

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**ESCUELA DE PERIODISMO**

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**Título de la investigación:**

**ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO DE LAS NOTICIAS DE LOS  
MEDIOS DIGITALES ALTERNATIVOS NO PASA NADA EN SU SECCIÓN  
‘WELCOME TO CHEPE’ Y LA HORA TICA EN SU SECCIÓN ‘DAWIK’  
RELACIONADAS CON LA FIGURA MEDIÁTICA DEL PRESIDENTE RODRIGO  
CHAVES DURANTE EL PERÍODO COMPRENDIDO ENTRE AGOSTO Y  
DICIEMBRE DE 2023**

**Autores:**

**Andrés Díaz Bermúdez**

**Andrey Zúñiga Vega**

**Tutora:**

**Carolyn Mora Hernández**

**Aranjuez, San José, diciembre, 2024**

### **Dedicatoria Andrés Díaz Bermúdez**

Quiero dedicar este trabajo a mi mamá y mi abuela, quienes siempre han estado presentes para mí, siendo pilares fundamentales en mi vida. Me han apoyado en cada paso que he dado, sin importar si había un rumbo o un destino, sin juzgar las circunstancias ni los motivos.

También quiero mencionar a mis hermanas; ambas siempre me han brindado su apoyo incondicional y cariño en cada etapa que he decidido emprender, siendo un soporte importante y un lugar para aterrizar en los momentos difíciles.

Asimismo, no puedo dejar de mencionar a mi tío y mi padrastro, quienes, desde donde han podido, me han brindado su apoyo. Desde niño, mi padrastro estuvo presente, quien junto con mi tío han representado la referencia paterna que moldeó mi vida.

Finalmente, y no menos importante, mi dedicatoria también es para mi abuelo, quien, aunque hace tiempo no se encuentra entre nosotros, sigo aprendiendo de él. Me gusta pensar que me acompañó durante este proceso a través de la banda sonora que retumbó durante las largas sesiones de redacción e investigación. A través de la música de The Beatles, Mercedes Sosa, Charly García, y otros tantos, mi abuelo estuvo presente en todo momento.

### **Agradecimientos Andrés Díaz Bermúdez**

Este trabajo es la conclusión de una importante etapa de mi vida, llena de momentos gratificantes y de frustración: risas, llantos, ganas de renunciar, amigos que se quedaron y otros que se fueron. Por ello, quiero agradecer a las personas que formaron parte de este camino de una u otra forma.

Primero quiero agradecer a los profesores que marcaron mi proceso formativo. Algunos, con los que aprendí no solo las formalidades del "teje y maneje" del periodismo, sino también importantes lecciones que trascienden los micrófonos, las cámaras, el papel y el bolígrafo.

Quiero agradecer a mi tutora, Carolyn Mora Hernández, quien me brindó su apoyo durante este proceso y parte de mi trayecto como estudiante. Aunque nunca fue mi docente, la conozco desde hace mucho tiempo y contar con ella en este proceso fue fundamental.

De igual forma, quiero agradecer a los amigos que hice, tanto los que se quedaron como los que se fueron. A los que estuvieron pendientes de este proceso, pero en especial a mi compañero de investigación, Andrey Zúñiga Vega, a quien conozco desde el primer día de universidad. Ha sido un apoyo tanto en lo académico como en lo personal, por lo que le estaré eternamente agradecido.

*“Lo peor que le puede pasar a uno es no creer en nada. Quien no cree en nada se vuelve extranjero de la vida”- Mercedes Sosa.*

## **Dedicatoria Andrey Zúñiga Vega**

En primera instancia, quiero dedicar este trabajo a mis padres, por su amor y apoyo incondicional, el cual fue mi impulso desde aquel lunes 18 de mayo de 2020 que inició la construcción de mi sueño de ser periodista. Mi mamá siempre repite la frase que mi abuelo les solía expresar, “la herencia más grande y valiosa que les puedo dejar es el estudio”, algo que atesoro enormemente y espero retribuirles con esfuerzo para seguir creciendo como profesional y como persona.

También, a mis dos hermanas mayores, quienes con sus consejos y ejemplos de vida formaron parte de este proceso y ayudaron a pavimentar el camino para llegar hasta este punto, así como a mi pequeña ahijada, que se convirtió en un rayo de esperanza, luz e inocencia que alegra mis días.

Por último, a esa persona especial que estuvo en todo el proceso, escuchando mis quejas, pendiente en las madrugadas de trabajos, compartiendo junto a mí lágrimas de tristeza, pero mayormente de alegría, a ella también una dedicatoria notable.

## **Agradecimientos Andrey Zúñiga Vega**

Este trabajo es el reflejo de años de esfuerzo que no se encierran solo en las aulas o en el tiempo frente al ordenador, también en todas las vicisitudes que forjaron más que a un periodista, a un ser humano integral, con un camino largo por delante de errores y aprendizajes.

Quiero agradecer a los profesores que hicieron de la universidad una experiencia más allá de la académica, que pusieron su humanidad, experiencia y trabajo en pro de nuestro crecimiento. A los que se alejaron de los títulos y más que estudiantes, nos veían como colegas, a quienes exigieron el máximo porque desde el primer día vieron nuestro potencial, a ellos una mención muy especial.

A cada grupo de trabajo, compañeros y colegas que encontré en el camino; de cada uno sumé un aprendizaje, pero especialmente a aquellos que traspasaron las aulas y con los que compartí risas, enojos, y desvelos de juegos y conversaciones que atesoraré por siempre.

A nuestra tutora Carolyn Mora Hernández, quien, en estos meses más de 8 meses estuvo siempre pendiente y a disposición para guiarnos, aconsejarnos, corregirnos y también compartir unas cuantas risas para hacer de este proceso una experiencia memorable.

Por último, a mi primer y más querido amigo que dejó esta etapa universitaria, Andrés Díaz Bermúdez, con quien compartí cantidad innumerable de aventuras y trabajos, sin importar la distancia siempre disfrutamos de intercambiar risas y vivencias en una llamada. Ahora culminamos esta investigación juntos y me demuestra lo que se puede lograr con respeto, admiración, empatía y esfuerzo mutuo.

***“La vida es lo que ocurre mientras estás ocupado haciendo otros planes” -John Lennon.***

## **Tabla de contenidos**

Introducción.....	1
CAPÍTULO I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA.....	3
1. Planteamiento del problema .....	3
Pregunta de Investigación.....	5
Hipótesis de investigación .....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos .....	5
Proyecciones.....	6
Justificación .....	7
Delimitación temporal .....	9
Antecedentes Históricos .....	10
Medio de comunicación No Pasa Nada.....	10
Medio de Comunicación La Hora Tica .....	14
Rodrigo Chaves Robles .....	17
Antecedentes de Investigación .....	20
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL .....	28
Tratamiento Periodístico.....	28

Lenguaje periodístico .....	32
Encuadre o “Framing” .....	34
Fuentes de información periodística.....	37
Instrumentos de verificación .....	41
Medios de comunicación digital.....	43
Elementos de la comunicación en medios digitales .....	45
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>53</b>
Tipo de Diseño.....	53
Tipo de Investigación .....	54
Fuentes de Información .....	54
Fuentes Primarias .....	54
Contenido Multimedia.....	55
Fase de recolección de datos .....	57
<b>CAPÍTULO IV. UNIDAD DE ANÁLISIS.....</b>	<b>62</b>
Unidad de análisis 1: Lenguaje.....	63
Tono de lenguaje utilizado.....	65
Uso de adjetivos .....	71
Uso de figuras retóricas o literarias .....	75
Uso de términos coloquiales.....	79
Unidad de análisis 2: Fuentes de información.....	102

Fuentes de información: ‘Welcome To Chepe’ .....	104
Fuentes de información: ‘DaWik’ .....	105
El contexto político en el uso de las fuentes de información .....	107
Unidad de análisis 3: Instrumentos de verificación.....	120
Instrumentos de verificación: ‘Welcome to Chepe’ .....	122
Instrumentos de verificación: ‘DaWik’ .....	124
Condicionantes en aplicación de instrumentos.....	124
Unidad de análisis 4: Encuadre de las noticias.....	126
Juicios de valor .....	127
Contextualización del tema .....	129
Propuestas de solución .....	130
Comparación de actores o eventos .....	132
Atribución de causas.....	133
Unidad de análisis 5: Producción audiovisual.....	148
Proceso creativo.....	150
Plataformas .....	152
Comentarios de los usuarios.....	153
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>163</b>
Conclusiones.....	163
Recomendaciones .....	171

Referencias bibliográficas .....	175
Anexos .....	183

### **Tablas**

Tabla 1: Entrevistas .....	55
Tabla 2: Operacionalización de las variables .....	59
Tabla 3: Análisis de contenido del objetivo 1: Lenguaje periodístico .....	85
Tabla 4: Análisis de contenido del objetivo 2: Fuentes de información .....	113
Tabla 5: Análisis de contenido del objetivo 4: Encuadre.....	134
Tabla 6: Análisis de contenido del objetivo 5: Producción Audiovisual .....	155
Tabla 7: Cronograma .....	183
Tabla 8: Análisis de Contenido.....	185

### **Figuras**

Figura 1: Uso de Tipos de Lenguaje en contenido de ‘Welcome To Chepe’ .....	66
Figura 2: Uso de tipos de lenguaje en contenidos de ‘DaWik’ .....	68
Figura 3: Uso de tipos de adjetivos en contenidos de ‘Welcome To Chepe’ .....	73
Figura 4: Uso de tipos de adjetivos en contenidos de ‘DaWik’ .....	74
Figura 5: Uso de figuras literarias o retóricas en contenidos de ‘Welcome To Chepe’ .....	77
Figura 6: Uso de figuras literarias o retóricas en contenidos de ‘DaWik’ .....	79
Figura 7: Uso de coloquialismos en contenidos de ‘Welcome To Chepe’ .....	81
Figura 8: Uso de coloquialismos en contenidos de ‘DaWik’ .....	82
Figura 9: Propuestas de solución en contenidos de ‘Welcome To Chepe’ .....	130
Figura 10: Propuestas de solución en contenidos de ‘DaWik’ .....	131

## **Anexos**

Anexo 1- Cronograma de trabajo .....	183
Anexo 2 -Instrumento de recolección de información: Análisis de contenido.....	185
Anexo 3. Instrumento entrevista semiestructurada 1. Equipo de No Pasa Nada.....	189
Anexo 4. Instrumento entrevista semiestructurada 2. David Barrientos Villalobos.....	191
Anexo 5. Instrumento entrevista semiestructurada 3. Joseph Fernández Vargas .....	195
Anexo 6. Instrumento entrevista semiestructurada 4. Diego Delfino Machín. ....	197
Anexo 7. Instrumento entrevista semiestructurada 5. Nataly Segura Molina .....	200
Anexo 8. Entrevista semiestructurada 1: P y K. ....	203
Anexo 9. Entrevista semiestructurada 2: D. ....	215
Anexo 10. Entrevista semiestructurada 3: J.....	221
Anexo 11. Entrevista semiestructurada 4: D.D. ....	233
Anexo 12. Entrevista semiestructurada 5: N. ....	249

## Introducción

El presente trabajo académico se centrará en el estudio de dos medios de comunicación que nacen en el núcleo de las redes sociales, como mecanismos de información disruptivos y adaptados a lo que demanda el mundo digital y las nuevas tendencias de comunicación.

Por esto como objetivo principal la investigación propondrá analizar el tratamiento periodístico de los medios No Pasa Nada en su programa *'Welcome To Chepe'* y La Hora Tica en su sección *'DaWik'*, específicamente respecto a las noticias que giran en torno al personaje más mediático del momento en la política costarricense, el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, durante el período determinado que engloba los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre de 2023.

De esta premisa principal se desglosarán otros objetivos por desarrollar, tales como la descripción del lenguaje utilizado por los periodistas de los medios de comunicación, también la identificación de las fuentes de información, así como de los instrumentos de verificación usados para comprobar su autenticidad

Seguidamente, el trabajo buscará determinar los marcos narrativos, de referencia y encuadre utilizados por los medios digitales para tratar las informaciones y amoldarlas al estilo único de su medio, para, por último, contrastar la producción audiovisual de ambos objetos de estudio, que, si bien pueden compartir características, parten de bases distintas en sus programas.

Todo este planteamiento será posible gracias a la metodología cualitativa de investigación, bajo el diseño de Investigación-Acción, el cual busca describir una realidad, así como el desarrollo teórico de distintos elementos que lo componen, los cuales se podrán observar en el Marco Referencial, así como en las unidades de análisis.

Este análisis antes mencionado se expondrá después de la fase de recolección de datos, que consta de dos instrumentos principales. El análisis detallado de 10 contenidos de cada medio de comunicación, así como cinco entrevistas; dos a las fuentes primarias de la

investigación, es decir, los periodistas de No Pasa Nada y la Hora Tica, así como tres entrevistas con expertos que formarán una estructura más sólida y reforzarán con estudio, interpretación, experiencia y datos el presente trabajo.

Finalmente, la investigación buscará sentar bases teóricas sobre medios de comunicación alternativos, así como abrir puertas a nuevas aristas de estudio en el campo del Periodismo que se puedan tratar y resolver en próximos estudios.

## CAPÍTULO I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA

### 1. Planteamiento del problema

La carencia de estudios sobre los medios digitales alterativos y su tratamiento periodístico sobre figuras políticas genera una brecha de desinformación entre las personas que desconfían de estos medios y aquellos que los prefieren por sobre esquemas de comunicación tradicionales en busca de nuevas formas de entretenerse y, a la vez, informarse sobre actualidad política costarricense.

Según una encuesta del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica realizado en el 2023, la confianza de las personas sobre los medios de comunicación es baja, un 67.41% de la población no confía en las estructuras organizativas de comunicación, sin embargo, un 61.41% dice confiar en el trabajo de los periodistas.

Otro dato relevante de la encuesta es que una gran mayoría de personas menciona que los medios no son equilibrados a la hora de presentar una noticia y que solo responden a sus propios intereses.

En la encuesta se habla de medios digitales, pero no de los que nacieron en las redes sociales y trabajan específicamente en estas plataformas sin recurrir a páginas web, televisivos, impresos o radiofónicos.

Aunado a los datos anteriores, se presenta otra problemática: el desinterés marcado y creciente con el paso de los años de los costarricenses por participar en los procesos políticos democráticos. En la pasada primera ronda de las elecciones nacionales, celebrada el 06 de febrero del 2022, el país registró un abstencionismo histórico de 40,65%, según los datos del Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y registrados por el medio Delfino.cr.

Si bien, esto responde a varias causas, una de ellas claramente es la desinformación, algo que le debe preocupar y concierne directamente al periodismo. La población tiene una despreocupación marcada por informarse sobre política, candidatos presidenciales y sus

propuestas, diputaciones y la importancia de ejercer el voto en un país que goza de una de las democracias más saludables de América Latina.

