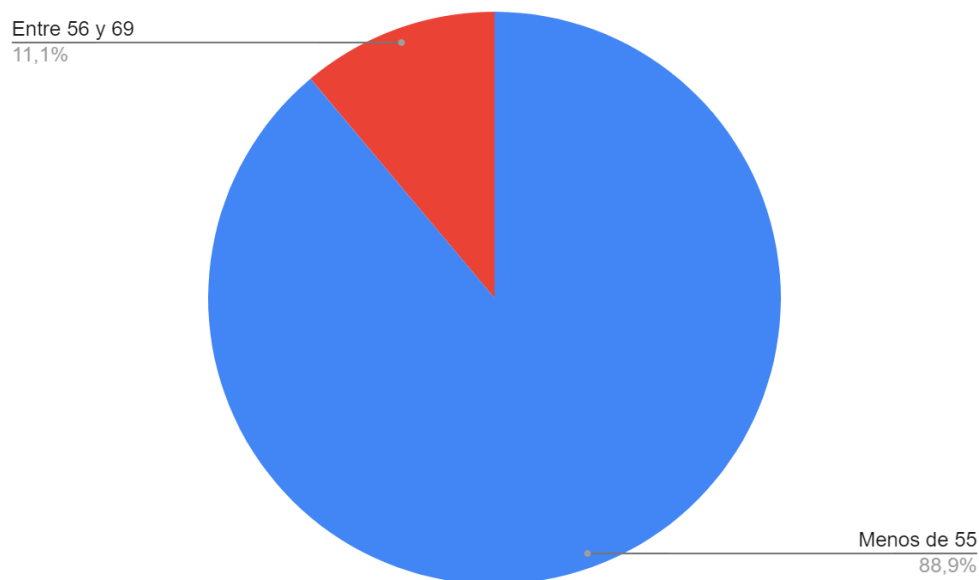


Figura 16. Extensión del lead por cantidad de palabras empleadas.

Fuente: elaboración propia 2021.

El gráfico anterior trata sobre la extensión del lead, que, técnicamente, es un ponderado entre las extensiones, académicamente encontradas y expuestas en el Marco Teórico. Como resultado, se arroja que cerca del 89% de las notas contó con entradas, cuya extensión no superó las 55 palabras, mientras que 11.1% estuvo entre 56 y 69.

Sobre la entendibilidad y claridad del lead, es importante recordar que tres de los atributos de este elemento son: texto conciso, debe responder a las W no contener información irrelevante, así como ser efectivo y comprenderse a la primera lectura. Sobre las notas analizadas, se arrojan los siguientes resultados:

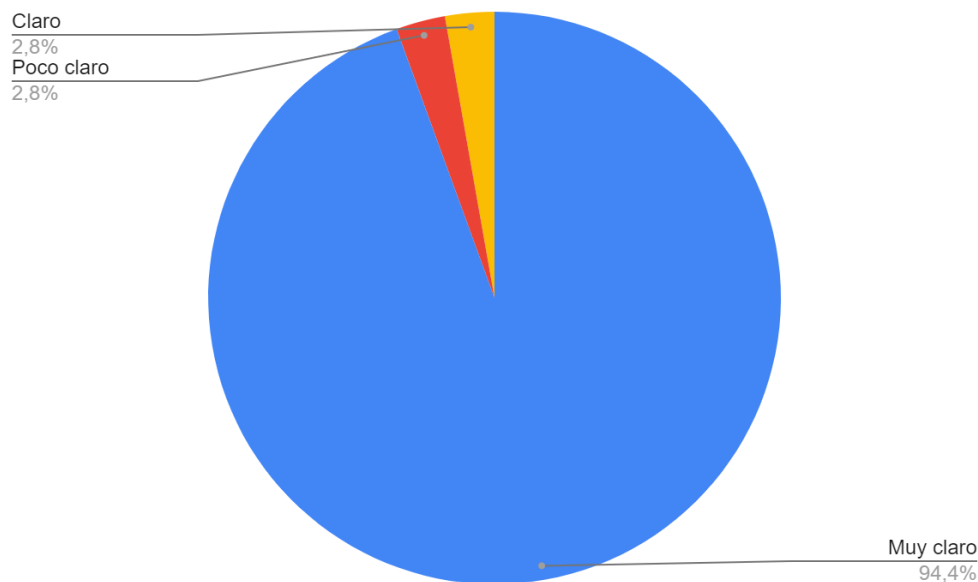


Figura 17. Nivel de entendibilidad y claridad del lead

Fuente: elaboración propia 2021.

34 de las 36 notas, es decir, un 94,4% contaron con un lead que cumplía con estas características, mientras que una nota de La Nación se consideró como clara y otra de CRHoy.com como poco clara.

La nota con el lead poco claro, titulada presidente del TSE continúa en su cargo al inicio de campaña, únicamente responde a dos W (quién y qué), sin embargo, por qué se dice hasta dos párrafos después, lo que no genera claridad.

En el caso de la nota con un lead claro de La Nación, Lineth Saborío financiará campaña con crédito del BCT por ¢1.050 millones, cuenta con alguna palabra técnica del ámbito, posiblemente jurídico, además de contener exceso de datos, que podrían confundir al lector.

Por su parte, en materia de cantidad de W resultas en el lead, la media de los periodistas consultados indicó que una buena entradilla debería contener, al menos, cuatro de las seis preguntas periodísticas, sin embargo, no en todos los casos, esto debía ser una referencia. Es por esto que a siete de las notas (19,4%) que cumplieron con la cantidad mencionada, se les otorgó una nota de 10, mientras que a 20 (55,6%) una nota de 7. Nueve de los leads contaban con una deficiente construcción, que no superó las dos preguntas.

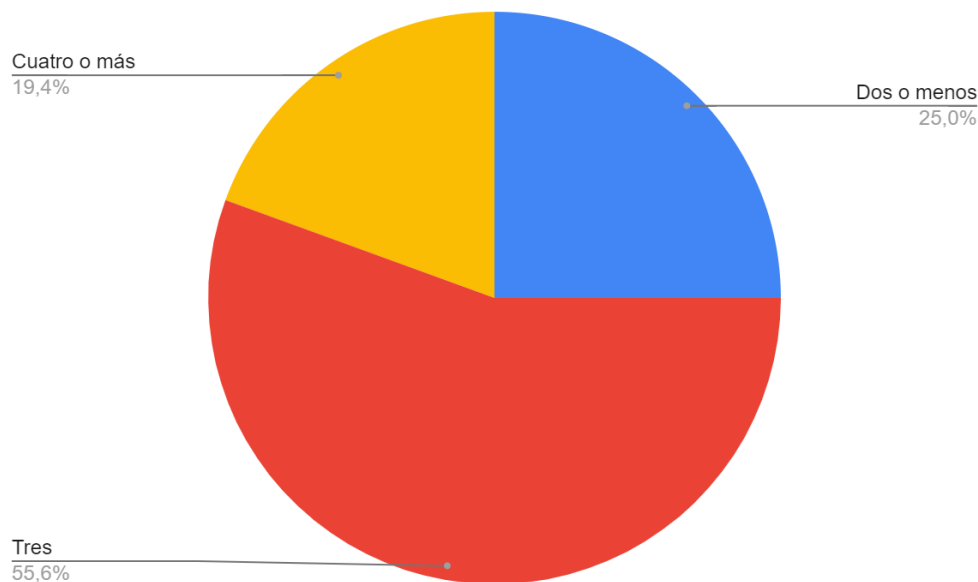


Figura 18. Cantidad de preguntas periodísticas resueltas en el lead.

Fuente: elaboración propia 2021.

Cuatro de los nueve leads, con la puntuación menor, correspondieron a notas publicadas por Diario Extra, donde, casualmente, los títulos de esas notas no superaron la segunda categoría del gancho periodístico, mientras que otros cuatro a CRHoy.com (uno poco claro) y uno más a La Nación, precisamente, el lead considerado como claro.

La cantidad de lead que incluyeron más de tres W fue de 27, contrarrestando con los 34 leads muy claros, podría significar que la cantidad de respuestas no es vinculante con el nivel de entendibilidad de la entrada, sin embargo, sí obliga al lector a continuar leyendo, ante la falta de respuestas periodísticas resueltas.

Por su parte, debido al contexto de las notas analizadas, las preguntas, más comúnmente percibidas de respuesta, fueron el quién (correspondiente a figuras políticas del ámbito nacional), qué (las elecciones), cuándo (fechas diversas), así como qué (hecho por desarrollar).

- La importancia, relevancia y otros aspectos de la noticia

Por el tema propio por evaluar, independientemente de los candidatos a la presidencia, y otros aspectos relacionados con las elecciones presidenciales, la novedad hizo que todas las notas fueran consideradas con temporalidad de hechos noticiosos, nuevos y que no se habían conocido antes. El 100% de las notas analizadas, las 36 de los medios CRHoy.com, Delfino.cr,

Diario Extra y La Nación, compartieron esto en común, así como todas ser próximas al tratarse, en su mayoría, de figuras reconocidas o bien emplazadas dentro del territorio nacional.

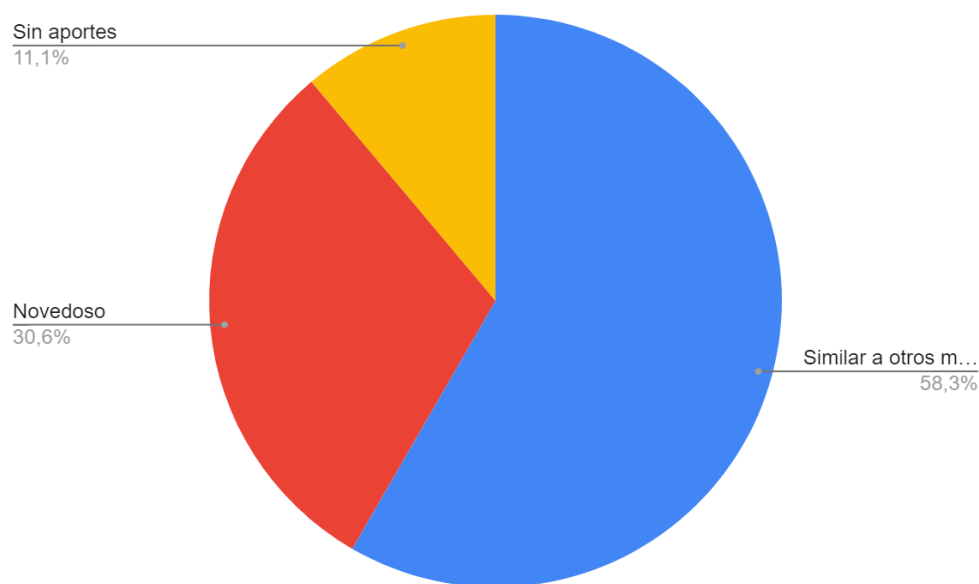


Figura 19. Nivel de percepción del enfoque noticioso.

Fuente: elaboración propia 2021.

Como los autores consultados en el Capítulo 2 Marco Teórico aseguraban, además de que las notas fuesen sobre hechos recién ocurridos, parte importante es brindar nuevos puntos de vista y enfoques novedosos, esto además permitiría a las empresas periodísticas diferenciarse entre ellos (valor agregado).

21 de las 36 notas presentaron enfoques noticiosos similares a otros medios de comunicación, es decir, sus notas eran similares, con una línea discursiva, que empleó los datos en líneas semejantes.

Las cuatro notas que tuvieron, no tuvieron aportes en su enfoque, correspondientes al 11,1%, fue por las siguientes razones:

- José María Villalta anuncia su candidatura a la presidencia para 2022 (Delfino.cr): aunque es una nota novedosa, no cuenta con datos que no sean ya conocidos, además de contar con un muy bajo nivel en la jerarquización de datos
- Zoom Electoral: Espacio televisivo ofrecerá análisis político de cara a elecciones en 2022 (Delfino.cr): la nota en sí, desde su título, con un nivel medio de gancho

periodístico, no brinda información relevante para el lector, sin detalles importantes ni puntos de vista, que motiven al consumidor

- Rolando Araya reta a José María Figueres (Diario Extra): es una nota que en apariencia tiene mucho por aportar y brinda tantos datos que, finalmente, parecen más un popurrí que una nota informativa.
- “No es cierto que tenemos una sola Costa Rica” (Diario Extra): una nota más, con insertos publicados como si fuesen una entrevista, pero sin relevancia alguna, principalmente, por la figura que brinda tales declaraciones.