Por lo tanto, hay tres fenómenos claros que tienen relación entre sí y son material para realizar una investigación profunda alrededor del mundo de la comunicación. Primero, la desconfianza creciente de las personas por los medios de comunicación con esquemas tradicionales; segundo; el desconocimiento de plataformas periodísticas nacidas y desarrolladas en redes sociales; y, por último, el desligamiento de los costarricenses por informarse sobre la política nacional, tomando en consideración el escenario político del país.

Bajo esta síntesis, el presente trabajo se desarrolla en el estudio de dos medios de comunicación digitales alternativos, nacidos en la era digital y que realizan su trabajo en plataformas de redes sociales, modelos de comunicación que además basan el grueso de su contenido en analizar e informar sobre la dinámica de la política costarricense, el día a día de los tres poderes de la República y demás actores que son parte de la toma de decisiones que afectan directamente a toda la población del país: No Pasa Nada, con su sección *'Welcome To Chepe'* y La Hora Tica, con su podcast *'DaWik'*.

Para comprender los fenómenos mencionados, la investigación se desarrollará en el estudio de estos medios de comunicación, con todas las definiciones, variables y elementos para entender su dinámica y el tratamiento periodístico que realizan a las noticias relacionadas con la figura mediática y la cara principal del Poder Ejecutivo, el presidente Rodrigo Chaves Robles.

Con análisis de contenido de un determinado período, entrevistas e investigación, se buscará dar forma y fondo a la problemática, para determinar la injerencia de estas nuevas estructuras de comunicación disruptivas en la política costarricense y en buscar atacar la desinformación alrededor de estos temas.

Todo esto dejará una base para llenar el vacío de conocimiento y estudios de los medios de comunicación nacidos en redes sociales, el trabajo de estos y el desplazamiento de las personas por informarse de manera veraz y justa en estas plataformas.

## **Pregunta de Investigación**

¿Cómo es el tratamiento periodístico de las noticias de los medios digitales alternativos No Pasa Nada en su sección *'Welcome to Chepe'* y La Hora Tica en su sección *'DaWik'* relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023?

## **Hipótesis de investigación**

El tratamiento periodístico de los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica funciona como un juego de comunicación política parcializado respecto a las noticias relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.

## **Objetivo General**

Analizar el tratamiento periodístico de las noticias de los medios digitales alternativos No Pasa Nada en su sección *'Welcome to Chepe'* y La Hora Tica en su sección *'DaWik'* relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.

## **Objetivos Específicos**

- Describir el lenguaje periodístico utilizado por los comunicadores de los medios digitales No Pasa Nada en su sección *'Welcome to Chepe'* y La Hora Tica en su sección *'DaWik'* al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023
- Identificar las fuentes de información de los medios digitales No Pasa Nada en su sección *'Welcome to Chepe'* y La Hora Tica en su sección *'DaWik'* utilizadas para el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023

- Determinar los instrumentos de verificación de hechos empleados por los medios digitales No Pasa Nada en su sección '*Welcome to Chepe*' y La Hora Tica en su sección '*DaWik*' en el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023
- Determinar el tipo de encuadre realizado por los medios digitales No Pasa Nada en su sección '*Welcome to Chepe*' y La Hora Tica en su sección '*DaWik*' al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023
- Contrastar la producción audiovisual del tratamiento periodístico empleado por los medios digitales No Pasa Nada en su sección '*Welcome to Chepe*' y La Hora Tica en su sección '*DaWik*' para presentar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023

## **Proyecciones**

La presente investigación propone objetivos alrededor del tratamiento periodístico de dos medios de comunicación y con respecto a los mismos se plantean instrumentos para conseguir resultados, los cuales se desglosarán en este apartado como puntos de referencia para que los autores realicen el trabajo, conscientes de las metas que se quieren alcanzar en beneficio del gremio periodístico y la sociedad.

- La investigación pretende dar una visión distinta del ejercicio del periodismo tradicional, analizando el trabajo que realizan medios de comunicación alternativos.
- Los autores buscan que el trabajo aporte a la teoría sobre las nuevas formas de comunicación y cómo pueden servir para ejercer un periodismo justo;

aunque el lenguaje y las formas de presentar sean distintas, la información puede transmitirla profesionales que buscan captar públicos más diversos mediante estrategias parcializadas, sin entenderlas como algo malo.

- Se trabaja para que, mediante instrumentos de recolección de información, los investigadores respondan a los objetivos planteados y concluyan con un trabajo robusto y completo que presente la metodología de trabajo de medios de comunicación emergentes y sus bases periodísticas como las fuentes de información e instrumentos de verificación de datos.
- Finalmente, los autores desean dejar esta tesis a disposición de toda la sociedad como base de información y respaldo, pero puntualmente para que futuros autores continúen con el estudio del periodismo alternativo aportando nuevas ideas y planteamientos, también para todo aquel del gremio periodístico que quiera utilizar las teorías aquí presentadas, formando así una comunidad colaborativa de investigadores y de estudios entrelazados para sustentar las dinámicas del periodismo de antaño, actual y los cambios que pueda presentar la profesión a futuro.

## **Justificación**

El periodismo funciona como un pilar fundamental en el ejercicio de la democracia de un país, y ambos comparten un elemento sin el cual no podrían existir o funcionar a cabalidad: el derecho fundamental de la libertad de expresión. Tal y como lo expone García (2020), una de las principales garantías del proceso democrático es la libertad de expresión, junto al derecho al sufragio, la búsqueda de la verdad y la autonomía individual, la democracia coexiste y existe gracias a la libertad de expresión.

Y una de las demostraciones del ejercicio de la libertad de expresión y búsqueda de la verdad es el trabajo periodístico dentro de un país democrático. En Costa Rica, la prensa juega un papel fortalecedor y crucial en el sistema de pesos y contra pesos, como un ente

vigilante, neutro y emisor para el pueblo, para que ellos sean los que actúen como jueces del poder.

Según los datos de Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2024), una organización no gubernamental (ONG) dedicada a defender la libertad de prensa, en el estudio *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2024* Costa Rica se ubica en el puesto 26 de 180 naciones en estudio, tres puestos por debajo de su clasificación en 2023 y con un retroceso de 18 lugares con respecto al 2022.

Sobre la base de los datos citados anteriormente, la presente investigación busca analizar el tratamiento periodístico de los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica como una forma de ejercicio de libertad de prensa alternativa en el país y en el abordaje que de la información relacionada con la figura política del presidente Rodrigo Chaves en su gestión gubernamental.

En el estudio se pretende conocer el enfoque de los medios digitales alternativos a las informaciones, entender cómo responden a las necesidades del nuevo periodismo y cómo utilizan las nuevas técnicas narrativas para adaptarse a los tiempos de comunicación y cobertura periodística.

Además, el hecho de que el análisis del tratamiento periodístico de estos medios de comunicación recaiga en el aspecto de la figura mediática del mandatario Chaves se debe al foco de atención y la situación política que ha puesto en discusión la figura del presidente desde que asumió en 2022.

Por la naturaleza de lo que implica presidir un país; existe una atención constante de los medios de comunicación en la figura de un mandatario, sin embargo en el caso de Rodrigo Chaves, el foco de la prensa no solo está en su gestión como jefe de Estado, sino que también, en su forma relacionarse y comunicarse con la prensa y otros sectores del país, así como el contexto político que está viviendo Costa Rica generan que deba ser estudiado debido a la incidencia que tiene en la opinión pública y la agenda informativa del país.

La investigación también busca ampliar los conocimientos sobre las implicaciones del uso de los medios sociales digitales como plataformas de información. No es secreto que

el mundo está en un constante avance tecnológico, lo que implica que dichos adelantos digitales se implementan en varios aspectos de la vida cotidiana, lo que no excluye a las profesiones existentes, y tampoco al periodismo.

El propósito final es presentarlos ante la opinión pública como opciones de canales de comunicación para que los costarricenses se informen en medios que actúan como ejemplo vivo de la transformación tecnológica. Los medios de estudio también fungen como ejemplo del emprendedurismo en la profesión, periodistas que aprovecharon sus habilidades y ya sea de manera individual o en grupo, creando su propio formato y canal de comunicación.

Saucedo y Sánchez (2021) señalando la definición de Casero-Ripollés (2016) explican sobre el emprender en el ámbito periodístico:

Las contribuciones del periodismo emprendedor se encuentran en diferentes áreas, principalmente, puede suponer una renovación laboral, empresarial, de contenidos y democrática. Los medios de los periodistas constituyen una revitalización económica y laboral en todo el sector. Simbolizan una vía alterna para ejercer de manera profesional pues fomenta el autoempleo. Contribuye de manera muy positiva al potenciar la generación de empleo en un entorno que globalmente está siendo complicado. Entonces el periodismo emprendedor emerge refrescantemente en forma de una nueva alternativa laboral (p.84)

A pesar de que no es un tema que se desarrolla en este estudio, se busca que esto quede como registro para toda la comunidad de periodistas que ahora hay un paso más allá del tradicionalismo y hay una nueva realidad, en la cual con la convicción y herramientas óptimas se puede ejercer la profesión desde la “independencia”.

### **Delimitación temporal**

El lapso delimitado para la presente investigación abarca los meses de agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2023; que es consecuente con la importancia de los hechos informativos relacionados con presidente Rodrigo Chaves Robles como figura mediática.

Durante el lapso que comprende los últimos cinco meses del año 2023, el país conoció distintas informaciones de interés público que tuvieron relación con la figura mediática del mandatario Chaves. Entre esas informaciones destacan: los audios filtrados al diario La Nación por parte de la exministra de Comunicación, Patricia Navarro Molina, que sacudieron al Poder Ejecutivo en diciembre de 2023; la denuncia que interpuso el presidente ante el Ministerio Público para frenar la publicación de estos audios, o el anuncio del mandatario en conferencia de prensa para desconvocar de la agenda de la Asamblea Legislativa los proyectos en materia de seguridad presentados por su gobierno.

Estos y otros hechos que sucedieron durante el período delimitado, por la magnitud de su importancia y repercusión para la opinión pública resultan óptimos para el estudio que se pretende realizar en referencia con el tratamiento periodístico que le dan los medios digitales alternativos No Pasa Nada y La Hora Tica al presidente como figura mediática.

### **Antecedentes Históricos**

#### **Medio de comunicación No Pasa Nada**

No Pasa Nada, según Sánchez (2024), es un medio de comunicación digital fundado el 8 de agosto de 2019 por el cineasta costarricense Pietro Cercone Mora, con el objetivo de crear un proyecto enfocado en informar a los jóvenes de entre 18 a 35 años de una forma no tradicional con un estilo fresco e innovador, mediante el uso de las plataformas digitales como YouTube, Instagram, Facebook y Tik Tok.

El proyecto de No Pasa Nada tiene bajo su manto dos canales de YouTube llamados: '*No Pasa Nada*', que trata temas informativos relativos al ámbito internacional y '*No Pasa Nada CR*', que mantiene un enfoque de temas de índole nacional. A través del canal '*No Pasa Nada CR*', el medio emite el programa semanal '*Welcome To Chepe*', el cual repasa temas de trascendencia nacional. También, la plataforma tiene un sitio web donde produce artículos de carácter periodístico.

Además, como menciona Sánchez (2024), el medio tiene una serie de proyectos independientes como '*La Guida*', revista gastronómica y de estilo de vida; '*Pietro Habla*

*Con*, podcast de entrevistas; *Nerdyvana*, revista de tecnología; *Nada de Noche*, dedicado a realizar sesiones musicales en directo; así como un boletín informativo diario. A su vez, No Pasa Nada produce documentales esporádicamente.

También, el proyecto cuenta con material producido exclusivamente para las plataformas de Instagram y Tik Tok como *No solo de fútbol vive el tico*, contenido dirigido a comentar la actualidad del deporte costarricense exceptuando la Primera División masculina de fútbol; y *Chepeando*, segmento de recomendaciones culturales.

No Pasa Nada, como menciona Sánchez (2024) mantiene una línea editorial que no es fija, y que se construye en conjunto con los trabajadores del medio dado que no están marcados por una agenda política en particular.

Cercone (2024) en entrevista con el medio de comunicación La Nación explicó sobre la línea editorial de No Pasa Nada: “La idea es que todo el mundo pueda comunicar de cierta u otra manera su forma ver (sic) el mundo” (párr.32).

El medio suele utilizar un lenguaje coloquial junto con recursos humorísticos relacionados con la idiosincrasia de la cultura del Internet, o como se les conoce informalmente, 'memes', mayoritariamente haciendo referencia a la cultura popular costarricense.

Sánchez (2024) indica que Pietro Cercone comentó que el nombre del medio corresponde a una frase que le solía decir su padre, Marco Cercone. El cineasta aseguró que su progenitor le repetía “no pasa nada” ante momentos adversos o tormentosos que son complejos de asimilar.

Inicialmente, No Pasa Nada tenía como propósito llevar a cabo proyectos de tipo audiovisual como las producciones que realizan los medios de comunicación estadounidenses Vice o Box Media. Además, dichos contenidos iniciales trataban temas de la agenda de información internacional. Con esta idea presente, el medio produce su primer contenido audiovisual llamado *Lo Importante*, un programa diario dedicado a temas de relevancia fuera de las fronteras de Costa Rica.

Cuando el medio, según lo extraído de Sánchez (2024), inició a producir su primer programa, solo contaban con 3 trabajadores: Su fundador y director, Pietro Cercone; el productor y periodista, Kenneth Baldí y el periodista Jovel Álvarez; quien presentaba el espacio *'Lo Importante'*. En primera instancia, los contenidos eran subidos solo a las plataformas YouTube e Instagram.

Tras la llegada de la pandemia de COVID-19 en marzo del año 2020, No Pasa Nada da un giro en relación con su contenido y comienza a cubrir temas de interés nacional debido a la crítica situación que vivía Costa Rica.

En esta entrevista con el medio de comunicación La Nación, Cercone (2024) comentó: “Nosotros nunca quisimos hablar de Costa Rica, al principio. Quisimos hablar del mundo y otras cosas porque sentíamos que estábamos haciendo fila detrás de otros medios” (párr.18).

El panorama cambió, y en un video titulado *“Tenemos que hablar...”* subido al canal de YouTube del medio, Cercone (2020) explicó a su audiencia que debido a la situación extraordinaria que estaba viviendo el planeta con la pandemia, el contenido del proyecto abordará temas de actualidad nacional.

El 29 de marzo de 2020 No Pasa Nada publica el primer episodio de su programa *'Welcome To Chepe'*, espacio que está orientado a informar a los seguidores del medio sobre la información de mayor trascendencia en Costa Rica.