Por otra parte, 28 notas, para un 77,8% del total, narran hechos informativos considerados con trascendencia, es decir, de gran repercusión en la vida de las personas, dos lo hicieron en mediana medida, mientras que seis tuvieron poca trascendencia. Por ejemplo:

- Delfino.cr habló sobre la nominación de Jhon Vega, un personaje de un partido político que alcanzó un 0,20% de votos durante las elecciones de 2018, es decir, un personaje sin relevancia política.
- El impacto en la repercusión de la vida de las personas podría ser proporcional al interés mediático por los temas, situación que en algunos casos no se dio (más adelante se abordará este tema).

Además de esto, algunas notas, sin importar su trascendencia o impacto mediático, cuentan con algún nivel de magnitud. Aunque el término también va ligado al interés por otros medios y la repercusión social, aquí se trata sobre el tamaño de lo narrado. 28 de las notas, un 75% relataron hechos considerados de gran magnitud. Algunos ejemplos y consideraciones encontradas:

- Presidente del TSE continúa en su cargo al inicio de campaña (CRHoy.com): si bien es cierto es una noticia que no despertó el interés de otros medios de comunicación, por la figura que representa el presidente del TSE, puede considerarse de gran magnitud, principalmente por la situación que actualmente enfrenta
- Dos candidatos inician campaña con expedientes abiertos en Fiscalía (CRHoy.com): mientras otros medios se enfocaron en enlistar a los candidatos recurrentes, esta nota se enfocó en revelar a dos de ellos con situaciones judiciales pendientes. Además de ser un

tema de poco interés mediático, con gran magnitud, también presentó un enfoque novedoso

- Candidatos de acuerdo con regular plataformas de transporte (Diario Extra): un tema de gran impacto por la cantidad de empleos, que generan estas plataformas, así como las protestas sociales adyacentes provocadas, sin embargo, no fue abordado por otros medios, lo que puede definir su poca trascendencia, a pesar de su aporte novedoso.

Solamente, una nota obtuvo un nivel medio de la magnitud de su relato. Partido de Piza no fue inscrito para elecciones del 2022 de CRHoy.com fue una nota novedosa, pero sin interés mediático, no obstante, por la anterior candidatura y su paso por la presidencia de Carlos Alvarado, podrían influir en su relevancia.

A pesar de la importancia que, en sí, representan las elecciones presidenciales del país, principalmente, por un tema coyuntural, ocho de las notas presentaron poca magnitud. A continuación ejemplos y detalles:

- Seis de las notas consideradas con poca magnitud también fueron notas calificadas como con poco interés mediático y poco impacto emocional.
- Las restantes dos notas, aunque su magnitud (por cifras, datos o personajes) no tienen mayor relevancia, sí fueron compartidas por otros medios de comunicación

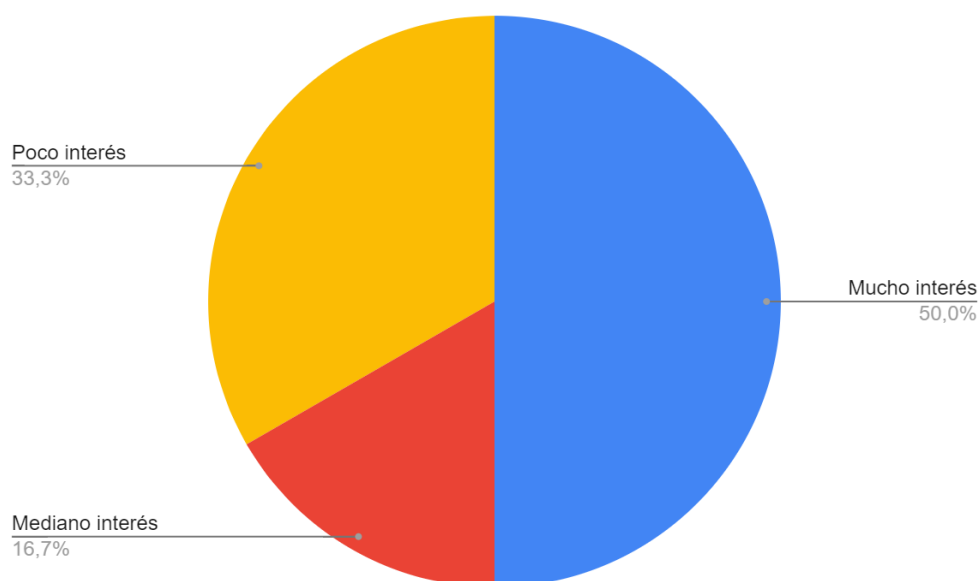


Figura 20. Interés mediático del hecho noticioso: evolución del acontecimiento.

Fuente: elaboración propia 2021.

El gráfico anterior muestra que el 50%, es decir, 18 notas tuvieron mucho interés por parte de los medios, fueron noticias, que impactaron las salas de redacción de las empresas periodísticas. 12, un 33,3%, obtuvieron poco interés mediático, con esto, reflejan que fueron sólo publicadas por un medio, mientras que las restantes seis consiguieron eco en algún medio de información.

- Lenguaje en general, ortografía, gramática

Como estipulan los diferentes manuales sobre periodismo consultado, así como las referencias también lo indican, parte de la construcción periodística, en forma como en materia ética, tiene relación con el uso del idioma. El 100% de las notas cumplieron con las siguientes características:

- Uso gramatical de la tercera persona del singular, cuando se trata del relato periodístico, dentro de la nota informativa.
- Un lenguaje común, sin tecnicismos ni palabras de complejo entendimiento, lo que, en el ámbito general, favorece la lectura y la claridad del contenido.
- No se detectaron errores ortográficos ni se encontraron vicios gramaticales, que pudieran afectar las notas.

Dentro de las 36 notas analizadas, en una ocasión se utilizó el término *adendas*, cuando pudo cambiarse, de manera contextual, por algún otro término, mientras que se encontró también un *dequeísmo*, en ambos casos, aportados por notas del periódico *La Nación*.

Abordando el tema del lenguaje estereotipado, es decir el uso de palabras y representaciones esquemáticas de grupos sociales, uno de los puntos referentes en el código ético de la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos, el 100% de las 36 notas analizadas no presentaron uso de estereotipos relacionados con la raza, sexo, edad, religión, grupo étnico, procedencia geográfica, orientación sexual, incapacidad, apariencia física o condición social.

De igual manera, sobre los relatos narrados con tono sensacionalista, únicamente dos de las 36 notas, un 5,6% se consideró con poco tono, mientras que un 94,4% no se conceptualizó de esta manera. Sobre estas dos notas, se acota:

- Rolando Araya reta a José María Figueres (Diario Extra): las informaciones narradas por Greivin Granados se consideraron sensacionalistas, porque destacan aspectos, que buscan desatar rumores y provocar escándalo.
- ‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres (La Nación): desde el título, se considera que la información afirma (de igual manera) situaciones, que buscan desatar rumores y provocar escándalo.
- Insertos, voces incluidas y verificación de datos dentro de las notas.

Como se estipuló, dentro del Capítulo 2 Marco Teórico, el uso de insertos oficializa los contenidos incluidos dentro de una nota periodística, brinda posiciones y posturas de figuras en algunos de los casos específicos (algunas con relevancia y otras como espectadoras) y además aporta a la pluralidad y el balance, lo que dentro del ámbito se conoce como fairness.

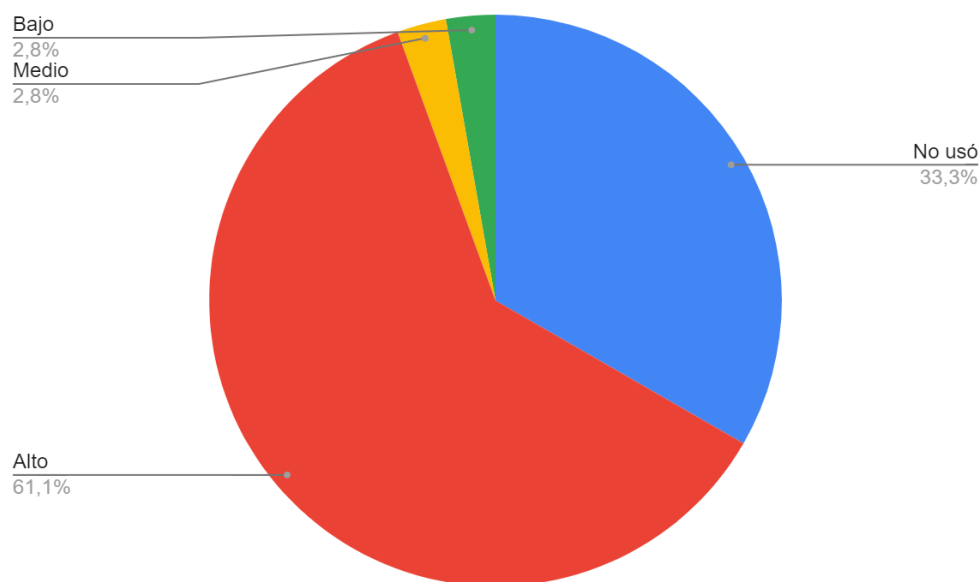


Figura 21. Utilidad de los insertos incluidos dentro de los relatos periodísticos.

Fuente: elaboración propia 2021.

De las 36 notas publicadas que se analizaron, 12 (un 33,3%) no utilizó este elemento. Si bien, no es fundamental, es un recurso que como se explicó, durante el Capítulo 2 Marco Teórico, favorece a la credibilidad de la información. A continuación, algunos ejemplos donde insertos hubiesen mejorado los relatos periodísticos:

- TSE da banderazo de salida a carrera electoral de 26 candidatos (CRHoy.com): un politólogo o ex presidente de la República conversando sobre cómo esto afecta o beneficia a la democracia y al país.
- Zoom Electoral: Espacio televisivo ofrecerá análisis político de cara a elecciones en 2022 (Delfino.cr): contiene voces, pero no insertos, de los personajes que participarán en el programa, lo que hubiese brindado mayor peso informativo.
- Elecciones nacionales costarán €6.000 mills. (Diario Extra): apreciaciones por parte del Tribunal Supremo de Elecciones sobre el costo, la distribución, posibles escenarios, financiamiento, entre otros detalles particulares sobre el tema.
- 11 candidatos presidenciales se han postulado hasta 6 veces (La Nación): ésta es una nota, que se perfilaba a contar con muchas voces, insertos y declaraciones, sin embargo, no se incluyeron. Haberlo hecho pudo haber generado un mayor enganche con el lector y hubiese nutrido la información.

22 notas obtuvieron la máxima calificación en este ítem, es decir, una utilidad alta en el uso de insertos, lo que quiere decir que el periodista, por medio de las voces de las personas incluidas dentro del relato, aportó información valiosa para el lector y la entendibilidad de la nota publicada.

Por otra parte, también se considera:

- Partidos a enamorar cantones fuera de la GAM (Diario Extra): la nota incluyó un inserto del director de Registro Electoral del Tribunal Supremo de Elecciones, que no ofrece detalles reales sobre el abstencionismo, sin embargo, brinda alguna información relevante, por lo que se consideró como una utilidad media.
- Equipo de Figueres sospecha que invitado sabotó encuentro virtual con candidato (La Nación): las declaraciones de Carlos Roverssi, encargado de comunicación de José María Figueres, presentan un tono desinformado, ficticio y fantasioso sobre los hechos relatados y la situación presentada.

Mientras que no utilizar insertos no fue calificado, la falta de voces dentro de las notas sí fue un aspecto por considerar. La pluralidad amplía, éticamente hablando, la posibilidad de

un mejor balance, principalmente en el tema de las elecciones presidenciales y todo el contexto que este tema podría tener en la lupa mediática (propriadamente los medios de comunicación y las empresas periodísticas) y pública (los electores y el público en general).