El periodista y productor Kenneth Baldí, según No Pasa Nada (2022), se hizo cargo de conducir el espacio desde su inicio. Según contó Baldí en un video titulado *“NO PASA NADA LIVE | TERCER ANIVERSARIO 2022”* subido al canal de YouTube del medio con fecha del 1 de septiembre de 2022, el nombre *'Welcome To Chepe'*, se origina de una broma interna, porque el comunicador hizo amistad con unos turistas estadounidenses que se encontraban visitando San José, Costa Rica. Baldí cuenta en clave de humor que los norteamericanos le preguntaban sobre diversas situaciones que pasaban en la capital del país que para ellos no tenían ningún sentido. Baldí, sin tener una respuesta lógica para los cuestionamientos que se hacían sus amigos únicamente se limitó a contestarles en inglés:

“Welcome to Chepe” (Bienvenidos a Chepe). El periodista, además, utilizó la forma coloquial con la que los costarricenses se refieren a San José.

Como se mencionó, *‘Welcome To Chepe’* es un programa que aborda de manera exclusiva temáticas referentes a la realidad de Costa Rica, entre las que se incluyen temas en materia política, social, económica, de salud o cultural. Si bien, en ocasiones tratan temas complejos, siempre utilizan el humor y un lenguaje más cotidiano y juvenil para aligerar los tópicos.

Sánchez (2024) menciona que el 17 de septiembre de 2022, Kenneth Baldí abandona No Pasa Nada. Como medida temporal Pietro Cercone y el periodista Sergio Salazar condujeron *‘Welcome To Chepe’* durante varias semanas. Desde el 11 de marzo de 2023 hasta la actualidad, la presentadora del espacio es la periodista Karol Quesada Noguera.

A nivel de planilla, según Cercone (2024) No Pasa Nada actualmente cuenta con 12 colaboradores en sus filas. El perfil oficial del medio en la plataforma digital LinkedIn (2024) detalla que No Pasa Nada cuenta con: dos periodistas, un productor, una embajadora de marca y una presentadora de podcast. Los puestos de los otros ocho colaboradores no se detallan.

También, según mencionó Cercone (2024) el proyecto cuenta con 2 editores de contenido. En la plataforma LinkedIn (2024) el único puesto directivo que se destaca es el de director ejecutivo en el que se posiciona Pietro Cercone.

Por otro lado, la estructura de financiación de No Pasa Nada se basa en tres ejes principales. El primero es la venta de suscripciones digitales en la plataforma Patreon. En dicha plataforma los creadores de contenido ponen un precio a diversas suscripciones a cambio de contenido exclusivo para quienes las adquieren.

Según lo extraído de Paetron (2023), No Pasa Nada mantiene los siguientes niveles de suscripción: *‘¡Somos Nada!’*, tasada en 5 dólares; *‘Metido en la vara’*, valuada en 10 dólares; y *‘El paquete ejecutivo NPN’*, valorada en 25 dólares.

El segundo eje se basa en que No Pasa Nada produce su propia mercancía, la cual se vende a través de su sitio web oficial.

Por último, tal como deja ver Sánchez (2024), como tercer eje No Pasa Nada presta servicios de producción audiovisual a terceros a través de la cartera de clientes llamada '*Nada*'.

### **Medio de Comunicación La Hora Tica**

La Hora Tica (2022) se define en su perfil oficial en la plataforma digital de emisión de audio Spotify como:

Una plataforma que presenta la información más relevante de Costa Rica y el mundo de una manera atractiva y fácil de entender. Buscamos acercar a las personas a las decisiones que se toman día a día y que les afectan directa o indirectamente. Producido y dirigido por David Barrientos (párr.1).

Este medio de comunicación digital se fundó en 2017 y su creador es el periodista David Barrientos Villalobos. El proyecto está dedicado enteramente a tratar los hechos que suceden en Costa Rica. La mayor parte de la agenda informativa de La Hora Tica se relaciona con la situación política del país.

Según Mora (2024), Barrientos cuenta que el nombre "La Hora Tica" adopta la popular frase en la sociedad costarricense que hace referencia a la impuntualidad que tienen muchos ciudadanos de Costa Rica para llegar a sus compromisos de índole privado, laboral, entre otros.

El formato inicial del medio estaba inspirado en los programas nocturnos de comedia ("*late night*", como le conoce en inglés) emitidos en Estados Unidos como '*Last Week Tonight With John Oliver*', que consisten en dar un monólogo sobre un hecho o tema específico utilizando el humor con el fin de informar, concienciar, formar opinión o generar un debate entre la audiencia en torno al tópico tratado. El medio mantuvo dicho formato hasta 2019, año en el que el proyecto se detendría por un tiempo.

David Barrientos, según expone Mora (2024), retomó las labores de La Hora Tica en 2022, luego de dejar su trabajo en la Asamblea Legislativa, como parte del despacho de la diputada del Partido Acción Ciudadana (PAC), Carolina Hidalgo Herrera, quien fungió como congresista de la República entre el 1 de mayo de 2018 hasta el 30 de abril de 2022.

La Hora Tica, según Mora (2024), tiene presencia en las plataformas digitales YouTube, Instagram, X (antes conocida como Twitter), Facebook, Tik Tok y Spotify. En las plataformas de Instagram y Tik Tok este medio de comunicación produce cápsulas informativas, mientras que para Facebook y X cubre eventos noticiosos de relevancia. Actualmente La Hora Tica produce dos podcasts: *'DaWik'*, donde repasa las noticias más relevantes de la semana acontecidas en Costa Rica y *'DaTalk'*, donde profundiza en una situación o hecho en particular. Ambos podcasts se emiten por YouTube y Spotify.

En entrevista con el diario La Nación, Barrientos (2024) aseguró sobre el estilo de su medio de comunicación: “La Hora Tica nació como un espacio donde toda la responsabilidad recae en mí, donde tengo la libertad de decidir qué cubrimos, qué temas exploramos y cómo los presentamos”.

La Hora Tica utiliza un lenguaje directo, coloquial y con una tonada de humor para contar los hechos noticiosos. El medio suele ejercer el periodismo de opinión en sus productos. El periodismo de opinión es una de las piedras angulares de este proyecto, debido a que a través de este género periodístico La Hora Tica pretende que su audiencia se forme un criterio.

En una entrevista para el programa *'Matices'* de Radio Monumental, Barrientos (2024) explicó sobre la identidad periodística de La Hora Tica:

La Hora Tica es un espacio de información, de opinión, de crítica y de humor; mezclamos esas cuatro cosas y pretendemos llevar a la gente una explicación un poco más amplia de las noticias o de los asuntos más importantes del país (02m57s).

Mora (2024) deja ver que el periodismo de opinión es uno de los intereses personales del comunicador a la hora de ejercer su profesión, esto se debe a que desde sus años como estudiante universitario esa rama fue la que más llamó su atención, porque para él se torna necesario tomar partido en los temas o situaciones que le resultan injustas.

Referente al método de trabajo, Barrientos (2024) explica que actualmente él, es el encargado de realizar todo lo relacionado a producción audiovisual, producción de guiones, edición y publicación de los contenidos en las diversas plataformas digitales.

Asimismo, Barrientos (2024) comentó que, desde hace varios meses, una persona cercana le ayuda con la edición de los contenidos y una periodista recopila parte de la información que él utiliza en sus guiones.

Por el lado administrativo, Barrientos es el único que funge como colaborador del medio de comunicación. En el perfil oficial de La Hora Tica en la plataforma digital LinkedIn (2024), el periodista figura como el único asociado de la empresa.

En la primera etapa de La Hora Tica (2017-2019) laboraban un grupo de seis comunicadores aparte de David Barrientos.

Finalmente, La Hora Tica tiene un método de financiación con la venta de suscripciones a cambio de contenido en la plataforma Patreon y donaciones a través del Sistema Nacional de Pagos Electrónicos (SINPE), plataforma que, según menciona el Banco Central de Costa Rica (s.f), conecta a los diversos servicios sistemas bancarios de Costa Rica para permitir vía electrónica, transacciones y movimientos de dinero a cuentas vinculadas a números telefónicos en celulares.

En la plataforma Patreon (2024), La Hora Tica maneja los siguientes niveles de suscripción: '*LHT enthusiast*', que equivale 5 dólares; '*LHT fan*', que está tasada en 10 dólares y '*LHT superfan*', que tiene un precio de 20 dólares.

Sin embargo, Mora (2024) expone que, aunque los consumidores del medio compran suscripciones de Patreon y envían donaciones, se debe resaltar que David Barrientos no vive enteramente de estos ingresos. En meses recientes, el periodista optó por un trabajo aparte para poder subsistir.

El 30 de agosto de 2024, Barrientos (2024) comunicó a los seguidores del medio que volverá a poner en pausa el proyecto. Según mencionó el comunicador, su decisión de basó

en una serie de situaciones personales y laborales. De esa forma, comentó que tiene pensado volver a producir contenido en 2025.

Resulta entonces necesario hacer un análisis sobre el tratamiento periodístico que hacen estos medios de comunicación referente a la información relacionada al presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles, como figura mediática para entender por qué estos medios captan la atención de las nuevas audiencias al momento de transmitir estas noticias.

Es igual de trascendente para efectos de esta investigación abordar en profundidad el lenguaje oral y visual que utilizan estos medios de comunicación en sus productos, específicamente en el programa *'Welcome To Chepe'* en el caso de No Pasa Nada, mientras que por parte de La Hora Tica el análisis recae en el espacio *'DaWik'*.

Para los investigadores es necesario plantearse cuántas similitudes y matices existen entre estos medios de comunicación en sus productos, así como en la forma de crear sus contenidos o el lenguaje utilizado para expresarlos. De la misma forma, los investigadores encuentran como punto de relevancia entender por qué abordan los contenidos de la forma en que lo hacen.

Es concerniente también conocer el tipo de enfoque o encuadre que realizan estos medios de comunicación respecto al abordaje en los temas de relevancia en la agenda noticiosa con relación al mandatario Chaves como figura mediática, tomando en cuenta varios factores como el clima político que se suscita en Costa Rica.

### **Rodrigo Chaves Robles**

Rodrigo Alberto de Jesús Chaves Robles, de 63 años, es el actual presidente de Costa Rica. Según su currículum (2022), cuenta con una licenciatura y una maestría en Economía, además de un doctorado en Filosofía, Economía Aplicada y Mercados e Instituciones Financieras, todos otorgados por la Universidad Estatal de Ohio.

De acuerdo con el Centro de Asuntos Internacionales de Barcelona (CIBOD, por sus siglas en inglés) gracias a su formación académica, Chaves fue contratado como funcionario del Banco Mundial, donde desempeñó varios puestos que van desde director país para

Indonesia, director sectorial del Departamento de Reducción de la Pobreza y Gestión Económica para la Región de América Latina y el Caribe (LCSPR) y gerente sectorial para Política Económica de esa misma región (LCSPE). El mandatario laboró durante 27 años para ese ente internacional.

El CIBOD (2022) señala que, en el ámbito personal, mientras Rodrigo Chaves trabajaba en el Banco Mundial, conoció a su segunda esposa, Signe Zeikate, letrada en Economía y actual primera dama de Costa Rica, quien es proveniente de Lituania. De su matrimonio con Zeikate nació la segunda hija del presidente.

Tras abandonar el Banco Mundial, el economista regresó a Costa Rica en noviembre de 2019 para asumir la cartera del Ministerio de Hacienda. CIBOD (2022) expone que Chaves fue nombrado por el expresidente Carlos Alvarado Quesada, tras la renuncia de Rocío Aguilar Montoya. Rodrigo Chaves era un desconocido para el ojo público costarricense, sin embargo, fue catalogado por el entonces mandatario Alvarado como un experto en “eficiencia del gasto y la inversión”, que asumiría la tarea de control del déficit fiscal que aquejaba al país.

Sin embargo, la estancia de Chaves en las oficinas del Ministerio de Hacienda como jerarca de la cartera fue corta, debido a que una serie de desencuentros con el expresidente Carlos Alvarado provocaron su salida tan solo 6 meses después de asumir el cargo.

Sobre esto, Chaves (2020) indicó en una conferencia de prensa virtual para presentar su renuncia que:

El presidente me dijo que él y yo teníamos estilos diferentes en la manera de trabajar. En particular, hizo referencia el señor presidente, a una carta que yo le envié el martes de la semana pasada, urgiéndolo y solicitándole de la manera más respetuosa, que por favor vetara parcialmente el artículo 11 de la ley que aprobó la Asamblea Legislativa el pasado martes en segundo debate, que exime a las municipalidades de la regla fiscal. El señor presidente consideró que esa diferencia de lo que él llamada estilos, no nos permite continuar trabajando juntos (00m01s).

Rodrigo Chaves se mantuvo alejado del ojo público durante unos meses hasta que, de acuerdo con Delfino.cr (2021), en julio de 2021 en un acto celebrado en el Hotel Crown, ubicado en la Sabana, anunció su candidatura a la Presidencia de la República con el Partido Progreso Social Democrático (PPSD).

A finales de agosto de 2021, dos eventos claves marcarían el camino del economista Rodrigo Chaves hacia la presidencia, ambos ocurridos con pocas horas de diferencia. Primero, en la mañana del 30 de agosto, la plataforma del entonces candidato presidencial (2021) anunció a la reconocida periodista Pilar Cisneros Gallo como candidata a diputada por el PPSD. Cisneros, quien durante más de 22 años fue directora del noticiario de Teletica, desempeñó un papel fundamental en la campaña de Chaves.

Tanto es así, que cerca de las elecciones, la comunicadora fue cuestionada por aparecer en vallas publicitarias de candidaturas al Congreso en otras provincias, cuando ella se postulaba por San José, lo que significaba que los ciudadanos de otras provincias no podían votarla como diputada. Cisneros (2022) justificó que el hecho de que ella apareciera en dichos anuncios era porque tanto el PPSD como el economista eran “desconocidos” en el entorno político y ella sí era una figura conocida por la ciudadanía.

Por otro lado, la tarde de ese 30 de agosto, el diario La Nación (2021) publicó un extenso reportaje en el que reveló que Rodrigo Chaves había sido sancionado por el Banco Mundial por presuntas "insinuaciones sexuales" y un "patrón de comportamiento inapropiado no deseado". El medio dio a conocer el documento en el que el organismo recopilaba el testimonio de las denunciantes, así como de otras personas que habrían presenciado los actos por los que Chaves fue acusado, los cuales habrían ocurrido entre 2008 y 2013.

Este hecho marcaría la campaña de Chaves, debido a que fue objeto de críticas por parte de otros aspirantes durante la contienda, incluso de aquellos que posteriormente formaron parte de la Administración Chaves-Robles.

El 6 de febrero de 2022 se celebraron los comicios, en los que de acuerdo con el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) (2022) Chaves obtuvo 351.453 votos, suficiente para

entrar a la segunda ronda y enfrentarse al expresidente y entonces candidato del Partido Liberación Nacional (PLN), José María Figueres Olsen.