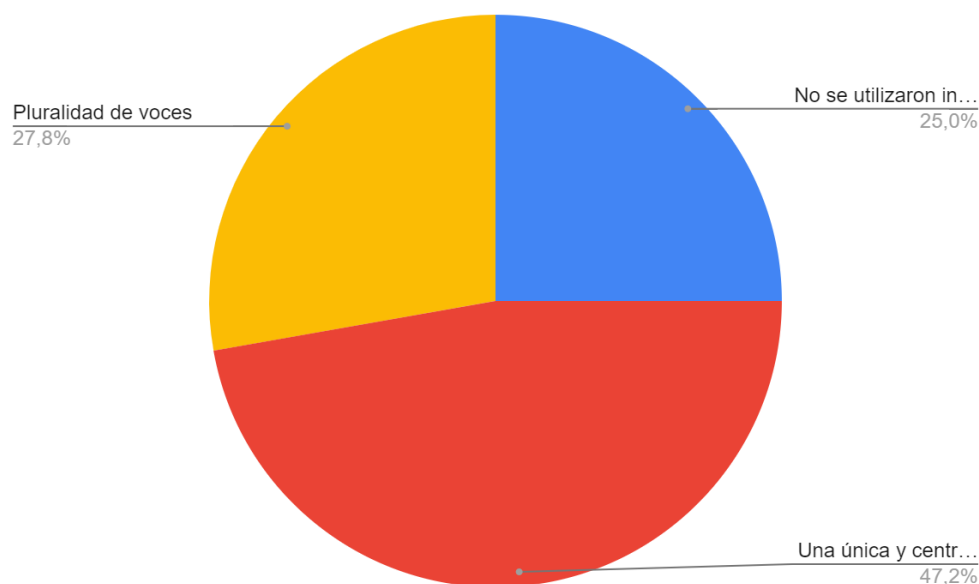


Figura 22. Pluralidad de voces en una nota, cantidad de fuentes utilizadas.

Fuente: elaboración propia 2021.

Como se percibe en el gráfico anterior, ése fue el caso de nueve notas, que acumularon un 25% del total. Aquí es importante recalcar que la diferencia entre éstas y las 12 que no incluyeron insertos, es que las voces existen, pero no brindaron declaraciones o fueron omitidas, como fueron los casos de Figueres, define 12 ejes prioritarios para su plan de gobierno (CRHoy.com), Elecciones nacionales costarán ¢6.000 mills. (Diario Extra) y “No es cierto que tenemos una sola Costa Rica” (Diario Extra), donde las notas no obtuvieron una reacción oficial o bien se consideran entrevistas de fondo.

Por su parte, casi del 50% de las notas, 17 no tuvieron pluralidad de voces, es decir, el periodista se enfocó en un relato y no incluyó otras partes tal vez interesadas. Si bien la pluralidad no siempre es un recurso valorado, pudo mejorar aspectos de las siguientes notas analizadas:

- Gobierno no puede publicitar obras, a partir de este jueves (CRHoy.com): una declaración por parte del Gobierno o de la Oficina de Propaganda sobre una situación constante, pudo brindar una posición oficial.

- TSE convoca a elecciones 2022: "Vote o no vote usted, habrá nuevo gobierno en mayo próximo" (Delfino.cr): la nota incluye nada más declaraciones del presidente del Tribunal Supremo de Elecciones, cuando, en el acto solemne, participaron los jefes de los supremos poderes del Estado.
- Para las entrevistas transcritas de Diario Extra, no hubo contraposiciones de candidatos o expertos en los temas narrados por las partes involucradas en las notas informativas.
- Equipo de Figueres sospecha que invitado sabotó encuentro virtual con candidato (La Nación): esta nota debió tener apreciaciones de expertos en ciberseguridad, primero para verificar las declaraciones expuestas por la organización y segundo para tener un parte oficial de técnicos el tema.

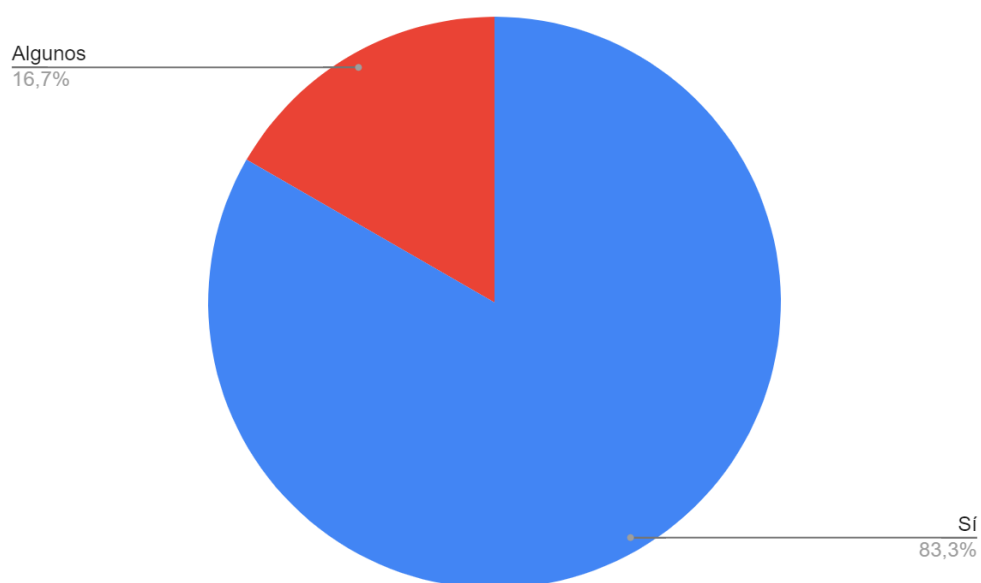


Figura 23. Los datos incluidos cuentan, al menos, con una fuente identificada.

Fuente: elaboración propia 2021.

Como se percibe en el gráfico anterior, el 83,3% de las notas, es decir, 30 de las 36 analizadas, cuentan con datos cuyas fuentes fueron identificadas, son válidas y reales, mientras que las restantes seis presentan algunos datos, que no se especifica de dónde salieron, como es el caso de:

- La aparente cercanía de Laura Arguedas Mejía, candidata a la segunda vicepresidencia por el Partido Liberación Nacional, con el Gobierno del expresidente Luis Guillermo

Solís, dato que no se constató o especificó dentro de la nota “Rolando Araya reta a José María Figueres (Diario Extra).”

- Si bien la publicación Partidos tienen hasta el 22 de octubre para solicitar inscripciones de candidaturas (CRHoy.com) presume de contener datos oficiales, el Tribunal Supremo de Elecciones no aparece como facilitador de los datos.
 - La nota José María Figueres: “A mi madre la dejaron sin un cinco (La Nación)” en apariencia cuenta con todos los datos verificados con fuentes, sin embargo, se indican situaciones judiciales, que no fueron corroboradas por el medio.
 - Destaca que Delfino.cr, las seis notas analizadas, sí cuentan con todas fuentes, con las que se pudiesen verificar los datos.
- Elementos, remate y contexto de las notas publicadas.

Un aporte importante de los expertos consultados, dentro del Capítulo 2 Marco Teórico, es que todos los elementos informativos incluidos dentro de un relato periodístico deben aportar al entendimiento de las notas, es decir, no deben existir datos, que sirvan de distracción a los lectores o consumidores.

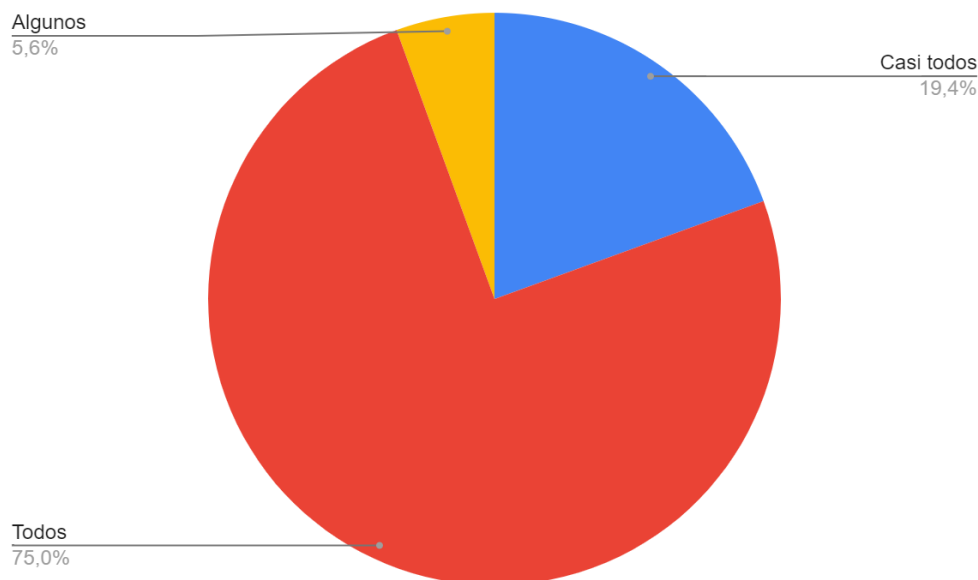


Figura 24. Todos los elementos informativos incorporados aportan al entendimiento de la noticia.

Fuente: elaboración propia 2021.

Como muestra la anterior gráfica, en el 75% de las publicaciones analizadas, es decir 27 de las 36, se consideró que todos los elementos incluidos aportaron al entendimiento de la información, tenían una razón de ser y cumplieron algún objetivo de comunicación.

En siete de las 36, se consideró que casi todos los elementos aportaron, a continuación, algunos ejemplos:

- TSE da banderazo de salida a carrera electoral de 26 candidatos (CRHoy.com): en esta nota, el tema de los estados auditados de las finanzas de los partidos no tiene relevancia, no es tan comprensible y pudo abordarse en una publicación aparte.
- TSE convoca a elecciones 2022: "Vote o no vote usted, habrá nuevo gobierno en mayo próximo" (Delfino.cr): la información cuenta con el subtítulo TSE recibe mando de la Fuerza Pública y Policía de Tránsito, si bien la información está, debidamente, construida, también pudo formar parte de otra nota para no distraer al lector del tema original en cuestión.
- Segunda ronda costaría ¢2.600 mills. (Diario Extra): la nota también aborda temas del presupuesto general del Tribunal Supremo de Elecciones, lo que podría generar confusión entre los montos económicos relatados.
- TSE avala candidatura de Fabricio Alvarado al cargo de diputado (La Nación): el cierre de la nota presenta información sobre otros candidatos a la presidencia con esta misma situación, alejándose del espíritu informativo propio de esta publicación.

Mientras que dos de las notas obtuvieron el puntaje más bajo al aportar sólo algunos elementos vitales para el entendimiento de la información periodística:

- Rolando Araya reta a José María Figueres (Diario Extra): la nota, originalmente, está vinculada con el cambio climático, sin embargo, el periodista termina escribiendo referencias sobre pobreza, temas morales, empleo y monetarios, entre otros.
- José María Villalta anuncia su candidatura a la presidencia para el año 2022 (Delfino.cr): el único aporte para el entendimiento de esta nota es el lead, toda la información restante puede considerarse irrelevante para efectos periodísticos.

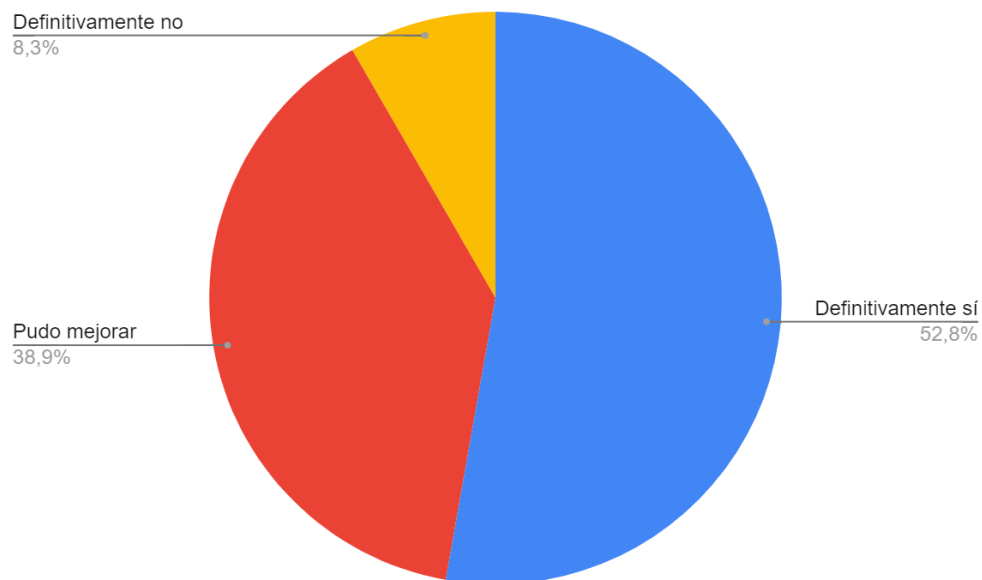


Figura 25. El remate cierra la noticia y cuenta con un dato concluyente.

Fuente: elaboración propia 2021.

Técnicamente, el cierre de la nota o el remate tiene la función de concluir la información presentada, por tanto, como aseguran las diferentes fuentes teóricas consultadas, debe hacerle entender al lector que es el final. Para este caso, se recomienda que se brinde un dato secundario no sustancial, pero concluyente. En el caso de las notas analizadas, 19 cumplieron con este punto.

- TSE aprueba fideicomiso por 1000 millones al PUSC (CRHoy.com): el cierre brinda información sobre la fundación y los gobiernos alcanzados por el Partido Unidad Social Cristiana, básicamente, un repaso histórico.
- Oficialmente, arranca campaña electoral (Diario Extra): el cierre en forma de lista ofrece información sobre los requisitos universales, para que una persona pueda optar por la Presidencia de la República o una diputación.
- La cantidad de candidaturas no aumentará el monto de deuda política (Delfino.cr): el cierre ofrece información sobre el financiamiento de los partidos políticos, de manera generalizada.
- Eli Feinzaig, Natalia Díaz y Otto Guevara opuestos a vacunación obligatoria para ingresar a comercios (La Nación): el cierre ofrece información de lugares, donde se aplicaría la obligatoriedad de la vacunación completa.

Por su parte, 14 de las notas tuvieron cierres oportunos, pero que pudieron contener datos más específicos de las notas, como fue el caso de “Gobierno no puede publicitar obras a partir de este jueves (CRHoy.com)”, que pudo ampliar sobre las multas, “TSE convoca a elecciones 2022: "Vote o no vote usted, habrá nuevo gobierno en mayo próximo" (Delfino.cr),” que resume parte de lo expresado en el cuerpo, “Candidatos de acuerdo con regular plataformas de transporte (Diario Extra)”, que excusa la falta de respuesta, cuando pudo ofrecer datos sobre el empleo generado o ‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres (La Nación), que aborda el tema de las reformas, cuando pudo colocarse un dato más histórico.

Además de esto, el contexto global de los aportes brindados podría guiar a las audiencias a entender mejor la información y, con esto, tomar mejores decisiones, más si se habla del tema elegido para análisis. En este caso, 34 notas brindaron el contexto oportuno para comprender, de forma integral, el hecho noticioso.

En el caso de “Candidatos de acuerdo con regular plataformas de transporte (Diario Extra)”, brinda criterio de los postulantes, sin embargo, no realiza del todo un barrido por el histórico de datos, que se pudieron haber abordado, por lo que se consideró con un aporte contextual medio.

Mientras que “José María Villalta anuncia su candidatura a la presidencia para el año 2022 (Delfino.cr)”, aunque sí ofrece datos de la trayectoria del postulante a la Presidencia, no comenta con amplitud la anterior carrera por la silla presidencial, el tema central puntual..

- Formación de la persona que firma la noticia

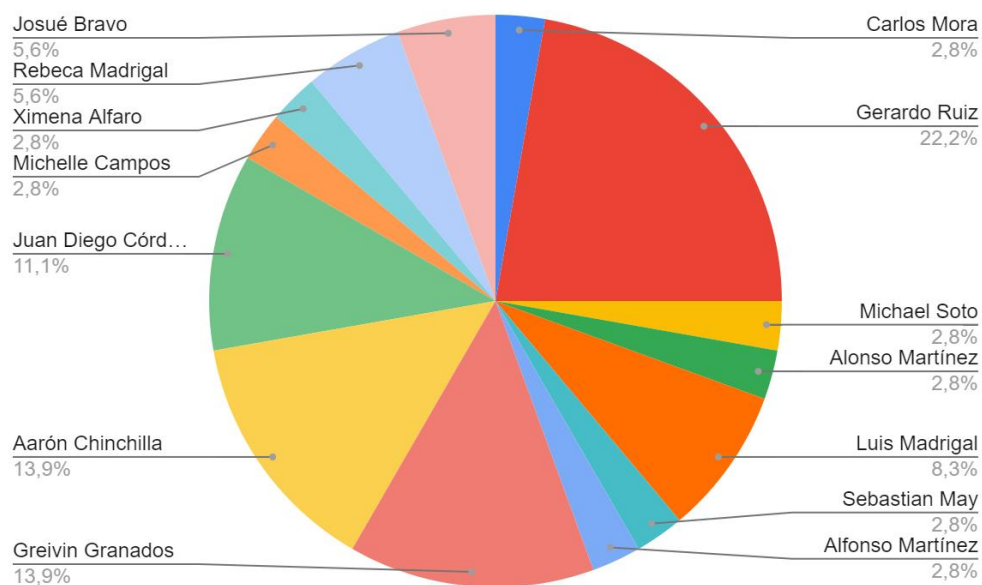


Figura 26. Nombres de las personas redactoras de las notas analizadas.

Fuente: elaboración propia 2021.

Como se puede apreciar en la gráfica, las 36 notas analizadas, en este documento, fueron publicadas en los medios CRHoy.com, Diario Extra, Delfino.cr y La Nación, fueron redactadas por 13 personas diferentes.

De las 13, solamente, una no se identificó en sus respectivos medios como periodista. Ese fue el caso de Sebastián May de Delfino.cr, quien se identifica como egresado de Psicología de la Universidad de Costa Rica y estudiante de Ciencias Políticas. .

Según las diferentes teorías consultadas, el ejercicio del periodismo debe ser aplicado por personas con todos los conocimientos técnicos y la responsabilidad correspondiente para la edición y publicación de notas.

Si bien es cierto, existe una legalidad vinculante en Costa Rica relacionada con este tema, la prevalencia del periodismo y el periodista para el ejercicio noticioso, debe ser, debidamente, titulado.

Otros detalles importantes arrojados, en esta sección, es que el periodista Gerardo Ruiz de CRHoy.com fue quien más notas firmó, con un total de ocho, mientras Aarón Chinchilla y Greivin Granados, de Diario Extra, publicaron cinco cada uno.

Tomando en cuenta la evaluación efectuada, la nota mejor puntuada correspondió a Gerardo Ruiz de CRHoy.com con un 9,72, en segundo lugar, Josué Bravo de La Nación con 9,66 y el mismo Ruiz en tercero con 9,63. Ruiz y Bravo en el top diez acumulan tres y dos notas, respectivamente.

Por el contrario, dos de las tres publicaciones con las puntuaciones más bajas fueron redactadas por Greivin Granados de Diario Extra, con calificaciones de 7,88 y 7,28, mientras que Alonso Martínez de Delfino.cr obtuvo 7,58.

Ponderando las calificaciones globales para cada una de las personas, que publicaron notas, se arroja la siguiente calificación personal:

Tabla 3

Calificación ponderada de los hechos noticiosos por redactor.

#	Redactor	Medio	Cantidad de notas	Ponderado
1	Josué Bravo	La Nación	2	9,61
2	Ximena Alfaro	La Nación	1	9,53

3	Michelle Campos	La Nación	1	9,44
4	Gerardo Ruiz	CRHoy.com	8	9,41
5	Juan Diego Córdoba	La Nación	4	9,34
6	Aarón Chinchilla	Diario Extra	5	9,09
7	Carlos Mora	CRHoy.com	1	8,94
8	Luis Madrigal	Delfino.cr	3	8,89
9	Sebastián May	Delfino.cr	1	8,74
10	Michael Soto	CRHoy.com	1	8,69
11	Rebeca Madrigal	La Nación	2	8,66
12	Greivin Granados	Diario Extra	5	8,36
13	Alfonso Martínez	Delfino.cr	2	7,86

Fuente: elaboración propia 2021

Por otro lado, y aunque este punto ya se abordó, a continuación se presenta el ponderado general por medio de comunicación, según la calidad y rigurosidad presentada:

Tabla 4

Calificación ponderada de los hechos noticiosos por medio de comunicación.

#	Medio	Cantidad de notas	Ponderado
1	CRHoy.com	10	9,29
2	La Nación	10	9,28
3	Diario Extra	10	8,73
4	Delfino.cr	6	8,52
	Gran Total	36	8,96

Fuente: elaboración propia 2021

- Contenidos visuales

En el rubro calificado como “El contenido visual incluido influye en el relato periodístico”, un 97,2% de las notas calificadas y analizadas no presentó una influencia sobre el entendimiento del contenido, sino, únicamente, son referencias visuales.

La única nota que se calificó con mucha influencia, en este ítem, fue José María Figueres: “A mi madre la dejaron sin un cinco” de La Nación, escrita por Juan Diego Córdoba, debido a que se jerarquizó el video del candidato a la Presidencia sobre el de sus familiares, quienes se encuentran 11 párrafos abajo en la nota, cuyo tono además es menos emocional.

Para todos los casos, el 100%, son notas, cuyos contenidos visuales fueron respetuosos de los derechos, el respeto y dolor humanos. Este punto, específicamente, se aborda, dentro de las normas éticas de colegios y gremios profesionales del periodismo, consultadas para el Capítulo 2 Marco Teórico.

- Otros puntos éticos: adjetivación, editorialización, tergiversación

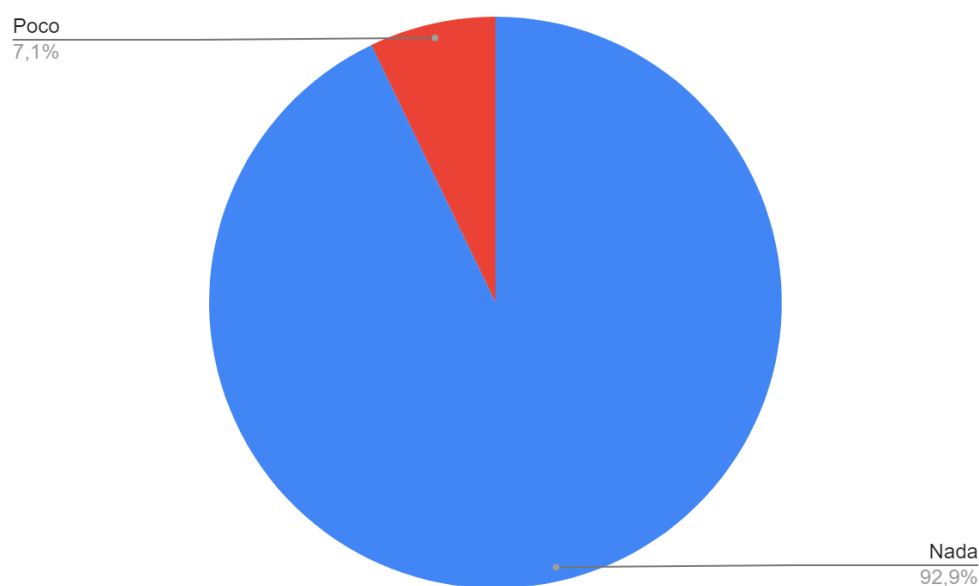


Figura 27. Correspondiente para el Nivel de adjetivación de los hechos narrados y el Nivel de editorialización de las notas, juicios de valor y opiniones dentro de las notas.

Fuente: elaboración propia 2021.