Casi dos meses después, el 3 de abril, Chaves lograría ganar la presidencia en la segunda vuelta electoral. El TSE (2022) escrutó que el economista fue electo con un 1.035.388, lo que representaba el 52,8% de los votos válidos, frente a los 924.699 de Figueres que equivalían al 47,2% de los sufragios validados.

Finalmente, Chaves juraría como el presidente número 49 de la historia de Costa Rica, el 8 de mayo de 2022, relevando a Carlos Alvarado Quesada como inquilino temporal de Casa Presidencial, en el distrito josefino de Zapote.

La Administración Chaves Robles no ha estado exenta de controversias. Según reporta el Semanario Universidad (2024) hay cuestionamientos que van desde cómo se financió la campaña de Chaves, que fue investigada por una comisión especial en la Asamblea Legislativa, hasta casi 50 denuncias penales interpuestas en la Fiscalía.

Asimismo, las desavenencias del mandatario con diversos actores sociales, como la prensa, sectores opositores en el Parlamento y, en ocasiones, con excolaboradores de su gobierno, han marcado el curso de la gestión de Chaves durante la primera mitad de su mandato al frente de la jefatura de Estado.

El mandatario ha tenido roces con sectores de los medios de comunicación como La Nación, CRHoy, Repretel, Diario Extra, así como con periodistas específicos de esos medios o con sus propios dueños y directores, según documenta el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) en su estudio *IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica* (2024). En dicho informe, PROLEDI señala que Chaves ha proferido etiquetas como “medios canalla”, “ticos con corona”, “mentirosos” y “sicarios políticos” para referirse a varios sectores de la prensa mencionados anteriormente.

### **Antecedentes de Investigación**

El presente apartado busca realizar una recopilación de estudios e investigaciones ejecutadas por autores nacionales, así como a nivel internacional, esto tiene un fin doble.

Primero, para la comunidad investigadora que adopte esta tesina como referencia futura para que así queden plasmadas diferentes visiones y versiones de un tema, que, si bien no reflejan las mismas ideas, tienen similitudes que ayudan a construir y entender el tema que ocupa a esta investigación.

Así como para los autores de esta investigación, para que sirva como ruta de conocimiento de las distintas maneras metodológicas en que se abarca el tema, así como sus bases y resultados, todo esto aportará a tener una noción más clara y a encontrar áreas de conocimiento bien establecidas o potenciales vacíos para cubrir y generar un aporte novedoso.

Hernández et al. (2006) sobre la necesidad de conocer antecedentes de un tema exponen que: “Es evidente que, cuanto mejor se conozca un tema, el proceso de afinar la idea será más eficiente y rápido” (p.37). Si bien se busca generar un enfoque distinto, es importante tener visión y respaldo que lleve a un punto de partida más robusto.

En cuanto a las investigaciones realizadas en Costa Rica, se recolectaron estudios que aportan un valor documental y de contexto acerca del tema y las subvariables de investigación.

El primero es el estudio de Mendoza (2017) que lleva como título: *Tratamiento del periodismo digital en la agenda informativa del periódico El Financiero, durante el I Cuatrimestre del 2017*. La investigación consistió en determinar la estrategia que utiliza el periódico para mejorar la interacción con su público meta, identificando el uso del periodismo digital en las publicaciones que realiza constantemente El Financiero. Asimismo, se reconocieron los principales contenidos digitales que valoran los lectores de El Financiero.

Mendoza (2017), aplicó en su trabajo el tipo de metodología cualitativa. Entre las conclusiones detalladas, la autora menciona que El Financiero marca la pauta desde la apertura de su sitio web en 2002. Asimismo, la investigación concluye que este medio de comunicación utiliza de manera correcta varios elementos relacionados con la era digital en el contenido de sus notas periodísticas como: fotografías, videos, gráficos o hipervínculos. Entre las recomendaciones que brinda la investigación se encuentra que el periódico utilice un lenguaje menos técnico porque, pese a que tienen un público especializado, existen personas en redes sociales que pueden leer sus artículos y que desconozcan los temas.

También, se recomienda a El Financiero que no solo se limite a utilizar imágenes en sus notas, sino que cree galerías dentro de sus contenidos.

Este estudio se relaciona con la presente investigación debido a que ahonda en temas como el lenguaje o el uso de los recursos multimedia para la creación de productos periodísticos en la era digital. De igual forma, la tesis aporta a la presente investigación cómo es que el objeto de estudio trata los contenidos informativos para adaptarlos a las necesidades del público que los consume en redes sociales.

Por otra parte, el trabajo publicado por Chacón (2023) se titula: “Análisis de las notas relacionadas al informe de Labores del primer año de Gobierno del presidente Rodrigo Chaves Robles emitidas por Noticias Monumental en el mes de mayo de 2023”. El trabajo consistió en analizar un total de 10 notas publicadas en la página web de Noticias Monumental relacionadas al informe de Labores del primer año de gobierno de Rodrigo Chaves Robles entre el 1 al 30 de mayo del 2023. En la investigación se buscó explicar el contexto político y social entre la prensa y el Gobierno de la República en el período de estudio. También, el trabajo pretendió determinar el enfoque periodístico de las notas que se emitieron en Noticias Monumental en el mes de mayo 2023 relacionadas al informe de labores del presidente y trató de conocer la línea editorial de Noticias Monumental para tratar el informe de Labores del presidente en el año 2023.

En el estudio, Chacón (2023), se aplicó la metodología cualitativa, dado que la investigación se basó en la recolección y análisis de los resultados desde el punto de vista, percepción, opinión y lectura del grupo que se determinó para efectos de responder al problema que plantea este trabajo.

El texto de Chacón (2023), destaca entre sus conclusiones que Noticias Monumental ejerce el género informativo sin motivación de generar opiniones entre los expertos o su audiencia, lo que implica que este medio de comunicación no tenga un enfoque o encuadre afín a ningún actor que sea el centro de la información, lo que lleva a señalar que el medio tiene un estilo neutro y sin tintes de opinión. Entre las recomendaciones, el autor hace un llamado a los profesionales del periodismo a que innoven los formatos a través de canales digitales para brindarle al público la información de una forma diferente, realizando

coberturas éticas y combatiendo la desinformación, para así aumentar la confianza en los medios de comunicación.

Este parafraseado anterior se relaciona con la presente investigación porque busca conocer el encuadre y la línea editorial del objeto de estudio a la hora de abordar la información. En el caso de la investigación citada, dicha información hace referencia al informe de Labores presentado por el presidente Chaves en 2023. Por otro lado, el trabajo aporta las formas en como un medio de comunicación define el género periodístico con el que desmenuza las informaciones de interés para la sociedad en la materia política.

En la construcción de un compendio de trabajos investigativos se buscan autores que trabajen, además del tratamiento periodístico, el periodismo digital alternativo, la cobertura política y los encuadres y agenda Setting de los medios de comunicación, todos temas que influyen en la presente investigación.

Es por esto por lo que se toma como referencia un estudio publicado en la Revista de Ciencias Sociales de la UCR, Carazo (2018). En este artículo la autora tuvo como objetivo analizar la capacidad de los medios para fijar la agenda de discusión pública, basada en el aumento exponencial de las personas que consumen noticias por internet y su manera de participar en la política en la contemporaneidad del clic y la fijación de la agenda.

En un enfoque mixto, la autora hizo un recorrido por la teoría de la agenda Setting para posteriormente plasmarla en ejemplos del tratamiento de los medios de comunicación costarricense sobre informaciones de política y su influencia en la percepción del público.

Carazo (2018) presenta uno de los ejemplos más evidentes, que es con la cobertura en torno al escándalo de corrupción que involucró, entre otros actores, a miembros de la esfera política del país en 2017, conocido como “El Cementazo”. Antes de que se diera a conocer la noticia, en una encuesta las personas colocaban en cuarto lugar a la corrupción como el principal problema del país. Luego, dos meses después de darse a conocer el escándalo la corrupción ocupó el segundo lugar como la principal amenaza que afrontaba el país.

A través de recopilación de estudios, encuestas y estadísticas de elaboración propia, Carazo (2018) obtuvo diversos hallazgos, uno de ellos es que la ciudadanía se preocupa por informarse sobre asuntos de interés público cada cuatro años durante campaña electoral como una necesidad de orientación sobre lo que expongan los medios de comunicación, debates y noticias para que esto influya en su decisión al voto, situación que varía las dinámicas tradicionalistas de fidelidad a un mismo partido indistintamente del candidato.

Si bien el trabajo analizado tiene distintos enfoques, genera un aporte valioso a la investigación para entender la dinámica de los medios de comunicación y la manera en que influyen en su público. Así como el cuarto objetivo del presente estudio propone determinar el tipo de encuadre de los objetos de estudio, el trabajo antes mencionado ayuda a construir una idea, además de los instrumentos que se pueden utilizar para realizar el análisis que propone uno de los objetivos específicos de la presente investigación.

En cuanto a las investigaciones realizadas en el ámbito internacional, se toman como referencia investigaciones con visiones de distintos países sobre el tratamiento periodístico y metodologías diversas con el fin de tener un respaldo documental de peso.

Canani (2023) tituló su estudio: “Tratamiento periodístico en las noticias de la crisis política del Perú publicadas en la web del diario Trome, año 2020”, que consistió en analizar el tratamiento periodístico en las noticias de la crisis política de Perú publicadas en el sitio web del diario peruano Trome, durante el año 2020. La investigación buscó describir los titulares en las noticias de la crisis política del Perú publicadas en el sitio web del diario Trome durante el año 2020. Asimismo, el trabajo pretendió detallar las entradas en las noticias de la crisis política de Perú publicadas en el sitio web del diario Trome durante el año 2020. Por último, analizó los cuerpos en las noticias de la crisis política de Perú publicadas en el sitio web del diario Trome durante el año 2020.

Canani (2023) utilizó para sustentar su trabajo las siguientes teorías: Teoría de la agenda Setting, Teoría del “*Framing*” y la Teoría de la Pirámide invertida. Asimismo, esta investigación aplica la metodología cualitativa.

El texto de Canani (2023), incluyó entre sus conclusiones que el tratamiento periodístico del medio de comunicación Trome evidenció que el diario le dio prioridad a generar titulares informativos, con entradas claras y directas, que contaban con un contenido noticioso que fue formal y redactado de manera jerárquicamente. Sin embargo, hubo una pequeña cantidad de notas en las cuales se mostró información sensacionalista. La autora destaca entre sus recomendaciones al jefe de redacción y al director de Trome que se mantenga el tratamiento periodístico de las noticias brindándoles seriedad. También, para dar la información de la forma más objetiva posible, sin ahondar en especulaciones y divagaciones.

El estudio se relaciona con el presente trabajo porque analiza el tratamiento periodístico que se dio en un medio de comunicación sobre diversos temas de actualidad política a través de la web. Además, aporta el cómo un medio de comunicación en su página web aborda la forma en que trata la información sobre la agenda política de un determinado país.

Por su parte, el texto de autoría de Lluch (2014) publicado bajo el título: “Análisis del tratamiento informativo de la Monarquía española en prensa digital: De las grandes cabeceras a los medios nativos digitales”, tuvo como finalidad analizar 362 notas periodísticas de los medios de comunicación españoles El País, El Mundo, huffingtonpost.es y eldiario.es publicadas entre los meses de marzo y abril de 2013, para analizar las estrategias discursivas, el enfoque informativo y el tratamiento periodístico proporcionado con respecto a la Familia Real española. También, la investigación observó los comentarios de los usuarios, que para la autora representan la principal forma de participación en los medios de comunicación digital para comprobar los niveles de expectación que suscitan unos contenidos u otros tomando como referencia la hipótesis de que los medios nativos digitales tratan la temática de la Monarquía española de forma más crítica.

Lluch (2014) sustenta su trabajo utilizando la teoría agenda Setting. A su vez, en el texto se aplica la metodología cuantitativa para desarrollar el trabajo.

Entre las principales conclusiones de la autora en su investigación, se destaca que la línea editorial de cada uno de los medios analizados no influye en la cantidad de noticias

publicadas, lo que resulta llamativo para la investigadora, y según señala, esto apuntaría a una neutralidad periodística que tendría como razón de ser el interés público y no tanto las tendencias de cada medio. De igual forma, el texto detalla que los medios nativos digitales no son tan críticos de la institución monárquica, esto porque solo eldiario.es cumple con esa premisa inicial.

El texto tiene relación con la presente investigación en cuestión del análisis de cómo los medios nativos digitales abordan el tratamiento periodístico o informativo respecto a una figura o institución mediática en el ámbito político. Asimismo, la investigación aporta la visión de cómo analizar si algunos medios de comunicación en el ámbito digital se posicionan de una forma más o menos parcializada con relación a una figura o institución mediática que está en el ojo de la opinión pública.

Como parte de la configuración de teoría internacional acerca del tratamiento periodístico, el estudio de Pereyra y Exequiel (2022) resulta pertinente de analizar dado que como fin se propusieron caracterizar el tratamiento informativo de 19 medios digitales en el proceso electoral de 2019 en Argentina.

Bajo un estudio cualitativo, los autores Pereyra y Exequiel (2022) utilizaron el análisis de contenido como instrumento para, entre otros objetivos, examinar la agenda mediática de los medios y las fuentes de información utilizadas. Así como un muestreo cuantitativo de noticias para el análisis y finalmente arrojó de resultados.

Los resultados que Pereyra y Exequiel (2022) destacan sobre otros, por el aporte que pueden brindar a la presente investigación es que la producción informativa se vio condicionada por los partidos políticos, así como cabe destacar las fuentes utilizadas por los medios, quienes en su mayoría fueron especialistas políticos y de los partidos, lo que deja ver que son fuentes directas. Como recomendación y pensamientos finales, los autores propusieron pluralidad en la cobertura, un tratamiento equitativo sin ideologías políticas de por medio, dado que al final se determinó que los medios digitales sí cumplen un rol vital en los procesos.

Si bien esta investigación tiene sus puntos diferenciadores en cuanto no se analizó el trabajo de los medios con respecto a una figura como tal, sino con un proceso electoral, la presente investigación conecta con la Argentina en cuanto analizó detalles de parcialización, uso de fuentes y enfoque de las informaciones.

Estos aspectos antes mencionados hacen que resulte importante conocer el estudio y plasmarlo con el fin de conocer métodos de recolección de información, tablas, presentación de resultados y recomendaciones de los autores para investigaciones futuras. Todo esto funge como plataforma para avanzar hacia un estudio de los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica con respaldo teórico importante.

Por último, en este recorrido por la esfera internacional, surge el trabajo de Díaz (2016) donde se propuso analizar la independencia de los medios alternativos y su autonomía editorial. Bajo la comparativa con los contenidos de los medios tradicionales.

El estudio utilizó un análisis de contenidos de distintos medios, con el fin de visualizar su agenda mediática en comparación con el tradicionalismo, situación que arrojó otros resultados a destacar sobre los medios de comunicación alternativos.

Uno de ellos es la forma de trabajar de los colaboradores, quienes trabajan a su vez en otras formas de comunicación y la financiación de estas estructuras tienden a alejarse de lo convencional y subsisten también por donaciones y otros tipos de ingresos.

Cabe destacar este estudio de Díaz (2016), no por su base teórica de tratamiento periodístico, sino para hacer un acercamiento a la metodología bajo la que trabajan los medios alternativos y sus novedades, dado que puede servir como base para aplicar los instrumentos para la presente investigación y entender más la mecánica de las formas de periodismo que se alejan de lo tradicional.

## **CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL**

Para continuar con la recopilación teórica, el presente apartado de la investigación busca presentar definiciones de distintos teóricos sobre la variable principal y subvariables del estudio, con el fin de tener una noción más clara sobre su significado, uso en la profesión, variaciones, características y visiones distintas. Para cada concepto se recopilan varios autores esto con el fin de tener un bagaje documental amplio, así como para contrarrestar y asimilar información de estudios previos sobre conceptos que son indispensables en la construcción del trabajo.

Sobre el marco referencial, teórico o simplemente revisión de literatura, Hernández et al. (2006) mencionan qué es un proceso y un producto: “Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación” (p.64).

Con la construcción de los objetivos y los conceptos claves ya definidos, el marco referencial acercará tanto a los investigadores, como los lectores, al problema principal, sus derivados y un acercamiento a la respuesta de la hipótesis planteada, todo con el sustento teórico que aquí se desarrolla.

### **Tratamiento Periodístico**

En la presente investigación, en la cual se analiza el trabajo de dos medios de comunicación digitales alternativos, es preciso encontrar un factor común entre ambos sujetos de estudio y tratándose del desarrollo de las informaciones con respecto a la gestión política del presidente Rodrigo Chaves como figura mediática, la variable principal que sostiene este trabajo y de la cual se forjan los demás objetivos del estudio es el tratamiento periodístico.

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, no solo radiofónicos, prensa escrita o televisivos, incluso los medios digitales más convencionales; No Pasa Nada

y La Hora Tica son dos formatos que se alejan del esquema común de emisión de la información, en muchos elementos, pero principalmente en el tratamiento de la información.

Si bien se puede observar como una cobertura periodística, el trabajo de estos medios recae más en el tratamiento de una noticia ya generada, presentar la información que ya fue difundida a nivel nacional, con su propio estilo, matices y aportes especiales para su público específico.

La autora Marmol (2018), en su estudio sobre el tratamiento periodístico que un medio de comunicación dio a la violencia contra la mujer en Lima, Perú; realiza una construcción del concepto de tratamiento periodístico con varios autores donde se parafrasea y cita a Edo (2009), este relaciona el tratamiento periodístico estrechamente con el estilo, lenguaje y expresión propia del medio o del periodista. Partiendo de esta base, se define el tratamiento periodístico como el procesamiento de la información, la recolección de hechos y datos que realizan los periodistas y los medios de comunicación para posteriormente construir un mensaje que será presentado al público con el fin de generar opiniones y sentimientos.

Es decir, más que crear la noticia, lo que busca el tratamiento periodístico es presentarse con un estilo propio y enfocado en los propios receptores de cada medio de comunicación, para que estos sean los que generen comentarios, opiniones y cuestionamientos basados en lo que se presentó. Al igual que en el manual del periodismo tradicional se indica que no es el medio el que opina, sino el que da los puntos clave para que sea la audiencia la que opine, el tratamiento periodístico de los medios alternativos busca llevar al receptor a la construcción de su propio pensamiento partiendo de lo que se presentó.

Continuando en esta línea, Suarez (2020) presenta un conjunto de trabajos que permiten conceptualizar la variable a tratar y en la que se define tratamiento periodístico como el modo en que los medios de comunicación seleccionan la información y con su propia pincelada buscan imágenes, utilizan lenguaje y jerarquizan los datos para posteriormente difundirla a su público.

Según lo que se expuso, la información puede ser única, pero la manera de presentarla puede variar de formas incontables, tanto dependiendo del formato, como del estilo y el público para el que va dirigido. Es decir, el hecho no cambia, lo que sí se transforma es la importancia, enfoque y tratamiento propio del medio que se le da a ese hecho.

Pero Suarez (2020) enfatiza en que si bien se puede entender que hay cierta libertad para el tratamiento periodístico que se le brinda a una información, no se pueden perder algunos principios básicos del oficio como el conocimiento de los hechos y el tratamiento justo y veraz.

La autora expone que si no se practica un ejercicio consciente con amplio conocimiento, investigación y selección correcta de las plataformas para sustraer la información, se puede caer en el sensacionalismo incorrecto, no solo buscando generar sentimientos, sino, alterando los hechos por lograrlo.

Lo anterior recae en que este libertinaje que se mencionó sigue sujeto a ciertas reglas. Los medios de comunicación pueden presentar su propio estilo siempre y cuando sean opciones viables y confiables para informar a su audiencia. Esto también se dimensiona y se explica con otros conceptos como lenguaje, tipos de fuentes y teorías como la del encuadre que se desarrollarán más ampliamente en las siguientes páginas de este marco referencial.

Estos últimos párrafos sirven como introducción para dar paso a lo que supone un tratamiento periodístico de la noticia en un medio de comunicación, Si bien ya se definió la variable, es de vital importancia desarrollar algunos elementos que caracterizan a la misma antes de dar paso a la conceptualización de las subvariables.

Si se realizara una lluvia de ideas con palabras que caracterizan a un periodista, entre estas sería común encontrar la objetividad, por lo que supone ser él o la encargada de difundir una información que debe llegar a una audiencia amplia y sobre la cual los espectadores forjan opiniones y toman decisiones, estos datos deben venir desde la imparcialidad.

Sin embargo, la historia de la práctica del oficio hizo ver al mundo que siempre existen elementos que pueden derribar estas teorías de objetividad, unas determinadas por la

presión del poder, amañó de las informaciones por las élites o simplemente por la visión del mundo y preferencias de un comunicador.

Y así lo mencionan Prada et al. (2019) en su trabajo sobre el tratamiento de la información periodística. En éste se expone que los periodistas y los medios en su esencia parten también de la actuación y la valoración, esto recae en que tanto los medios como las empresas tienen argumentos valorativos respecto a la realidad y una visión del mundo única.

Por lo que, más que una objetividad, el periodismo debería buscar un tratamiento de la información justo, confiable y veraz. El tratamiento de la información se realiza por una empresa, compuesta por humanos sujetos a valoraciones, sin embargo, estas no deben influir ni verse predominantes en los hechos que se presentan.

Los autores Prada et al. (2019) retratan una realidad a la que están expuestas muchas empresas periodísticas, tanto tradicionales como alternativas, y es la gestión de intereses, estrategias de visibilidad, omisión de información y propuestas permeadas por agentes de poder para inclinar la balanza y mediatizar el debate de la opinión pública.

A pesar de que el estudio anterior retrata esta realidad basada en el tratamiento realizado respecto a un conflicto diplomático suramericano específico, sirve para retratar la realidad a la que están expuestos medios como No Pasa Nada y La Hora Tica al momento de tratar informaciones políticas mediáticas alrededor del mandatario Chaves Robles.

Abril (2003), como se citó en Bisso (2020), expone que interpretar es: “una valoración objetiva en base a datos, contexto y antecedentes, para su mejor comprensión” (p.17). El extracto anterior ejemplifica que el tratamiento de una noticia no significa que esté distorsionada, sino, que está adaptada a cada estilo basado en los hechos y la veracidad de los datos.

Los objetos de estudio, los medios de comunicación alternativos No Pasa Nada y La Hora Tica realizan un ejercicio de tratamiento periodístico de la información que se genera a nivel nacional en materia política con respecto al mandatario Rodrigo Chaves. Es por esto por lo que en este apartado conceptual se presentaron varios autores y aristas que implica la variable principal sobre la que se forja toda la investigación.

La función informativa sí está ligada a un trabajo de interpretación, sin embargo, debe separarse y reconocerse las diferencias entre la opinión personal y juicios de valor a la hora de presentar la información, si se presentan como un medio de comunicación, los hechos que ahí se exponen deben generar impacto, sentimientos y comentarios con respeto a la noticia y cómo se presenta, pero sin que esto afecte la calidad de la información o los hechos.

### **Lenguaje periodístico**

El lenguaje periodístico es uno de los pilares del ejercicio de esta profesión, esto porque a través de este elemento es que se configuran o crean las formas en que se ofrecen los productos periodísticos que se le entregan al público.

Espín (2019) define que la función principal del lenguaje periodístico es informar y ser preciso para captar, concernir y retener la atención del lector cuando consume una nota. El periodista no recurre a metáforas ficticias, sino que debe dominar el arte de la escritura al punto que llega a ser natural, alegre y preciso. Para conseguir esto se necesitan años de práctica.

Con esto se entiende, según lo explicado por la autora, que el lenguaje utilizado por los periodistas funge de manera primordial a la hora de hacerle llegar la información al público, para así captar su atención, y para lograr ese cometido el periodista debe tener una excelente redacción, lo cual se adquiere con el ejercicio de la profesión a través de los años.

Espín (2019) citando a Albertos (2010) señala que el lenguaje periodístico es un sistema de lenguaje que sirve a los intereses informativos. Siguiendo en esa línea, el significado que se le da al lenguaje periodístico recae en la necesidad histórica de determinados escritores de ubicar de forma adecuada sus expresiones literarias a los paradigmas de la época en la que realizaron sus obras, para que fueran acordes a una de las tareas más importantes del periodismo, que es transmitir la información utilizando la economización de las palabras.

Sobre esto se detalla que el lenguaje periodístico es una forma de comunicar la información de relevancia que se entregará a la opinión pública para su consumo. La autora expone que el lenguaje periodístico tiene un punto de quiebre en el momento en que los

escritores orientan sus trabajos literarios a uno de los pilares del periodismo, que es entregar la información de la forma más concisa.

Moreno (2014) señaló la definición de Martínez (2004) respecto al lenguaje periodístico:

Martínez Albertos describe inicialmente el lenguaje periodístico como un lenguaje no literal, próximo a las hablas coloquiales de los sectores cultos de una determinada comunidad de hablantes, que en sus manifestaciones habituales se apoya de modo cuantitativamente importante en oraciones de construcción nominal: "El lenguaje periodístico por antonomasia es el lenguaje periodístico de la prensa escrita, mientras que el "estilo periodístico" sin más matizaciones, responde al estilo informativo, es decir, a los modos expresivos que sirven para la transmisión de datos con cierto ánimo de elaborar un relato objetivo de los acontecimientos" (pp.534-535).

La investigadora describe, mientras señala a Martínez (2004), que el lenguaje periodístico es una forma de relatar los hechos de forma no literaria o siguiendo las narrativas de la ficción, y que es parecido al lenguaje coloquial que utilizan las personas ilustradas que pertenecen a distintos grupos sociales. Además, hace una diferenciación entre lo que significa "lenguaje periodístico" y "estilo periodístico".

Siguiendo la línea marcada, Falcón y Quispe (2021) citando a Zavala y Corona (2010), mencionan que el lenguaje periodístico contiene diversas características elementales que derivan del léxico y estilo del periodista, con el propósito de que el mensaje pueda ser inmediatamente captado por los lectores. Para esto, el periodista debe estructurar los hechos de modo que sean perfectamente entendibles para cualquier persona desde la primera lectura.

Es decir, que el lenguaje utilizado debe ser creado por el periodista con base en la riqueza de su vocabulario y su estilo, para que con esto se brinde una lectura comprensible para el público. La cita también describe una parte fundamental de producir un contenido periodístico, que es estructurarlo de la forma más sencilla y escueta posible para cualquier persona, y que resulte entendible desde el primer visionado.

Por otro lado, González, H. y González, M. (2010) citando a Grijelmo (2003) dicen que definir el lenguaje periodístico no es tarea sencilla, porque este se ve condicionado por la forma en que escribe determinada persona. Un periodista, poeta o novelista pueden marcar un estilo propio en el género que desarrollen.

Esto resalta que, si bien el periodismo sigue varias pautas para construir su lenguaje, éstas pueden verse influenciadas por el estilo y toque personal de quien lo firme, como sucede en otras ramas del arte de la escritura. Tomando como referencia lo descrito por los autores, se puede observar que entre un poeta y un novelista existen ciertas diferencias en su expresión, aunque ambos busquen el mismo objetivo de presentar una obra. Lo mismo se aplica al periodismo, porque los profesionales de la comunicación seguirán las pautas cumbre de la profesión para brindar información al público, pero ésta tendrá ligeras variaciones dependiendo de quién esté detrás de cada escrito.

Palacios (2018) citando la definición de Vivaldi (1987) explica sobre el lenguaje periodístico: “El lenguaje periodístico (...) es tan variado como la vida misma. Son los hechos quienes hablan, al través de las palabras. Y los hechos exigen un tratamiento especial de la lengua como medio de expresión” (p.71).

Lo definido desarrolla la idea de que el lenguaje utilizado por los profesionales de la comunicación no sigue una misma línea, debido a que cada periodista tiene su estilo y lo palpa a la hora de realizar su trabajo, lo que hace que el sentido del lenguaje periodístico se pueda ver desde varias aristas.

### **Encuadre o “Framing”**

El tratamiento periodístico realizado por los medios de comunicación debe estudiarse desde la estrategia utilizada por cada uno para llegar a sus audiencias, que los mensajes calen y se repliquen y generar cierta discusión positiva o negativa alrededor del fenómeno que se está tratando en las informaciones.

Si bien el periodismo debe ser justo y veraz, también los medios de comunicación terminan siendo empresas que compiten por ser sintonizados y que sean los portales de

comunicación preferidos de las personas, por lo que no están ajenos a la utilización de estrategias de mercadeo y venta de un producto, que al final termina siendo la información que reciben las personas.

Uno de los conceptos claves para entender estas estrategias es la “Teoría del Encuadre” o “*Framing*” de las noticias, términos acuñados por muchos años en la comunicación que tratan de explicar el manejo que reciben las informaciones antes de ser emitidas hacia un público y la relación entre los medios y la opinión pública.

En Aruguete (2011), estudios concuerdan en que el término viene estructurándose y tratándose de explicar desde diversas disciplinas y con muchos años de estudio. Desde la psicología y sociología, hasta el estudio de los movimientos sociales y la cultura. Con exponentes como el antropólogo Gregory Bateson y Erving Goffman.

Precisamente Goffman (1974) en su libro, traducido por Rodríguez (2006) propone la teoría de los marcos de referencia en el que menciona lo siguiente:

Cuando un individuo en nuestra sociedad occidental reconoce un determinado acontecimiento, haga lo que haga, tiende a involucrar en esta respuesta (y de hecho a usar) uno o más marcos de referencia o esquemas interpretativos de un tipo que podemos llamar primario. Digo primario porque la aplicación de ese marco de referencia o perspectiva, por aquellos que lo aplican, se considera que no depende de —ni remite a— ninguna otra interpretación anterior u «original»; un marco de referencia primario es aquel que se considera que convierte en algo que tiene sentido lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido de la escena (p.41).