Tanto para los ítems calificados como Nivel de adjetivación de los hechos narrados y Nivel de editorialización de las notas, juicios de valor y opiniones dentro de las notas; las mismas 34 notas (correspondientes al 92,9%) obtuvieron la nota máxima, es decir, nada adjetivadas y nada editorializadas.

Las dos notas que obtuvieron una calificación de poco adjetivadas y poco editorializadas fueron: “Rolando Araya reta a José María Figueres (Diario Extra)” y ‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres (La Nación) —

precisamente, también las notas que se catalogaron como poco sensacionalistas—. Sobre estas notas en esta materia, se aporta:

- La frase “partidos de vapor” por sí sola adjetiva a los partidos políticos sin experiencia, principalmente, cuando hace referencia a partidos políticos de un país diferente de Costa Rica, lo que en sí (por la importancia que La Nación le dio a esta información) editorializa el dato.
- Diario Extra dio una serie de referencias sobre el candidato Rolando Araya, cuya importancia y cantidad de datos podrían presumir una editorialización del hecho noticioso, que, además, por la cantidad de insertos y la relevancia que el medio le brinda, por sí misma adjetiva el relato.

Sobre la percepción en la tergiversación de los datos incluidos, dentro de la nota, el 97,2% de las publicaciones —todas excepto una— se clasificaron con un nivel bajo en la tergiversación (otro de los aspectos abordados dentro de los estatutos de la Sociedad de Periodistas Profesionales) en los hechos o el contexto.

Justamente, la nota que fue calificada con nivel medio en la tergiversación de los datos fue “Rolando Araya reta a José María Figueres” de Diario Extra, porque se consideró que lo expuesto por Araya, el periodista lo valoró como afirmativo o cierto , brindando una interpretación forzada de la noticia.

- Objetividad general.

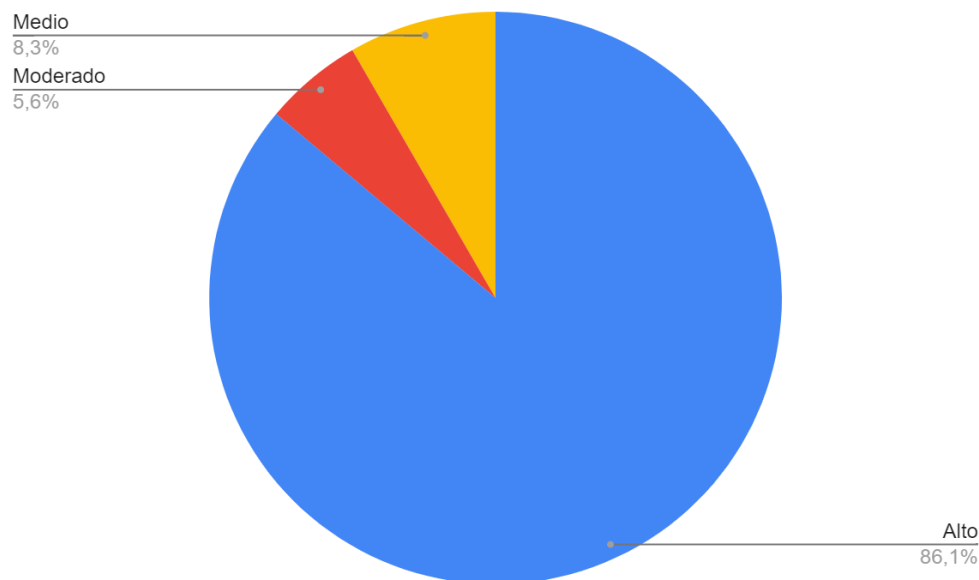


Figura 28. Nivel de percepción de la objetividad: los elementos y la forma empleada buscan la objetividad.

Fuente: elaboración propia 2021.

Basándose en los diversos atributos encontrados en las notas analizadas, se determinó que el 86,1% de las publicaciones, 31 en total, se consideraron con un alto nivel en la percepción de la objetividad, tomando en cuenta los elementos y la forma.

Dos de las notas (5,6%) obtuvieron una clasificación moderada, intermedio entre medio y alto, y se consideraron de esta manera, porque:

- “Partidos dan banderazo a campaña electoral” (Diario Extra): pese a que la nota relata, que fueron 12 los partidos políticos que finalizaron sus asambleas y, con eso, dieron banderazo inicial a sus campañas, no abordaron en el relato a la totalidad de partidos políticos con candidatos formalizados.
- “Eli Feinzaig, Natalia Díaz y Otto Guevara opuestos a vacunación obligatoria para ingresar a comercios” (La Nación): de igual manera, rompe la objetividad al incluir en la nota nada más la posición de candidatos con una opinión y una posición política definida muy clara.

Tres de las 36 notas (8,3%), por su parte, alcanzaron una calificación media, siendo conceptualizadas así, porque:

- “Rolando Araya reta a José María Figueres” (Diario Extra): la nota toma como ciertas y afirma las declaraciones de Rolando Araya, sin consultar a su contraparte.
 - ‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres (La Nación): la nota toma como ciertas la posición de situaciones ocurridas, en otro país, para generar opinión.
 - “Equipo de Figueres sospecha que invitado sabotó encuentro virtual con candidato” (La Nación): aunque, en la nota, no se toman como ciertas las declaraciones del equipo de comunicación del candidato, se considera que se le ofreció un espacio amplio, que vulnera la objetividad del contenido.
- Sobre cada nota, algunas observaciones que se consideraron oportunas, tras el análisis puntual y en el momento, fueron los siguientes:
 1. “TSE da banderazo de salida a carrera electoral de 26 candidatos” (CRHoy.com): Se consideró que los párrafos correspondientes a los estados auditados tuvieron que formar parte de otra nota, ya que a este texto no le aportan nada en lo absoluto.
 2. “Gobierno no puede publicitar obras, a partir de este jueves” (CRHoy.com): El título, aunque correcto, pudo haber sido más explícito y explicativo, le faltó fuerza y datos relevantes.
 3. “TSE advierte sobre reglas y requisitos para encuestas de cara a elecciones 2022”, (CRHoy.com): El título pudo haberse mejorado para tener un dato gancho, mientras que, al cierre, se le pudo haber incluido un dato relacionado con las multas.
 4. “presidente del TSE continúa en su cargo, al inicio de campaña”, (CRHoy.com): El lead es deficiente, porque no procura el entendimiento de la noticia, desde el inicio, además que los insertos aunque aportan datos, les falta relevancia.
 5. “Dos candidatos inician campaña con expedientes abiertos en Fiscalía” (CRHoy.com): Se consideró que el cierre de la nota pudo contener datos más generalizados sobre los candidatos y no, específicamente, sobre uno solo.

6. “Partidos tienen hasta el 22 de octubre para solicitar inscripciones de candidaturas”, (CRHoy.com):
Se pudieron añadir insertos, que favorecerían la credibilidad del texto, así como las fuentes, que, aunque presumidas, no se indicaron.
7. “Partido de Piza no fue inscrito para elecciones del año 2022”, (CRHoy.com):
Se considera que el cierre pudo haber tenido una mayor generalidad sobre el tema y no sobre un partido específico, del que no hace referencia el cuerpo de la nota, además faltó incorporar las voces de los participantes.
8. “Figueres define 12 ejes prioritarios para su plan de gobierno”, (CRHoy.com):
Aunque la nota presenta fuentes y voces, no están incluidas como insertos, lo que hubiese dado mayor peso a las declaraciones incluidas.
9. “TSE aprueba fideicomiso por 1000 millones al PUSC” (CRHoy.com):
Nota perfectamente balanceada y construida.
10. VIDEO: “Figueres acusa a familiares de "violencia patrimonial" contra su mamá” (CRHoy.com):
El cierre de la nota pudo contar con un dato de mayor fuerza, que brindará algo más de información con relevancia.
11. “José María Villalta anuncia su candidatura a la presidencia para el año 2022” (Delfino.cr):
La nota no genera ningún aporte, además que brinda datos que no se consideran necesarios ni fundamentales para el tema, en cuestión.
12. “Patricia Mora y Gerardo Hernández completan fórmula presidencial de José María Villalta”. (Delfino.cr):
El cierre cuenta con datos generales que no, necesariamente, serían utilizados para este fin.

13. “Partido de los Trabajadores elige a Jhon Vega como candidato presidencial.” (Delfino.cr):
El cierre pudo contener información, con algún dato más llamativo, para concluir la nota periodística.
14. “TSE convoca a elecciones 2022: "Vote o no vote usted, habrá nuevo gobierno en mayo próximo.” (Delfino.cr):
Existen datos que se pudieron explicar mejor, ampliarse o mejorarse para un mayor entendimiento de la nota.
15. “La cantidad de candidaturas no aumentará el monto de deuda política.” (Delfino.cr):
Aunque toda la información aportada es importante, se percibe que existen datos, que pudieron omitirse para mejorar la fluidez y entendimiento de ésta.
16. “Zoom Electoral: Espacio televisivo ofrecerá análisis político de cara a elecciones en 2022.” (Delfino.cr):
Pese a tener unas aparentes declaraciones, pudo haber tenido insertos de mayor peso, principalmente, al cierre de la nota.
17. “Obligan partidos a justificar origen de donaciones.” (Diario Extra):
Los dos primeros párrafos de la nota pudieron consolidarse en uno solo para formar un lead mucho más robusto, y que permitiera un mejor entendimiento del contenido, desde el principio. El uso de subtítulos es un buen recurso para la distribución de los datos, dentro de la pirámide invertida.
18. “Partidos dan banderazo a campaña electoral.” (Diario Extra):
Pese a tener pluralidad de voces en la nota, no sólo referente a los candidatos sino también a los partidos, se nota una preferencia por brindar mayor espacio a ciertos partidos políticos, principalmente, a los que tienen una mayor relevancia nacional.
19. “Rolando Araya reta a José María Figueres.” (Diario Extra):
El cierre de la nota es pobre, en el cuerpo había datos, que pudieron servir mejor para este fin, además se nota una tendencia sensacionalista en la forma del texto.

20. “Elecciones nacionales costarán $\text{¢}6.000$ mills”. (Diario Extra):
Esta nota es una transcripción de una entrevista realizada por un programa de Extra TV, sin embargo, se pudieron recolectar los datos más relevantes, generar una nota más condensada y no tan extensa.
21. “Oficialmente arranca campaña electoral.” (Diario Extra):
El primer y segundo párrafo pudieron haber creado un lead con muchísima mayor fuerza.
22. “Candidatos de acuerdo con regular plataformas de transporte.” (Diario Extra):
En cuanto a la jerarquización de datos, se pudo haber ubicado el relato de los precandidatos, por su nivel de relevancia nacional.
23. “Segunda ronda costaría $\text{¢}2.600$ mills.” (Diario Extra):
La distribución de los contenidos con subtítulos favorecen la comprensión del hecho noticioso.
24. “No es cierto que tenemos una sola Costa Rica” (Diario Extra):
Esta nota, al ser una entrevista, se pudo extraer del programa los datos más importantes, resumirlos y brindar un texto más periodístico.
25. “Partidos y candidatos rechazan vacunación obligatoria.” (Diario Extra):
Una nota en apariencia muy bien balanceada, exceptuando por la falta de voces, con una opinión opositora a la expuesta.
26. Nacionales: “Partidos a enamorar cantones fuera de la GAM.” (Diario Extra):
Se brinda exceso de datos en algunos párrafos, lo que podría provocar una mala interpretación o entendimiento de algunas informaciones.
27. “11 candidatos presidenciales se han postulado hasta 6 veces.” (La Nación):
Únicamente, hicieron falta insertos para conocer la posición de los candidatos, en especial, aquéllos que tienen una mayor cantidad de postulaciones presidenciales o los que, en este momento, cuentan con una doble postulación.