La cita del antropólogo y sociólogo remitida al periodismo y los encuadres de las noticias hace ver que no existe una objetividad absoluta cuando la vida y las acciones de las personas están construidas a partir de marcos de referencia y esquemas interpretativos que tratan de dar respuesta y formar una opinión sobre algo que es nuevo.

Entonces, ¿cuál es el trabajo de los medios de comunicación en esos marcos? Ser responsables en brindar todos los detalles posibles y con la veracidad más acertada para que

esas construcciones de percepción se originen a partir de un contexto adecuado, juicios de valor fundamentados, propuestas de solución justas y comparación de eventos.

Todos estos detalles marcan la diferencia sobre un periodismo parcializado negativo o parcializado hacia una nueva forma de informar justamente y basada en hechos.

Muchos otros teóricos ayudaron desde sus diversos campos a entender la influencia de los discursos y presentación de las informaciones en la construcción de la realidad. Entman (1993), como se menciona en Aruguete (2011), trata de alcanzar una definición de encuadres noticiosos al exponer que encuadrar una información es: “seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo” (p.70).

Si se visualiza la información o la noticia como cualquier otro objeto, acción, o panorama de la cotidianidad, se puede entender que depende del lado en que se observe, del trasfondo cultural o religioso de cada persona y de la forma en que se presente ante los ojos del público varía, por el simple hecho de la interpretación o la perspectiva.

En el tratamiento periodístico se entiende la realidad como una construcción, los eventos noticiosos alrededor del mundo son innumerables e inabarcables, por lo que desde un inicio la escogencia de los temas a tratar por parte de un medio de comunicación ya puede tomarse como encuadre o perspectiva subjetiva de lo que es noticioso y lo que no.

Elementos como la ubicación geográfica de un medio, el público al que va dirigido, el manual de prensa bajo el que construyen las informaciones, todas estas características influyen en la construcción de una noticia. Por ejemplo, para un medio de espectáculos el enfoque principal de un traspaso de poderes será la vestimenta y etiqueta de los políticos que acudieron, mientras que para un periodista de análisis político el punto crítico y vital de este evento será el discurso del presidente que toma el poder y el su plan para gobernar.

Bajo esta idea la misma autora, pero en un estudio posterior sobre la agenda Setting y “*Framing*”, Aruguete (2017), define el encuadre como un proceso dinámico del constructivismo social, en el cual ya no solo participa el medio, sino que las alteraciones de un hecho noticioso son la respuesta a la interacción entre los encuadres y los criterios de los receptores.

Por lo anterior, se debe entender este mecanismo como algo incorrecto o desleal por parte de los periodistas para con su público. Así como el tratamiento periodístico es una forma de comunicar que si se realiza de manera justa y veraz forma parte del nuevo periodismo y no debe crucificarse, el encuadre termina siendo un elemento utilizado por los medios de comunicación en influencia de las tendencias, el estilo, la demanda y reacción del público.

En la recopilación de estudios, si bien todas aportan nuevos elementos y definiciones para entender el concepto, el grueso de la definición termina coincidiendo. Koziner (2013), citando a Gamson (1992), menciona que: “En los medios de comunicación, los frames actuarían como “faros” que iluminan determinados hechos, ignorando otros” (p.17).

La teoría del “*Framing*”, como se enmarca en Koziner (2013), es un estudio amplio y de un debate aún sin terminar entre definiciones, sin embargo, si queda claro que ésta estudia la construcción de la noticia de una manera integral, desde la elaboración, hasta los efectos de la recepción en el público.

La presente investigación busca bajo estas definiciones y teorías presentadas entender y determinar el tipo de encuadre utilizado por los medios de comunicación en estudio alrededor de las noticias de la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves.

Con la variable principal de tratamiento periodístico desglosada en otras subvariables a tratarse en este apartado teórico, así como en otros capítulos de la investigación se evidencia que todo tiene una conexión que va en cómo el tratamiento está influenciado por el encuadre de las noticias, así como el “*Framing*” va determinado por elementos como el lenguaje y todo bajo un sustento periodístico de fuentes de información e instrumentos de verificación.

### **Fuentes de información periodística**

Las fuentes de información periodística resultan esenciales para ejercer el trabajo diario de un profesional de la comunicación. Esta herramienta es indispensable para llevarle a la audiencia la información que resulte de interés público.

Behar (2021) declara sobre las fuentes de información periodística que:

Sin fuentes no hay información. Son ellas la parte esencial de la construcción de cualquier contenido, pues permiten apropiarse la documentación, la visualización en el trabajo de campo que hace el reportero, y darle vida y actualidad al contexto. Las fuentes son las personas y documentos necesarios para la construcción de cualquier género periodístico. Ellas pueden ser de viva voz, de origen textual (documental en papel o virtual) sonoro o audiovisual (también tradicionales o virtuales) (p.14).

La autora define que las fuentes informativas son una parte necesaria para crear un contenido periodístico, debido a que éstas reflejan el trabajo realizado por el periodista y le dan alma a lo que se quiere representar. Asimismo, pone sobre la mesa que las fuentes pueden ser representadas por personas o documentos; y pueden venir en distintos formatos, debido a que pueden ser de origen oral, escrito o multimedia; como videos y audios.

Behar (2021) comenta que las fuentes de información conforman el proceso más básico para realizar un contenido de índole periodístico, dado que con ellas se pueden hacer una selección de la agenda y enfoque o encuadre informativo. El uso de fuentes también constituye un indicador de calidad periodística.

El estudio indica que las fuentes informativas representan un indicador de calidad, y también una herramienta de selección para definir la agenda informativa y el enfoque para crear el material periodístico que a posteriori será presentado al público.

Las fuentes de información, como mencionan Albertini y Ruiz (2008), son un elemento básico para cualquier medio de información; entre más fuentes se encuentran, la calidad y variedad de la información tendrá un mejor grado de credibilidad, lo que lleva que la información cale más en su receptor, aumentando así su influencia. Los medios de comunicación tienen como objetivo principal mantener el acceso a las fuentes como una labor del día a día.

Los autores hacen énfasis en la importancia que tienen las fuentes informativas. En primera instancia, su valor radica en que es un insumo básico para que los periodistas realicen su trabajo y, en segundo lugar, las fuentes de información resultan de enorme valía, porque

cuando estas ofrecen una buena cantidad de variedad y calidad las mismas influyen de buena manera en la audiencia a la que va dirigida.

Persistiendo con esta idea, Albertini y Ruíz (2008) citando a Fontcuberta (1993) resaltan que la importancia de las fuentes de información periodística es tal, que no se permite discusión alguna en la elaboración de las noticias: “Un medio sin fuentes es un medio muerto” (p.1). Esto porque exceptuando algunos casos como pueden ser sesiones del Plenario Legislativo, eventos deportivos o exhibiciones artísticas; los periodistas no suelen ser testigos vivenciales de los hechos que se informan en los contenidos periodísticos, por eso resulta indispensable que para presentar la información al público se deba acudir a las fuentes informativas.

Los autores refuerzan la idea citando a Fontcuberta, señalando que las fuentes de información son un recurso de alto valor para los periodistas porque son contadas las ocasiones donde los profesionales de la comunicación presencian las situaciones que luego convierten en material informativo para llevarlo a la audiencia.

A su vez, Albertini y Ruíz (2008) sugieren que si bien, lo ideal es que los periodistas sean testigos en primera fila de los hechos acontecidos en un determinado momento, es importante acudir a las fuentes que se encuentran compartiendo espacio con el periodista en el sitio donde estén presenciando el hecho, porque al acudir a otra fuente se adquiere otro punto de vista sobre lo acontecido. De igual forma, los investigadores indican que esas fuentes pueden ser personas, instituciones, el gobierno, una institución deportiva o religiosa, entre otras.

Siguiendo esta idea, los autores mencionan que las fuentes pueden aportar una visión o perspectiva distinta a la observada por el periodista en el lugar de los hechos, lo que se puede tomar como un complemento, y también, reiteran que esa nueva visión puede ser observada por diversos sujetos como un grupo de personas o instituciones de diversa índole.

Por otro lado, Mayoral (2005) considera sobre las fuentes de información periodística que:

Parece difícilmente discutible la idea genérica de que las fuentes de información proporcionan contenidos, datos o argumentos a los periodistas para que éstos puedan incluir en sus textos todo o parte de ese material. Sin embargo, sí conviene volver a considerar la noción de simples ‘abastecedores de información’ que a menudo se asocia a la definición de fuente (p.93).

Esta idea sugiere que es válido hablar de las fuentes de información como sujetos que brindan o detallan determinados conocimientos, pero que es necesario expandir esa definición que resulta genérica.

Continuando en esta línea, Mayoral (2005) menciona que las fuentes informativas suministran información, sin embargo, suelen esperar algo a cambio como algún tipo de beneficio. No es usual que las fuentes brinden información únicamente por dadivosidad o altruismo.

Con esto expuesto, se sugiere que la relación entre periodista y fuente no suele ser una en la que solo exista la generosidad, sino que en ocasiones las fuentes tienen una agenda que representa para ellos un beneficio en la narrativa noticiosa.

Para ampliar lo dicho, Mayoral (2005) expresa sobre las fuentes de información que:

Actúan, más bien, llevadas por la ambición de prefabricar un relato de los hechos. Esto es: si entregan información a quienes cuentan qué ocurre (los periodistas), es sólo para influir más intensa y directamente en el relato de lo ocurrido. Ya se ha apuntado en las líneas anteriores, pero cabe insistir en que este fenómeno es cada vez más apreciable, e incluso podríamos considerarlo como un rasgo esencial, definitorio, de la moderna sociedad de la información (p.94).

El autor refuerza su postura aludiendo a que el tema de que las fuentes tengan una agenda o una motivación detrás de brindar información es cada vez más palpable, e incluso menciona que es una dinámica normalizada en la relación entre la fuente y el periodista.

## **Instrumentos de verificación**

En el presente apartado se recalca constantemente y como componente del tratamiento periodístico el periodismo justo y veraz, características inherentes del periodista. Sin embargo, con el surgir de la era digital, la proliferación de noticias falsas fue en aumento, por lo que para esta investigación resulta trascendente tener un acercamiento teórico a los instrumentos de verificación de datos como una práctica fundamental del periodismo en todas sus ramas y aún más, en la digital alternativa.

Pérez (2022) califica el periodismo de verificación como una estrategia que contribuye a construir verdades perdurables en el tiempo y una práctica efectiva contra las páginas de internet que esparcen bulos. La verificación se sustenta de las propias bases de datos, documentos y otras estrategias que batallan contra los agentes de desinformación.

Además, el estudio de Pérez (2022), sustenta la verificación a través de la profundización del contexto, una práctica del periodismo de verificación que busca exponer técnicas de los manipuladores de información.

El conocimiento es una de las armas indispensables del periodista, en todo aspecto, sin embargo, en cuanto a la lucha contra la desinformación. Resulta crucial tener ese punto de diferenciación. El conocimiento del contexto de la noticia y la información, este conocimiento puede ser transformado en discernimiento en cuanto al reconocimiento de una noticia falsa y una información veraz.

En la presente investigación se examina desde el componente teórico el presente concepto de verificación para poder comprender a cabalidad y posteriormente realizar un estudio de los instrumentos de verificación utilizado por los medios de comunicación objetos de estudio.

Otro componente en la verificación de información que retrata Herrero et al. (2022), es el tiempo y como se expone en su estudio: “un bien cada vez más escaso en los medios de comunicación” (p.234). Un desafío al que se exponen todos los medios de comunicación, indistintamente de su modelo, es por esto por lo que en el mismo estudio menciona que las

habilidades, competencias y formación de los “nuevos” periodistas deben ir acompañadas además de lo tradicional, de un trasfondo académico de conocimiento de las redes sociales, audiencias y discriminación de las noticias falsas.

Los mismos medios de comunicación avanzan en estrategias propias para no caer en la desinformación y no ser víctimas de esta problemática, dado que deberían ser los primeros en dar el ejemplo con presentación de noticias justas y con veracidad. Además, existen otros métodos que presentan los diversos estudios.

Cervi et al. (2024) fundamenta su estudio en el reciente debate de la inteligencia artificial (IA) y sus aplicaciones en la profesión periodística. “La inteligencia artificial puede representar un valioso aliado para los periodistas, tanto en el desempeño de sus tareas habituales como en este rol de curadores y verificadores de contenidos” (p.3).

Más allá de sus peligros o lo contraproducente que puede significar la utilización de esta herramienta en el ejercicio periodístico, debate que no compete a la presente investigación, la inteligencia artificial aparece como un método potencial para contrarrestar la desinformación.

En el estudio de Cervi et al. (2024) se realizó un grupo focal con periodistas de distintas edades. Los periodistas más experimentados aluden a la gestación de estas noticias falsas a las redes sociales e incluso a los mismos periodistas que actúan con cierto descuido, mientras los más jóvenes consideran que es una necesidad contar con instrumentos digitales para verificar información y recuperar la credibilidad del periodista, aunque se insiste en prácticas propias de los periodistas como investigación y contrastar información.

Según Cervi et al. (2024), como características que deberían tener estos instrumentos, los participantes del grupo focal creen que la fiabilidad de estas herramientas debe basarse en su confiabilidad, rapidez de la verificación, precio de estos instrumentos y como punto final; enfatizan en que estos instrumentos deberían ser utilizados también por la población que replica imágenes, vídeos y datos alterados que se encuentra en internet, generando así una desinformación masiva.

Al estudiar esta definición y las distintas teorías queda claro que sí existen formas de combatir la desinformación e instrumentos para la utilización de los periodistas, por lo que una vez plasmada la documentación teórica ahora se busca cuantificar la cantidad de instrumentos y describir los tipos de herramientas utilizadas por los objetos de estudio para no caer en este fenómeno.

### **Medios de comunicación digital**

Con el avance de la tecnología, la vida ha mutado para adaptarse a las necesidades del mundo contemporáneo. Es inusual encontrarse personas que se nieguen a utilizar diversas herramientas o dispositivos electrónicos como computadores o teléfonos celulares, o aplicaciones digitales que complementan las tareas del día a día.

Por ejemplo, suele ser común que las personas utilicen computadora con softwares de procesamientos de texto como Word o Google Documentos para redactar todo tipo de informes, en vez de una hoja y un lapicero. No es común encontrar personas que se rehúsen a utilizar estos recursos, como el caso del escritor peruano Mario Vargas Llosa, que, en una entrevista con el periodista mexicano, Jorge Ramos Ávalos, reconoció que sigue escribiendo a mano los borradores de sus novelas, además de mencionar que prefiere consultar un diccionario en físico que utilizar Google, según dice, está en contra de esas herramientas tecnológicas (Vargas, 2014, 01:14s).

Son extraordinarios o excepcionales los casos como el del peruano Nobel de Literatura, porque los seres humanos se han venido adaptando al avance tecnológico, y eso incluye a las diversas profesiones, como es el caso el periodismo.

Con el auge del Internet, han surgido los catalogados medios digitales o medio no tradicionales o no convencionales, los cuales, responden a las necesidades de consumo de las nuevas generaciones adaptadas a vivir con recursos tecnológicos.

Los medios de comunicación digital, como se menciona en Rost y Bergero (2012), son una plataforma periodística que se encarga de difundir información actualizada para cargarla en la web. Dichos medios tienen diferencias en sus características dinámicas,

recursos y alcances propios respecto a los medios considerados como tradicionales que engloban a la radio, la prensa gráfica y la televisión.

Los autores señalan que los medios digitales tienen sus propios formatos y características particulares que hacen que marquen la pauta respecto a los medios convencionales, en razón de que los medios de comunicación digitales buscan suplir otras necesidades o funciones del periodismo en la era digital.

Si bien es cierto, los medios digitales y los tradicionales comparten la característica que buscan ser una plataforma de información para el público, son distintas las formas de cumplir esa función para la audiencia. Por un lado, el periodismo cibernético pretende a través de las herramientas tecnológicas hacer llegar sus productos, mientras que el periodismo convencional utiliza los canales ya establecidos como la imprenta, la radio y la televisión.

Siguiendo esa línea, Alvarado y Herrera (2020) aludiendo a la definición de Herrera (2005) definen a los medios de comunicación digital como:

Una competencia a los medios audiovisuales en el relato instantáneo de un hecho noticioso "abierto e importante". Direccionando las ediciones digitales como los nuevos periódicos nacidos directamente en Internet no pueden limitarse a transmitir la imagen y el sonido en streaming (sic), renunciando a la palabra escrita (su lenguaje propio), porque se convertirían en simples medios audiovisuales y perderían su personalidad. En otros términos, acoplados a los argumentos del autor, explica que los medios digitales compiten con los medios audiovisuales y que ambas cumplen funciones diferentes, pero que buscan un mismo objetivo, que es el de transmitir contenidos noticiosos que guste y llame la atención al lector (p.312)

Se menciona que los medios digitales son una nueva forma de ejercer el periodismo, como alternativa o competencia a los medios de comunicación definidos como "tradicionales". La cita destaca algunas características propias de estos nuevos medios o formatos como su nacimiento en el Internet o el uso de imágenes y sonidos en "*streaming*" o transmisión en directo. Ciertamente, los investigadores señalan que los medios de

comunicación no deben limitarse con el uso de imágenes y sonidos, debido a que se convertirían en otro tipo de formatos audiovisuales.

Como lo definen los autores, la prensa digital tienen su origen en las entrañas de Internet, lo que los hace diferenciarse de formatos como la televisión, la radio o los periódicos, medios en formatos analógicos, que tienen otras características y funciones.

### **Elementos de la comunicación en medios digitales**

Los medios de comunicación digital han cambiado la forma de hacer y entender el periodismo tanto para quienes lo ejercen como para el público. Desde el establecimiento masivo de este tipo de medios, hay nuevos elementos en la comunicación y otros que han mutado o evolucionado para adaptarse al cambio.

Para Díaz-Noci (2010) desde el año 1995 el periodismo viene sufriendo una serie de cambios que son parte de la consecuencia de cómo se concibe la profesión en la actualidad y como las personas consumen la información.

El autor resalta que una de las claves para entender la nueva fórmula del periodismo es la convergencia.

Díaz-Noci (2010) citando la definición de Salaverría et al. (2010) se refiere a la convergencia como:

Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen desde múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (p.562).

Con esto, se entiende que el periodismo digital, y concretamente los medios de comunicación nacidos en el Internet implementan a través de las herramientas tecnológicas, nuevos procesos para desarrollar la profesión desde una estructura de contenido hasta

organizacional. Los medios fundados en la era digital tienen su propio estilo de comunicar y elaborar sus productos para que se adapten a los formatos de las diferentes plataformas en las que se distribuye su contenido.

Ejemplo de lo anterior es que, los medios de comunicación nativos digitales o convencionales que se han tenido que adaptar a la era tecnológica, están buscando amoldar su contenido a los formatos de los nuevos canales de comunicación.

Otro elemento que caracteriza a los medios en la era digital es la transformación del papel de la audiencia. Con la revolución tecnológica, el rol del público con los medios de comunicación ha dejado de ser pasivo y se ha convertido en participativo. Sobre esto, Díaz-Noci (2010) explica que:

Otros fenómenos son también manifiestos, aunque deben ser contemplados en su verdadera dimensión, sin caer en el determinismo o en el optimismo no justificado. Uno de ellos es la incorporación de los usuarios como autores: el periodismo participativo, en sus diferentes grados de elaboración. Hasta Rupert Murdoch (en su discurso a la American Association of Newspapers Editors en abril de 2005) vio la importancia del papel del usuario: “Lo que está sucediendo es una revolución en la manera cómo los jóvenes acceden a sus noticias. La próxima generación tiene diferentes expectativas sobre el tipo de noticias que recibirán, incluyendo dónde, cuándo, cómo y de quién las van a obtener”. La sentencia de Murdoch es que “los diarios sólo pueden sobrevivir con estrategias multimedia” (p.563).

El investigador indica que los consumidores de la prensa digital tienen un papel más activo que antaño. Aludiendo a lo dicho por el magnate de la comunicación, Rupert Murdoch, se explica que el nuevo periodismo busca satisfacer las necesidades de las nuevas audiencias, que tienen una manera distinta de acceder y consumir los productos periodísticos de los nuevos medios.

Otros autores coinciden con la idea de que, el nuevo formato que implementó el Internet para el periodismo trajo consigo el rol activo de los consumidores.

Con llegada de la World Wide Web (WWW), según Fenoll (2011), en la década de los noventa, empezaron aparecer los primeros medios de comunicación digital o adaptaciones de los medios tradicionales a la web. Inicialmente las empresas periodísticas utilizaron esta herramienta como otra plataforma para plasmar sus contenidos, en la que de forma paulatina se implementaron herramientas interactivas y contenidos multimedia con las que no se pretendía recibir retroalimentación de la audiencia para así sacar partido a la relación multidireccional entre ambos agentes.

No obstante, Fenoll (2011) acota que, con el paso del tiempo, la prensa digital ha tomado otro camino para gestionar y crear sus contenidos. Debido a las herramientas interactivas y de multimedia que brinda el Internet, el periodismo se ve condicionado, debido a que, aunque esta plataforma no afecta a los contenidos de forma per se, sí incide en la relación entre el medio y su público.

La prensa en Internet permite una mayor participación de sus consumidores gracias a las herramientas interactivas que brinda las nuevas tecnologías. De esto, los medios de comunicación han sacado provecho para mejorar la relación con su audiencia. El periodismo digital se ha tenido que adaptar al rol activo del público.

Aludiendo a esta idea, para Fenoll (2011) la interactividad de los usuarios con los contenidos periodísticos representa:

Una filosofía diferente a la hora de desarrollar la prensa en Internet, pues afecta tanto a la actitud de los medios frente a su público —el contenido y la forma de las noticias están cada vez más centrados en el público— como a la forma en que la audiencia utiliza los medios. Se han introducido, por tanto, una serie de nuevas variables que alteran, sustancialmente, la jerarquía de los actores del proceso comunicativo y la forma en que éstos se relacionan. De entre todos los elementos que definen las diferencias entre los medios tradicionales y los cibermedios, la interactividad es el rasgo esencial que mejor delimita la frontera entre ellos. La interactividad transforma al público en un usuario activo, independientemente del grado de intervención que esté dispuesto a afrontar. Esta herramienta, en cuanto gestora de los flujos de información entre el medio y su audiencia, tiene dos aplicaciones fundamentales. Un

tipo de interactividad, basado en la contribución de contenido, donde el público aporta valor como productor, y otro, basado en la participación del público en la selección y valoración del contenido, donde el público ejerce un papel activo como consumidor de la información (pp.6-7).

El usuario ahora tiene la potestad de valorar el contenido y la forma en como lo consume en la era digital, diferenciándose así de la forma en que la audiencia se relacionaba con determinado medio de comunicación en el pasado.

Según Fenoll (2011), con la prensa convencional, la interacción del público con los contenidos periodísticos estaba basada en el proceso informativo, en el cual había pocas formas de intervención como cartas al editor o director del medio, o determinados foros destinados a la audiencia.

Se puede observar el cambio de la relación entre el periodismo y los usuarios con la evolución de las telecomunicaciones. En el pasado, el público tenía pocas opciones para intervenir en los contenidos periodísticos, pero en la era digital, la audiencia cuenta con más canales para interactuar de forma directa e inmediata. Por ejemplo, muchos medios de comunicación cuentan con una sección de comentarios en sus notas publicadas. También, si un medio publica su contenido en redes sociales, los usuarios tienen la opción de poder opinar a través de la caja de comentarios o compartiendo la noticia en su perfil con algún mensaje.

La actualidad es otro elemento que caracteriza a los medios de comunicación en la era digital. Esto puede tener diversas formas de interpretarse.

Para Rost (2004) la actualidad en la prensa digital se divide en: actualidad sincrónica, actualidad reciente, actualidad prolongada y actualidad permanente.

La actualidad sincrónica, según se enmarca en Rost (2004), está relacionada a cuando el desarrollo de una noticia se está suscitando en tiempo real y la información es enviada de inmediato a la audiencia. Por ejemplo, con transmisiones en directo o el seguimiento de los hechos desde una página web o las redes sociales. La actualidad reciente hace referencia a los hechos que se han suscitado en el transcurso del día, pueden ser breves como información de última hora o de mayor extensión como una nota de seguimiento. Luego se encuentra la

actualidad prolonga, que se basa en cuando hay un evento de trascendencia de larga duración como la cobertura de una campaña electoral o una cita deportiva de magnitud. Finalmente, la actualidad permanente es cuando se tratan temas que siempre son de interés para el público, como problemáticas que pueden ser abordadas a través de reportajes y otro tipo de formatos periodísticos.

La actualidad siempre fue un elemento fundamental para el periodismo, pero con el paso del tiempo y el avance científico, ha sufrido diversas modificaciones que han obligado a entender este elemento de otra forma. Se destaca que en la era digital existen cuatro tipos diferentes de actualidad, cada una concede una función diferente de ejercer el periodismo y también permite integrar formatos tradicionales para el desarrollo de los contenidos periodísticos, para así darle una nueva perspectiva a la función del concepto de la actualidad en la era de las telecomunicaciones.

Por otro lado, Caminos et al. (2007), señalando la definición de López (2005) aseguran sobre la actualidad en el periodismo digital:

Habla de “ruptura de la periodicidad”, entendida ésta como el hecho de que en la red “los contenidos pueden ir actualizándose de forma instantánea y constantemente”. Esta constante actualización de la información en la red hace, según este autor, que los medios de comunicación que utilizan este canal puedan considerarse “aperiódicos donde las actualizaciones se producen constantemente y/o en función de los intereses y deseos del editor” (p.320).

Los investigadores indican que, a través de las plataformas digitales, los medios tienen la opción de refrescar las notas, y alimentarlas de manera constante y rápida con la nueva información que va llegando, de esta forma, rompiendo con conceptos como la periodicidad.

Finalmente, un elemento altamente correlacionado con la actualidad y que es de suma importancia para los medios de comunicación digitales es la inmediatez.

La inmediatez para Caminos et al. (2007) parafraseando a Armentia et al. (2000) es para la prensa digital una forma de brindarle al lector noticias de última hora a la brevedad, que van siendo actualizadas de manera constante

La idea sugiere que el concepto de inmediatez para el periodismo digital es un elemento que facilita a los periodistas el entregarle la información de relevancia a la audiencia de forma rápida, además de que esta información se puede encontrar actualizar de forma constante con nueva información.

Marín et al. (2011), en León y Vélez (2021) mencionan que, la inmediatez en los medios de comunicación digitales es un factor primordial que funciona para el periodismo como una herramienta que da paso a la actualización constante de los hechos o eventos de relevancia, superando así a medios convencionales como la televisión y la radio.

Con la inmediatez, los medios digitales han sobrepasado en diversos aspectos a los formatos convencionales como la televisión o la radio, debido a que permite que la información de relevancia para el público sea actualizada constantemente.

Sin embargo, pese a que la inmediatez es un elemento transcendental para los medios de comunicación en la era digital, algunos autores encuentran que este concepto puede tener algunos defectos a la hora de ejecutarlos.

Lorenzo (2018) señala sobre las falencias de la inmediatez en los medios de comunicación digitales:

¿Cómo consumir noticias en los medios digitales en estos momentos de posverdad cuando los sitios web portan la bandera de la noticia al instante, el vivo, la inmediatez? Ninguno se rige bajo las normas de la corroboración, donde pocos periodistas o medios chequean, los correctores de las ediciones están desapareciendo. Hay que empezar a cuestionar qué calidad tienen las notas que leemos, qué trabajo previo lleva realizado cada reportaje o informe, su originalidad como hasta también su capacidad de ser corroborable. Cuestionamientos como éstos ponen en tela de juicio un oficio, aunque desde siempre criticado, continúa teniendo un poder de transformación social increíble (p.157).

La inmediatez puede provocar desperfectos a la información que los periodistas brindan al público, porque en ocasiones, se saltan procesos de verificación para priorizar la publicación inmediata de la noticia. Esto provoca, para el autor, una alerta de dudar o cuestionarse cuál es la calidad de la información que se encuentra en los contenidos periodísticos consumidos por la audiencia.

Por esto mismo, en León y Vélez (2021), se menciona que, se busca poner en una balanza el peso de la calidad o de la inmediatez de la información, lo que conlleva a que se vea al profesional de la comunicación como un competidor más en busca de información, en un ecosistema donde el propio consumidor o lector de estos contenidos puede suplir la labor de informar del comunicador creando contenido a través de un teléfono celular.

Debido a los cambios que ha sufrido la forma de entender el periodismo, y como la inmediatez se convierte en un valor competitivo para la prensa digital, se busca valorar entre la calidad y la velocidad para presentar la información que influye más. Además, este paradigma pone sobre la mesa que un ciudadano que no necesariamente se dedique a la comunicación pueda hacer el mismo trabajo que un profesional de este oficio solo con tener un teléfono celular y acceso a internet.

También, la inmediatez tiene una variante que es aplicada al público, con la que se abre otro paradigma para este elemento.

León y Vélez (2021), citando a Enríquez y Casas (2013) aportan que, con el nuevo entendimiento de este concepto, se percibe a través de las nuevas audiencias que ya no les precisa esperar el inicio del noticiero radial, sino que pueden sintonizar los contenidos a la hora y lugar de preferencia a través de sus teléfonos celulares.