28. “TSE exige revelar quién paga las encuestas de elecciones de 2022.” (La Nación): Aunque los subtítulos ayudan a distribuir mejor el contenido, dentro del cuerpo de la nota, considero que el tema de las multas debió tener una mayor relevancia, dentro de la jerarquización de datos.
29. ‘Partidos de vapor’, el fenómeno que refleja una papeleta presidencial cargada de nombres (La Nación): Aunque la nota está en apariencia bien construida, el hecho de incluir un supuesto término utilizado sólo en Guatemala influye en la comprensión de la nota, en general.
30. “José María Figueres propone ‘un rebalance de las cargas sociales’ para enfrentar desequilibrio fiscal.” (La Nación): Aunque Figueres afirma algunos datos sobre la situación del país, no fueron corroborados por la periodista, sino dados por ciertos.
31. “Equipo de Figueres sospecha que invitado sabotó encuentro virtual con candidato.” (La Nación): Para haber logrado la objetividad y una mejor relación con el hecho noticioso, era importante que el medio consultara a expertos en ciberseguridad, para conocer si lo expuesto por Roverssi era cierto o posible.
32. “TSE prevé ¢2.600 millones para segunda ronda electoral.” (La Nación): El dato del porcentaje correspondiente al presupuesto, incluido en el lead, pudo formar parte de un párrafo aparte o bien estar al final de éste, además, en el penúltimo, se debió ejemplificar con los 17 candidatos, o al menos, los mejor puntuados.
33. “Lineth Saborío financiará campaña con crédito del BCT por ¢1.050 millones.” (La Nación): La nota en apariencia está bien construida.
34. “Eli Feinzaig, Natalia Díaz y Otto Guevara opuestos a vacunación obligatoria para ingresar a comercios.” (La Nación): Se considera que se pudo incluir información sobre la necesidad o no, científicamente

hablando, de la necesidad de solicitar el carné de vacunación, con el fin de brindar puntos de vista más globalizados.

35. José María Figueres: “A mi madre la dejaron sin un cinco.” (La Nación):
Se encuentra un párrafo con deficiencias gramaticales y un dequeísmo.
36. “TSE avala candidatura de Fabricio Alvarado al cargo de diputado.” (La Nación):
El cierre pudo tener una referencia más puntual al tema, propiamente, mientras que el antepenúltimo párrafo es poco claro, en cuanto a la fecha estipulada.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se enumeran los principales puntos concluyentes encontrados y recomendaciones propuestas, tras el proceso de recolección de información teórica, entrevistas realizadas a periodistas y el análisis de las notas periodísticas seleccionadas para calificar con la herramienta generada:

Conclusiones

- Sobre los puntos de vista de periodistas costarricenses, considerados para robustecer la evaluación de la rigurosidad y calificación de hechos noticiosos, se recapitula que gracias a este formulario se logró identificar:
 - El gancho periodístico tiene mayor relevancia que la longitud, a la hora de escribir un título periodístico.
 - Las bajadillas dividieron casi a la mitad a los periodistas consultados, por tanto, se determinó calificarlas sólo en casos, donde se usan.
 - Un 75% de los periodistas determinó que un lead, correctamente construido, tiene al menos cuatro de las seis preguntas periodísticas, que este elemento puede responder.
 - El 100% de las personas consultadas considera que la pirámide invertida es un recurso vigente, tres de ellos creen que, aunque vigente, debe innovar.
 - Aunque en apariencia lógica, los periodistas determinaron que la noticia tiene relación con hechos novedosos, nuevos o no revelados hasta el momento.
 - De forma unánime, los 15 periodistas determinaron que el enfoque debe ser siempre novedoso, las notas tienen que escribirse en la tercera persona del singular, el uso de insertos es siempre importante, así como el balance.
 - Se determinó que el contexto sí es importante, en un 73,3% siempre importante, mientras que cuatro de 15 consideraron que, en algunas oportunidades.
 - Una gran mayoría de los consultados determinó que ser un periodista titulado, es fundamental para el correcto ejercicio de la profesión.
 - Un 73,3% de los periodistas consideró que los errores ortográficos sí influyen en el entendimiento de los relatos escritos, siendo la misma cantidad de

profesionales que indicó que las notas periodísticas deben tener una pluralidad de voces para un balance correcto.

- El 60% de los consultados determinó que la editorialización, adjetivación y tergiversación de los datos influyen, definitivamente, en el entendimiento de los hechos narrados, mientras que un 40% eligió que esto podría aplicar.
 - Sobre las imágenes (fotografías y vídeos), ocho de 15 periodistas opinó que el contenido visual incluido en las notas periodísticas influye en el entendimiento de los hechos narrados, contra siete que consideró que esto podría, eventualmente, aplicar.
- Sobre los componentes periodísticos utilizados por los medios escritos CRHoy.com, Delfino.cr, Diario Extra y La Nación, se examinó —de forma generalizada— lo siguiente:
 - Con una nota de 7,44, los títulos de las notas se consideran regulares, debido a su falta de gancho periodístico, lo que podría provocar falta de interés en el consumidor, sin atraparlos, ni crear curiosidad ni motivar por sí solos la lectura.
 - Las bajadillas se calificaron como buenas, con un puntaje de 8,32. Importante destacar que menos del 70% de las notas las utilizaron, con cerca de una tasa del 42% con un uso efectivo de ellas.
 - Los tres puntos que calificaron el lead, obtuvieron una nota ponderada buena de 8,68, el 88,9% de las publicaciones con una extensión que demuestra una cantidad de palabras correcta e ideas con síntesis; el 94,4% fue entendible, claro y con información relevante; mientras que nada más siete de las 36 notas respondieron a la cantidad de W recomendadas.
 - Por su parte, mientras los insertos utilizados lograron una calificación regular, con una nota de 7,47, en 22 publicaciones se usaron de forma correcta (los insertos revelaron información determinante), en contraposición de 10 que no utilizaron; la pluralidad de voces alcanzó 6,83 puntos para considerarse como regular, es decir, cerca del 72% de las notas no incluyó voces o éstas fueron únicas y centralizadas.
 - En 27 de las 36 notas, todos los elementos incluidos fueron considerados como fundamentales para el entendimiento de los hechos narrados, alcanzando así una calificación excelente con 9,03 puntos.

- El contexto brindado por las notas para su entendimiento alcanzó 9,61 puntos, calificando este punto como excelente.
- Sobre el nivel de adjetivación y la editorialización de los contenidos, ambos rubros ponderados se calificaron como excelentes, con 9,86 puntos. En esto, la no adjetivación (entendiéndolo positivamente) hace referencia a la no calificación de los hechos para la persuasión de los hechos, la no editorialización se refiere a la no generación de conjeturas propias o de otras personas tomadas como ciertas.
- El último párrafo o los últimos datos brindados por las notas, sumó un puntaje de 8,25, para ser considerado como bueno, esto gracias a incluir un dato o información secundaria para darles fin a los hechos narrados.
- 35 notas fueron escritas por periodistas, lo que, técnicamente, debería asegurar un uso correcto de datos, elementos y un dominio técnico profesional del oficio, alcanzando este rubro la excelencia.
- Debido a la cercanía de los posibles lectores con los personajes, el tema o consideraciones geográficas, la proximidad de hechos noticiosos se consideró como excelente, con una de 10 de 10.
- La trascendencia de las noticias abordadas se consideró como buena, es decir, los hechos tuvieron o pueden tener una gran repercusión en la vida de las personas, principalmente, por el tema en sí.
- Como en periodismo, el tamaño de los acontecimientos sí importa, la dimensión de datos se calificó como buena, con un puntaje de 8,28.
- Sin recurrir al uso deliberado del sensacionalismo, el abordaje de las noticias, desde un punto de vista emocional, sólo alcanzó una puntuación de 6,64, calificada como aceptable.
- La evolución de los hechos narrados, el abordaje de otros medios sobre el mismo tema de los productos periodísticos se calificó como regular, es decir, el 50% tuvo una alta repercusión en medio, mientras que cerca del 33% una repercusión baja.
- Se determinó que el puntaje relacionado con la jerarquización de datos, dentro del cuerpo de una noticia, fue de 8,86 (buena), es decir, fue el 72,2% de las notas, el que ordenó la información de mayor a menor importancia, de forma correcta.

- Con una calificación de 9,96, la construcción de los párrafos se consideró como excelente, al presentar párrafos independientes y claros.
 - En todos los casos, los hechos relatados presentaban información nueva, es decir, una temporalidad correcta para ser considerados como noticia.
 - El enfoque noticioso obtuvo una calificación de 7,47 (regular), donde la mayoría de las notas (21) abordó los hechos noticiosos de forma similar a otros medios de comunicación, cuatro notas no generaron aportes noticiosos y 11 presentaron enfoques diferentes, con datos relevantes para dar a conocer.
 - El 100% de las notas obtuvo una calificación excelente en persona gramatical empleada para la narración de la noticia (tercera persona del singular), identificando al medio de comunicación, que el periodista representa; de igual manera, fue la misma calificación para el lenguaje, sin usos de tecnicismos ni palabras con alta dificultad para entenderse ; así como, en las 36 notas, no se encontraron errores ortográficos ni uso de lenguaje estereotipado (hubo respeto por el sexo, ideología o razas de las personas).
 - Hablando sobre el contenido visual (fotografías y videos) y los dos puntos que lo calificaron, estos recursos obtuvieron un puntaje ponderado de 9,90, calificándolo como excelente, debido a que no influyeron en el contenido noticioso de la nota y fue respetuoso de los derechos, el respeto y dolor humanos
 - Para finalizar, el no uso deliberado de los elementos emocionales y sensacionales para captar la atención de los consumidores de información, se calificó como excelente, al alcanzar una puntuación total de 9,83.
- Sí es posible generar una evaluación de rigurosidad y calidad periodística para medir los elementos incorporados y faltantes dentro de los relatos noticiosos. De forma generalizada, en el análisis de los datos encontrados, se mostró el puntaje de cada uno de los productos periodísticos elegidos, mientras que, de manera ponderada, por medio, se evaluó con una puntuación final de 9,29 (excelente) las notas de CRHoy.com, con 9,28 (excelente) las notas de La Nación, con 8,73 (bueno) las publicaciones de Diario Extra, mientras que Delfino.cr acumuló 8,52 (bueno).
 - Si se toman en cuenta todas las notas, publicaciones y medios de comunicación examinados, se podría decir que las notas periodísticas relacionadas con la campaña electoral 2021 publicadas en los sitios web de CRHoy.com, Delfino.cr, Diario Extra y La Nación obtuvieron una calificación global ponderada de 8,96, es decir, buena, desde el punto de vista de la construcción, elementos incorporados y niveles percibidos en

diversos temas evaluados, resaltando que cada uno de los productos tuvo deficiencias por resolver e ítems para mejorar.

Recomendaciones

Sobre los componentes periodísticos por sugerir, por su carencia o faltantes, sobre las notas de los medios escritos CRHoy.com, Delfino.cr, Diario Extra y La Nación, para mejorar la rigurosidad y calidad periodística, se recomiendan los siguientes puntos:

- En mejoramiento de los ganchos periodísticos de los titulares de las publicaciones realizadas favorecería la lectura y el compromiso de los consumidores, esto utilizando datos con mayor fuerza o relevancia, desde este elemento.
- Propiciar un mejor análisis de los enfoques podría brindar valor agregado, tanto que el periodista y como el medio de comunicación podrían ofrecer a sus públicos, esto buscando datos u observando situaciones diferenciadas sobre los hechos ocurridos.
- Buscar mejores puntos de vista también podría motivar a otros medios de comunicación a cubrir informaciones y, a su vez, brindar nuevos aportes sobre los acontecimientos noticiosos.
- Aumentando el número de preguntas periodísticas desarrolladas, dentro del lead, pasando al menos a cuatro o más de ellas, mejorará este elemento dentro de la noticia, motivando siempre un uso conciso y claro de éste.
- Aunque, para efectos de esta investigación, el remate obtuvo un resultado positivo, aportar un dato secundario o concluyente más relevante y apegado a los hechos narrados mejoraría el cierre de los productos noticiosos.

Además de esto, es relevante, con carácter de importancia, que los profesores de la Universidad Internacional de las Américas (UIA), principalmente, aquéllos que imparten los cursos de Introducción al Periodismo, Técnicas de Redacción, el periodismo según su tipo, así como Ética y Legislación para Periodismo, brinden todas las herramientas para un ejercicio, deontológicamente correcto de la profesión.

De igual manera, y como recomendación final, tanto los estudiantes como profesionales ya graduados de periodismo de la UIA y otras universidades, está siempre en regirse por las normas éticas del periodismo (colegiadas o aprendidas desde la academia), así como todas las estructuras de titulación, pirámide invertida, balance, uso plural de voces, entre otros, para

asegurar, de esta manera, notas periodísticas con la mayor rigurosidad posible, con normas éticas, morales y deontológicas, debidamente aplicadas.

CAPÍTULO VI PROPUESTA

Problema

Actualmente, el Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación (Colper), los medios de comunicación y el país no cuentan con herramientas de calificación de la calidad y la rigurosidad periodística que, precisamente, permitan evaluar el trabajo periodístico en Costa Rica, pese a que incluso el Colegio cuenta con un Sello de Garantía que, dentro de su reglamento, sugiere a sus suscriptores mantener la calidad y seguir las normativas éticas.

Investigaciones encontradas para este trabajo revelaron que la ciudadanía considera a los propios medios de comunicación: emisores de noticias falsas y noticias carentes de calidad, lo que podría estar impactando, de manera negativa, en la credibilidad no sólo de las empresas periodísticas, sino también de los periodistas.

Parte de la problemática, además, fueron los hallazgos finales de este trabajo. Medios y periodistas que no se ajustan a las estructuras y los elementos del buen ejercicio periodístico, faltando a conceptos básicos como el balance, la inclusión de voces, la falta de criterio para generar títulos efectivos y bajadillas, que respondan a elementos secundarios; incluyendo aquí los objetivos éticos y los códigos en esta materia.

Autores consultados aseguraron regresar al punto de partida del periodismo, mejorando los aspectos básicos del periodismo, desde el punto de vista de la construcción, selección de elementos, la ética y la rigurosidad, permitirían a los medios de comunicación y a los periodistas reencontrarse con la credibilidad.

Justificación

Con la creación e impulso de una herramienta virtualizada y digitalizada, que califique e indique los puntos de mejora de las notas periodísticas, con el fin de lograr la excelencia, se podría favorecer a tener una sociedad mejor informada y con mayores herramientas para la toma de decisiones y la creación de criterio sobre la actualidad del país, de los temas y sobre los hechos noticiosos relatados.

Esta herramienta mejorada, autogestionada y autoadministrada podría ser una guía para mejorar muchos de los aspectos, dentro de las conclusiones y recomendaciones halladas en esta investigación, con la posibilidad, incluso de ser revisada por los propios medios de

comunicación, academia, Colegio y periodistas, y entregar productos con mejores índices de calidad y rigurosidad.

Además de esto, la digitalización y virtualización de esta herramienta permitiría tener datos generales del panorama periodístico del país en temas de rigurosidad, que, eventualmente, podrían servirles a medios para ranquear a sus periodistas o a instituciones para enlistar a los mejores medios de comunicación, según intereses particulares.

En primera instancia, la herramienta de calificación y rigurosidad periodística propuesta para formar parte de esta propuesta sería la siguiente (idéntica a la presentada en este documento):

Construcción.

01. Gancho periodístico del título de la nota	Nivel percibido		
	Bajo (3 pts.)	Medio (7 pts.)	Alto (10 pts.)

02. Extensión del lead	Cantidad de palabras		
	Más de 70 (3 pts.)	Entre 56 y 69 (7 pts.)	Menos de 55 (10 pts.)

03. Pirámide invertida	Nivel de jerarquización de datos			
	Bajo (3 pts.)	Regular (5 pts.)	Bueno (8 pts.)	Excelente (10 pts.)

04. Párrafos	Nivel de percepción de los párrafos
--------------	-------------------------------------

independientes y claros en el cuerpo	Bajo (3 pts.)	Regular (5 pts)	Bueno (8 pts)	Excelente (10 pts)

05. Claridad del lead	Nivel de entendibilidad				
	Nada claro (2 pts)	Poco claro (4 pts)	Algo claro (6 pts)	Claro (8 pts)	Muy claro (10 pts)

06. Temporalidad del hecho noticioso	Nivel de noticiosidad		
	Sin aporte (3 pts)	Refrito (7 pts)	Noticia nueva (10 pts)

07. Enfoque del hecho relatado	Nivel de percepción del enfoque noticioso		
	Sin aporte (3 pts)	Similar a medios (7 pts)	Novedoso (10 pts)

08. Sujeto en el que fue escrito el relato periodístico	Persona gramatical dentro del relato		
	Mix de personas singulares (3 pts)	Primera persona singular (7 pts)	Tercera persona del singular (10 pts)

09. Proximidad del hecho noticioso	Cercanía del relato en materia geográfica, cultural o emocional		
	Nada próximo (3 pts)	Algo próximo (7 pts)	Próximo (10 pts)

10. Trascendencia del hecho noticioso	Nivel de la trascendencia de la noticia		
	Poca trascendencia (3 pts)	Media trascendencia (7 pts)	Alta trascendencia (10 pts)

11. Magnitud del acontecimiento narrado (impacto)	Nivel de la magnitud de la noticia		
	Poca magnitud (3 pts)	Mediana magnitud (7 pts)	Gran magnitud (10 pts)

12. Emocionalidad de la noticia	Posible impacto emocional de la noticia		
	Poco impacto (3 pts)	Mediano impacto (7 pts)	Alto impacto (10 pts)

13. Evolución del acontecimiento	Interés mediático del hecho noticioso		
	Poco interés (3 pts)	Mediano interés (7 pts)	Mucho interés (10 pts)

--	--	--	--

14. Lenguaje empleado en la narración periodística	Tipo de lenguaje utilizado para narrar la noticia		
	Lenguaje técnico (3 pts)	Mix de ambos (7 pts)	Lenguaje común (10 pts)

Elementos.

15. Dobles uves incluidas dentro del lead	Cantidad de preguntas periodísticas resueltas		
	2 o menos (3 pts)	3 (7 pts)	4 o más (10 pts)

16. Utilidad de las bajadillas (siempre que sean incluidas)	Nivel percibido		
	Bajo (3 pts)	Medio (7 pts)	Alto (10 pts)

17. Utilidad de los insertos incluidos	Aporte de los insertos			
	No usó (3 pts)	Bajo (5 pts)	Medio (8 pts)	Alto (10 pts)

18. Todos los	Nivel percibido de los elementos y el entendimiento
---------------	---

elementos incorporados aportan al entendimiento de la noticia	Algunos (3 pts)	Casi todos (7 pts)	Todos (10 pts)

19. El remate cierra la noticia y cuenta con un dato concluyente	Uso del remate para cerrar la nota periodística		
	Definitivamente no (3 pts)	Pudo mejorar (7 pts)	Definitivamente sí (10 pts)

20. Brinda contexto del hecho narrado	Percepción del contexto brindado					
	No brinda (0 pts)	Muy bajo (2 pts)	Bajo (4 pts)	Medio (6 pts)	Moderado (8 pts)	Alto (10 pts)

Ética.

21. Dominio técnico del periodismo	Formación de la persona que firma la noticia		
	El redactor no es periodista (3 pts.)	Periodista en formación (7 pts.)	Periodista titulado en cualquier grado (10 pts.)

22. Adjetivación de los hechos narrados	Nivel de adjetivación				
	Alto (2 pts.)	Considerable (4 pts.)	Medio (6 pts.)	Poco (8 pts.)	Nada (10 pts.)

23. Dominio de las normas de ortografía	Porcentaje de errores ortográficos					
	50% (0 pts.)	40% (2 pts.)	30% (4 pts.)	20% (6 pts.)	10% (8 pts.)	0% (10 pts.)

24. Juicios de valor y opiniones dentro de las notas	Nivel de editorialización de las notas		
	Muy editorializada (3 pts.)	Poco editorializada (7 pts.)	Nada editorializada (10 pts.)

25. Cantidad de fuentes utilizadas	Pluralidad de voces en una nota		
	No se utilizaron insertos (3 pts.)	Una única y centralizada voz (7 pts.)	Pluralidad de voces (10 pts.)

26. Los datos incluidos cuentan, al menos, con una fuente identificada	Verificación de datos		
	No (3 pts.)	Algunos (7 pts.)	Sí (10 pts.)

27. Tergiversación de los datos incluidos dentro de	Nivel de percepción		
	Alto (3 pts.)	Medio (7 pts.)	Bajo (10 pts.)

una nota			
----------	--	--	--

28. El contenido visual incluido influye en el relato periodístico	Nivel de percepción		
	Mucho (3 pts.)	Poco (7 pts.)	Nada (10 pts.)

29. El contenido visual es respetuoso de los derechos, el respeto y dolor humanos	Nivel de percepción		
	No (3 pts.)	Algo (7 pts.)	Sí (10 pts.)

30. Uso de palabras y representaciones esquemáticas de grupos sociales	Uso de lenguaje estereotipado		
	Sí (3 pts.)	Poco (7 pts.)	Nada (10 pts.)

31. El relato está narrado con un tono sensacionalista	Percepción del sensacionalismo		
	Sí (3 pts.)	Poco (7 pts.)	No (10 pts.)

32. Los elementos y	Nivel de percepción de la objetividad				
	Muy bajo	Bajo	Medio	Moderado	Alto

la forma empleada	(2 pts.)	(4 pts.)	(6 pts.)	(8 pts.)	(10 pts.)
buscan la objetividad					

Objetivo general

- Virtualizar esta propuesta de herramienta de evaluación de la calidad y rigurosidad periodística para la autogestión y autoadministración de los periodistas y medios de comunicación, con el fin crear puntos de mejora y un listado estilo ranking de medios de comunicación.

Objetivos específicos

- Determinar un dominio web y una plataforma HTML5 para este desarrollo tecnológico, así como un sistema de publicación digital para el modelado y maquillado de la herramienta.
- Visualizar las virtudes y puntos de mejora de las notas periodísticas publicadas por medios de comunicación y periodista, para que, de forma proactiva, se generen notas con mayor rigurosidad.
- Obtener datos, que permitan crear listas con los periodistas y medios de comunicación, generalistas y por segmentos, que están más apegados a la rigurosidad periodística, calificados desde la calidad y la ética.

REFERENCIAS

- Amador, A., Fallas, F. (2012). *La autorregulación como mecanismo para garantizar la calidad de contenido en los medios de comunicación costarricenses*. [Tesis de maestría, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica] Repositorio ReUNED. <https://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/handle/120809/763/La%20autorregulaci%3%b3n%20como%20mecanismo%20para%20garantizar%20la%20calidad%20de%20contenido%20en%20los%20medios%20de%20comunicaci%3%b3n%20costarricenses.pdf>
- Brenes, C., Pérez, R., Siles, I. (2019). *Audiencias noticiosas de medios digitales: redes sociales, WhatsApp y noticias falsas*. Repositorio Kérwá. http://kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/80601/Brenes_Perez_Siles_Informe_Encuesta_2019.pdf
- Calvo, L., Ramos, R., Manfredi, J. (2020). *Periodismo de calidad contra la desinformación: el caso de los especiales de “Heraldo de Aragón”*. *Periodismo de calidad en la era digital*, 73-98. https://drive.google.com/file/d/1m_EkeYJeYu0k20e4W0EMleDj_bTkACzW/view
- Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación (2008). *Reglamento para el otorgamiento del Sello de Garantía del Colegio de Periodistas de Costa Rica*. https://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/dreglamentos/reglamento_sello_garantia.pdf
- Colegio de Periodistas de Costa Rica y Profesionales en Comunicación (2012). *Código de Ética de las y los Profesionales en Comunicación*. https://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo_etica.pdf
- Consejo Nacional de Televisión de Chile (2015). *Valoración de la Ética en Departamentos de Prensa de Televisión*. https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/codigos_deontol_gicos_y_pr_ctica_period_stica.pdf

Darío, J. (2019). *Javier Darío Restrepo resume su búsqueda por lo ético*. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/blogs/javier-dario-restrepo-resume-su-busqueda-por-lo-etico> [fecha de consulta: 26 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/%C3%A9tico> [fecha de consulta: 24 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/comunicación> [fecha de consulta: 10 de noviembre de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/noticia> [fecha de consulta: 26 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/deontolog%C3%ADa> [fecha de consulta: 9 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/posverdad> [fecha de consulta: 24 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/posverdad> [fecha de consulta: 28 de julio de 2021]

Diccionario de la lengua española. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/rigurosidad> [fecha de consulta: 31 de agosto de 2021]

Foro de Periodismo Argentino (n.f.). *Compromiso de Calidad*. <https://www.fopea.org/etica-y-calidad/compromiso-de-calidad/> [fecha de consulta: 24 de julio de 2021]

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (sexta edición). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Iranzo, A., Latorre, T. (2019). *La noticia: manual práctico de redacción*. Universitat Jaume I. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/181827/s149.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Lecaros, M. J. (1988). *Hacia un periodismo de calidad*. Cuadernos.Info, (4-5), 159-175. <http://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/24559/19845>
- Leñero, V, Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. <https://israelleon.files.wordpress.com/2011/09/12855838-manual-de-periodismo-vice-lenero-y-carlos-marin.pdf>
- Macaggi, L. (1991). *Manual del Periodista*. <https://es.slideshare.net/horacioruiz334/manual-del-periodista>
- Maura, G. (2019). *Estudio sobre el tratamiento periodístico de las notas policiales de los diarios populares: Trome y El Popular*. Enero-Febrero. 2019. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5858/MAURA_LG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Medios Públicos EP (2018). *Manual de estilo periodístico de los Medios de Comunicación de Medios Públicos EP* [consultado en el sitio web del periódico El Telégrafo]. <https://www.eltelegrafo.com.ec/images/manual-de-estilo-periodistico-MP-EP.pdf>
- Méndez, M., Pérez, S. (2021). *Naturaleza De La Posverdad. Alcance Del Fenómeno En El Estado De Derecho Y Claves Para Un Periodismo De Calidad*. Medios de comunicación en tiempos de posverdad, 249-273. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/106398/Medios%20y%20comunicaci%c3%b3n%20en%20tiempos%20de%20posverdad.pdf>
- Míguez, S. (2005). *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público*, 2005, ISBN 84-609-6261-X, págs. 489-498. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2539195.pdf>
- Odrizola, J., Rodrigo, I. (2017). *Hacia un periodismo de calidad en Ecuador: perspectivas de periodistas y audiencia*. Cuadernos.info, 41. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2017000200175&script=sci_arttext#aff1

- Palau, D., Gómez, J. (2014). *Calidad y credibilidad, un binomio inexorable para el futuro de los medios*. <https://www.raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/95069/411689>
- Pellegrini, S., Constanza M. (2006). *Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo*. *Palabra-Clave*, 9-1. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64900101.pdf>
- Rodríguez, E., Faveretto, C. (2017). *¿Es rentable el periodismo de calidad? Disposición al pago en Brasil y España*. *Transinformação*, 29-2. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862017000200211&lng=es&tlng=es
- Romero, L., de Casas, P., Torres, Á (2016). *Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales*. *Revista Comunicar*, 49, 91-100. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5657981.pdf>
- Rosales, D.J. (2009). *¿Es el Sello de Garantía del Colegio de Periodistas de Costa Rica una garantía de calidad para los públicos a los cuales se dirige?* [Tesina, Universidad Internacional de las Américas, Costa Rica]. OPAC <http://biblioteca.uia.ac.cr:7807/>
- Society of Professional Journalists (n.f.). *Sociedad de Periodistas Profesionales Código de Ética*. <https://www.spj.org/ethicscodeSP.asp> [fecha de consulta: 26 de julio de 2021]
- Torres, J. (2004). *El rigor: garantía para los periodistas, credibilidad para los medios y esperanza para los ciudadanos*. <https://www.redalyc.org/pdf/649/64901105.pdf>
- Universidad Estatal a Distancia (n.f.). *Instrumentos y escalas para la creación de evaluaciones*. https://multimedia.uned.ac.cr/pem/recursos_pace/c-instrumentos-escala-calificacion.html
- Villamarín, J. (2013). *Estándares de calidad de la información y democracia de calidad*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 122, 2013, pp. 23-30. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7971/2/REXTN-CH122.pdf>
- Zepeda, J., Prieto, D. (2007). *Sobre el periodismo, la ética y la democracia*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 99, 2007, pp. 4-9. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057449001>
- Zurbano, B., García-Gordillo, M. (2017). *Propuesta metodológica para la evaluación de la calidad deontológica de las noticias sobre violencias contra las mujeres*. *Communication & Society* 30(1), 73-85.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/60794/20170119135315.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Preguntas para las encuestas

Link del formulario: <https://forms.gle/vojHjRoC8SHNntS26>):

1. ¿Qué es más importante a la hora de redactar un titular?
 - Opciones por seleccionar: longitud, gancho periodístico.
2. ¿Considera las bajadillas indispensables en un texto periodístico?
 - Opciones por seleccionar: sí, siempre, no son necesarias.
3. ¿Cuánto es el mínimo de respuestas periodísticas que debe resolver un lead?
 - Opciones por seleccionar: 2, 3, 4, 5.
4. Considera la estructura de la pirámide invertida como vigente y de utilidad hoy día
 - Opciones por seleccionar: sí, no, se debe innovar.
5. Por noticia qué se entiende (?)
 - Opciones por seleccionar: información nueva, hechos no conocidos, cualquier información de valor.
6. Como periodista, ¿cuál enfoque podría considerar como importante?
 - Opciones por seleccionar: los novedosos, los que abordan los medios, de forma general.
7. ¿En qué persona gramatical prefiere escribir sus relatos o hechos periodísticos?
 - Opciones por seleccionar: primera persona del singular, tercera persona del singular.
8. ¿Qué tan importantes considera los insertos, dentro de un relato periodístico?
 - Opciones por seleccionar: importantes, poco importantes, nada importantes.
9. ¿Considera importante que el relato periodístico contenga el contexto de lo narrado?

- Opciones por seleccionar: sí, no, algunas veces.
10. ¿Considera que deberían ser los periodistas las únicas personas que deban ofrecer productos catalogados como periodísticos?
- Opciones por seleccionar: sí, no, algunas veces.
11. ¿Considera que los errores ortográficos influyen de forma negativa en los contenidos periodísticos?
- Opciones por seleccionar: sí influyen, no influyen.
12. ¿Considera el balance importante dentro de las notas periodísticas?
- Opciones por seleccionar: sí, no.
13. Cantidad de fuentes por considerar, dentro de un relato.
- Opciones por seleccionar: al menos una, pluralidad de fuentes.
14. ¿Considera que la editorialización, adjetivación y tergiversación de los datos influyen en el entendimiento de los hechos narrados?
- Opciones por seleccionar: influye mucho, no influye, podría influir.
15. ¿Considera que el contenido visual incluido en las notas periodísticas, fotografías o vídeos, influyen en el entendimiento de los hechos narrados?
- Opciones por seleccionar: sí, no, podría influir.

Notas elegidas para evaluar

CRHoy.com.

Nota 1:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/video-figueres-acusa-a-familiares-de-violencia-patrimonial-contra-su-mama/>

Nota 2:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/tse-aprueba-fideicomiso-por-1-000-millones-al-pusc/>

Nota 3:

<https://www.crhoy.com/nacionales/figueres-define-12-ejes-prioritarios-para-su-plan-de-gobierno/>

Nota 4:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/partido-de-piza-no-fue-inscrito-para-elecciones-del-2022/>

Nota 5:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/partidos-tienen-hasta-el-22-de-octubre-para-solicitar-inscripcion-de-candidaturas/>

Nota 6:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/dos-candidatos-inician-campana-con-expedientes-abiertos-en-fiscalia/>

Nota 7:

<https://www.crhoy.com/nacionales/politica/presidente-del-tse-continua-en-su-cargo-al-inicio-de-campana/>

Nota 8:

<https://www.crhoy.com/sin-categoria/gobierno-no-puede-publicitar-obras-a-partir-de-este-jueves/>

Nota 9:

<https://www.crhoy.com/nacionales/tse-advierte-sobre-reglas-y-requisitos-para-encuestas-de-cara-a-elecciones-2022/>

Nota 10:

<https://www.crhoy.com/nacionales/tse-da-banderazo-de-salida-a-carrera-electoral-de-26-candidatos/>

Diario Extra.

Nota 1:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461217/obligan-partidos-a-justificar-origen-de-donaciones>

Nota 2:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461335/partidos-dan-banderazo-a-campa-a-electoral>

Nota 3:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461406/rolando-araya-reta-a-jos-mar-a-figueres>

Nota 4:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461486/elecciones-nacionales-costar-n-6-000-mills->

Nota 5:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461589/oficialmente-arranca-campa-a-electoral>

Nota 6:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/461939/candidatos-de-acuerdo-con-regular-plataformas-de-transporte>

Nota 7:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/462034/segunda-ronda-costar-a-2-600-mills->

Nota 8:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/462166/partidos-y-candidatos-rechazan-vacunaci-n-obligatoria>

Nota 9:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/462182/-no-es-cierto-que-tenemos-una-sola-costa-rica->

Nota 10:

<https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/462264/partidos-a-enamorar-cantones-fuera-del-gam>

Delfino.cr.

Nota 1:

<https://delfino.cr/2021/10/patricia-mora-y-gerardo-hernandez-completan-formula-presidencial-de-jose-maria-villalta>

Nota 2:

<https://delfino.cr/2021/10/partido-de-los-trabajadores-elige-a-jhon-vega-como-candidato-presidencial>

Nota 3:

<https://delfino.cr/2021/10/tse-convoca-a-elecciones-2022-vote-o-no-vote-usted-habra-nuevo-gobierno-en-mayo-proximo>

Nota 4:

<https://delfino.cr/2021/10/zoom-electoral-espacio-televisivo-ofrecera-analisis-politico-de-cara-a-elecciones-en-2022>

Nota 5:

<https://delfino.cr/2021/10/la-cantidad-de-candidaturas-no-aumentara-el-monto-de-deuda-politica>

Nota 6:

<https://delfino.cr/2021/10/jose-maria-villalta-anuncia-su-candidatura-a-la-presidencia-para-el-2022>

La Nación.

Nota 1:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/jose-maria-figueres-a-mi-madre-la-dejaron-sin-un/RKL77FHWUNFQ7MYHNR2LSWKCIA/story/>

Nota 2:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/eli-feinzag-y-otto-guevara-opuestos-a-vacunacion/ID73JSAUTNHTFL2QZNTCCUIOP4/story/>

Nota 3:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/campana-de-lineth-saborio-se-financiara-con/RP5645ESG5DZFNQTJ6VOTKYR2A/story/>

Nota 4:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-avala-candidatura-de-fabricio-alvarado-al/DKMWSQKI3RELJMHHSNM26YSLGY/story/>

Nota 5:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/equipo-de-figueres-sospecha-que-invitado-saboteo/R5NINBXXZIRHH3F4BZ2RPYOGRIU/story/>

Nota 6:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-preve-2600-millones-para-segunda-ronda/CH6PXHV3TRCKZLCWZKDRL2BG64/story/>

Nota 7:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/surgimiento-de-27-candidatos-presidenciales/APARSNPOOREVDMQYWDUYL2Y4QI/story/>

Nota 8:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/jose-maria-figueres-propone-un-rebalance-de-las/JAMOE02XZBFEDF72WHGRVL44VM/story/>

Nota 9:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/11-candidatos-presidenciales-se-han-postulado/QPAXZQFUMZHCZEQC2JGDZUL6MI/story/>

Nota 10:

<https://www.nacion.com/el-pais/politica/tse-exige-revelar-quien-paga-las-encuestas-de/7OJQAQE6FBDVPO7RKRAGVKWMMQ/story/>

Insumos para análisis

Análisis de notas periodísticas

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/10GyMpLAIjrfSHNiqLupnzgTygnfAsksqfXdNQThsD6k/edit#gid=0>

Respuesta al formulario de periodistas

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/10GyMpLAIjrfSHNiqLupnzgTygnfAsksqfXdNQThsD6k/edit#gid=1146111>