El avance tecnológico permite que el público actual pueda consumir los productos de su preferencia en el momento y lugar que les sea más adecuado. Esto no solo aplica para el caso del periodismo, sino para otras industrias. Por ejemplo, si una persona tiene la intención de ver una producción de HBO, ya no es necesario esperar semana a semana que el canal emita un episodio de esa producción, sino que los contenidos se pueden consumir a través de

plataformas de “*streaming*” como Max, donde se pueden encontrar todos los productos de ese canal y se pueden ver los episodios que se quiera, donde se quiera, y a la hora que sea.

Situándose de nuevo en el caso del periodismo, es común ver como los medios de comunicación alojan sus contenidos en distintas plataformas digitales para que se puedan espectar, escuchar o leer a posteriori. En el caso de Costa Rica, Teletica aloja en su sitio web oficial las ediciones matutina, vespertina y nocturna de su noticiero para que puedan ser reproducidas en cualquier momento. Asimismo, Noticias Repretel, sube a su canal oficial de YouTube los noticieros y las notas que realizan para que se puedan consumir en cualquier momento.

A pesar de estos elementos, eso no significa que los medios de comunicación nativo digitales y los medios de comunicación tradicionales o convencionales no puedan cohabitar en un mismo ecosistema, todo lo contrario. Los medios tradicionales buscan formas de poder adaptar su contenido e innovar para acercarse a las nuevas audiencias.

Por otro lado, hay casos de medios de comunicación que el mayor contenido se concentra en las plataformas sociales, como los objetos de estudio de esta investigación, que tienen su fuerte en las redes sociales como Instagram o TikTok, y en plataformas como Spotify o YouTube.

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### Tipo de Diseño

La presente investigación busca dar respuesta a la hipótesis inicial planteada mediante el estudio del tratamiento periodístico que realizan los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica respecto a una figura mediática de la política como lo es el presidente de la República de Costa Rica, Rodrigo Chaves, y para lograr este resultado el trabajo se fundamenta en un diseño cualitativo de recolección de datos e información.

Tal y como se explica en Hernández et al. (2006), las bases cualitativas de la investigación recaen en la descripción de los objetos y en técnicas de recolección de información como la revisión de documentos, entrevistas abiertas y registro de estudios previos. No se pretende medir probabilísticamente un fenómeno, sino construir conocimiento a partir de experiencias, documentos y datos sobre este, desarrollados de manera que se puedan generar conocimiento y entendimiento.

Según el tema de estudio, los objetos y la metodología de trabajo de los autores basan su desarrollo de la investigación cualitativa bajo el modelo de Investigación-Acción, en el que, como explica Sandín (2003) en Hernández et al. (2006), se pretende esencialmente “propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación” (p.706).

Se pretende informar sobre la realidad de los medios de comunicación, las nuevas maneras de informar en la era digital y la transformación de elementos como el lenguaje periodístico, para luego analizar y dejar toda la documentación dispuesta para decidir sobre la nueva forma de informarse y su importancia para la sociedad en temas de veracidad, justicia y relevancia.

En la espiral de Hernández et al., (2006) busca detectar un problema, investigarlo, formular un desarrollo con datos para resolverlo y generar retroalimentación con quienes son partícipes directos del tema, periodistas y sociedad.

## **Tipo de Investigación**

La presente investigación busca tener un alcance cualitativo, un trabajo basado en la especificación profunda y completa del fenómeno o la variable a estudiar en el período delimitado. Es decir, someter a un análisis meticuloso a las personas, grupos y objetos que tengan una incidencia en el estudio, junto con conceptos, trabajos previos y otras herramientas que aporten a esta descripción detallada.

Al final, el presente estudio descriptivo no determina o relaciona, como subraya Hernández et al., (2006), sino, que estudia y plasma en palabras todo lo necesario para dar con la respuesta a la pregunta y la afirmación o negación de la hipótesis inicial. También, la descripción detallada de la variable servirá como objeto de estudio para próximos trabajos.

## **Fuentes de Información**

Las fuentes de información son elementos indispensables para una investigación, debido a que éstas se relacionan directamente con los recursos para recabar datos que sustenten el trabajo. Según Miranda y Acosta (2009) las fuentes de información se definen como: “todos aquellos medios de los cuales procede la información, que satisfacen las necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado y, que posteriormente será utilizado para lograr los objetivos esperados” (p.2).

## **Fuentes Primarias**

Asimismo, existen diversos tipos de fuentes de información, entre las que se encuentran las fuentes primarias, las cuales Hernández et al. (2006) las definen de la siguiente manera:

Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de estas son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios,

artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etc. (p.66).

Tomando como punto de referencia esta definición, se presentan las fuentes primarias elegidas en primera instancia para desarrollar el presente trabajo. Cada una de las siguientes fuentes se relacionan desde distintas perspectivas con la investigación:

### Contenido Multimedia

- Programa '*Welcome To Chepe*', producto que se sube al canal oficial de No Pasa Nada en la plataforma digital de emisión de videos YouTube. Analizar este contenido es esencial para la recolección de datos que se pretende realizar en esta investigación.
- Podcast '*DaWik*', que se sube al perfil oficial de La Hora Tica en la plataforma digital de emisión de audio Spotify. El contenido de este programa es fundamental para poder avanzar en los objetivos planteados en esta investigación.

**Tabla 1:** Entrevistas

PARTICIPANTES DE LAS ENTREVISTAS		
Participante	Perfil	Relación con la investigación
<b>Pietro Cercone Mora</b>	Bachiller en Cine del Pratt Institute de Nueva York.	Director y fundador de No Pasa Nada.
<b>Karol Quesada Noguera</b>	Estudiante de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica y periodista.	Presentadora y productora del programa de No Pasa Nada, ' <i>Welcome To Chepe</i> '.

<b>David Barrientos Villalobos</b>	Bachiller en Periodismo de la Universidad Latina y licenciado en Producción Audiovisual de la Universidad San Judas Tadeo.	Fundador y director de La Hora Tica. Encargado del espacio de ese medio de comunicación, <i>'DaWik'</i> .
<b>Joseph Fernández Vargas</b>	Licenciado en periodismo de la Universidad San Judas Tadeo y bachiller en Ingeniería en Sistemas, de la Universidad Fidélitas. Creador de contenido, administra el canal de YouTube: <i>'Informe #ALDATO'</i> .	Experto en comunicación digital. Creador de contenido.
<b>Diego Delfino Machín</b>	Licenciado en periodismo de la Universidad San Judas Tadeo y egresado de Derecho de la Universidad de Costa Rica. Fundador y director del medio digital costarricense, Delfino.cr.	Experto en medios de comunicación digital y periodismo político.
<b>Nataly Segura Molina</b>	Egresada de Sociología y estudiante de Orientación en la Universidad Nacional (UNA), estudiante de Trabajo Social en la Universidad de Costa Rica (UCR). Representante ante el Consejo Académico en la Federación de Estudiantes de la Universidad Nacional – FEUNA.	Socióloga y estudiante de carreras de Ciencias Sociales.

Fuente: Elaboración propia.

## **Fase de recolección de datos**

Para dar respuesta a la pregunta e hipótesis inicial, en la presente investigación se tomará como punto de partida la recolección de información a través de 2 instrumentos principales.

Como primer gran instrumento se toma el análisis de contenido, el cual se utilizará para el objetivo 1, 2, 4 y 5 de la investigación. Luego se recolectará información de primera mano con entrevistas a profundidad para desarrollar los objetivos 2,3,4 y 5.

### *Análisis de contenido*

Como parte de los instrumentos para efectos de la presente investigación, se realizará el análisis de contenido de las producciones audiovisuales de los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica, con el propósito de conocer el tratamiento periodístico empleado por estos medios en la información relacionada con el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles como figura mediática durante los últimos cinco meses de 2023. Las principales fuentes de contenido para realizar el análisis son: *'Welcome To Chepe'*, programa de No Pasa Nada; y *'DaWik'*, producción de La Hora Tica.

Respecto al análisis de contenido, Hernández et al. (2006) señalando la definición de Berelson (1971) indica que: “El análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva sistemática y cuantitativa” (p.356).

Partiendo de esta definición, es necesario plantear este instrumento de investigación para el presente trabajo con el objetivo de recabar datos relacionados al lenguaje periodístico y los formatos audiovisuales que utilizan No Pasa Nada y La Hora Tica en sus producciones, respecto al tratamiento periodístico realizado por estos medios para presentar las noticias que tiene como tema central al presidente Chaves como figura mediática.

### *Entrevista semiestructurada*

Se utiliza este instrumento dado que permite un contacto directo y desarrollar el recurso de una forma más abierta, tal como lo define Hernández et al. (2006), las entrevistas se basan en un conjunto que lo conforman asuntos transformados en preguntas por las cuales

el entrevistador tiene libertad para repreguntar en caso de precisar más información sobre el tema, lo que se podría también llamar improvisación o seguimiento de la entrevista al momento, no todo es predeterminado.

El presente formato de entrevista pretende acudir como fuente primaria a los responsables del manejo y proceso de producción de los contenidos de tratamiento periodístico de los medios de comunicación digital alternativos No Pasa Nada y La Hora Tica para tener conocimiento y explicación de su línea editorial, formatos de edición, enfoque periodístico, lenguaje, manejo de la información y fuentes a las que acuden para crear contenidos acerca de la gestión del presidente Rodrigo Chaves como figura mediática, entre otros temas de interés.

Con el fin de que sea un espacio provechoso se abarcarán todos los contenidos de manera desarrollada y con posibilidad también de llenar vacíos o conocer elementos que no estaban contemplados en un inicio, de acuerdo con los datos que brinden los entrevistados. La naturaleza de este tipo de instrumento permite que los investigadores puedan introducir preguntas que arrojen luz a temas o conceptos que van surgiendo a medida que avanza la conversación con los involucrados.

En un mismo formato se abarcan a los dos objetos de estudio dado que comparten temas de interés y se quiere conocer las respuestas de los dos medios de comunicación a cuestiones que comparten. Sin embargo, también se plantearán preguntas particulares o ejemplificadas con el trabajo que realizan ambos medios de comunicación para así poder realizar un análisis posterior amplio sobre las metodologías de tratamiento periodístico que comparten y otras en las que distan.

Las entrevistas se realizan en momentos diferentes con los tres involucrados de los dos objetos de estudio para que las respuestas de cada uno no afecten o medien los datos brindados por el otro medio de comunicación.

De igual forma, se aclara que las entrevistas a los expertos siguen el mismo modelo. Además, al igual que con las fuentes directamente implicadas, a los expertos se les realizarán las respectivas entrevistas en momentos diferentes.

Tabla 2: Operacionalización de las variables

Objetivo	Variable	Indicador	Pregunta	Fuente	Instrumento
1. Describir el lenguaje periodístico utilizado por los comunicadores de los medios digitales No Pasa Nada en su sección 'Welcome to Chepe' y La Hora Tica en su sección 'DaWik' al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.	<b>Lenguaje periodístico</b>	Tipo de tono utilizado	¿Cuál es el tono que utilizan?	Vídeos publicados en la sección 'Welcome To Chepe' (No Pasa Nada) y 'Da Wik' (La Hora Tica).	Análisis de contenido
		Cantidad de adjetivos calificativos empleados	¿Cuántos adjetivos calificativos utilizan?		
		Tipo de figuras literarias o retóricas usadas	¿Cuáles figuras literarias o retóricas utilizan?		
		Tipo de coloquialismos empleados	¿Cuáles coloquialismos utilizan?		
2. Identificar las fuentes de información de los medios digitales No Pasa Nada en su sección 'Welcome to Chepe' y La Hora Tica en su sección 'DaWik' utilizadas para el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido	<b>Fuentes de información</b>	Cantidad de bases de datos utilizadas	¿Cuántas bases de datos utilizan?	Pietro Cercone Mora y Karol Quesada Noguera (No Pasa Nada) y David Barrientos Villalobos (La Hora Tica).	Entrevista semiestructurada  Análisis de contenido
		Número de fuentes acudidas	¿Cuántas fuentes acuden?		
		Tipo de fuentes de información	¿Cuáles tipos de información utilizan?		
		Origen de las fuentes de información	¿Cuál es el origen de las fuentes de información utilizadas?		

entre agosto y diciembre del 2023.					
3. Determinar los instrumentos de verificación de hechos empleados por los medios digitales No Pasa Nada en su sección 'Welcome to Chepe' y La Hora Tica en su sección 'DaWik' en el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.	<b>Instrumentos de verificación</b>	Tipo de instrumentos utilizados	¿Cuáles instrumentos de verificación usan?	Pietro Cercone Mora y Karol Quesada Noguera (No Pasa Nada) y David Barrientos Villalobos (La Hora Tica).	Entrevista semiestructurada
		Cantidad de instrumentos utilizados	¿Cuántos instrumentos de verificación emplean?		
		Frecuencia con que se utilizan	¿Con qué frecuencia utilizan los instrumentos?		
		Procesos para emplear los instrumentos de verificación	¿A cuáles procesos se someten los instrumentos?		
4. Determinar el tipo de encuadre realizado por los medios digitales No Pasa Nada en su sección 'Welcome to Chepe' y La Hora Tica en su sección 'DaWik' al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el	<b>Encuadre de las noticias</b>	Juicios de valor	¿Cuáles juicios de valor se emplean?	Vídeos publicados en la sección 'Welcome To Chepe' (No Pasa Nada) y 'DaWik' (La Hora Tica).  Pietro Cercone Mora y Karol Quesada Noguera (No Pasa Nada) y David Barrientos	Análisis de contenido  Entrevista semiestructurada
		Contextualización del tema	¿Cuál es el contexto de las informaciones brindadas?		
		Propuestas de solución	¿Cuáles propuestas de solución se brindan?		

período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.		Comparación de actores o eventos	¿Cuál es la comparación emite con otros eventos o personas?	Villalobos (La Hora Tica).	
5. Contrastar la producción audiovisual del tratamiento periodístico empleado por los medios digitales No Pasa Nada en su sección 'Welcome to Chepe' y La Hora Tica en su sección 'DaWik' para presentar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.	<b>Producción audiovisual</b>	Cantidad de videos, imágenes y sonidos utilizados	¿Cuántos videos, imágenes y sonidos utilizan para ilustrar las informaciones?	Vídeos publicados en la sección 'Welcome To Chepe' (No Pasa Nada) y 'DaWik' (La Hora Tica).	Análisis de contenido
		Tipos de técnicas narrativas audiovisuales	¿Cuáles técnicas audiovisuales utilizan?	Vídeos publicados en la sección 'Welcome To Chepe' (No Pasa Nada) y 'DaWik' (La Hora Tica).	Análisis de contenido
		Tipo de edición de formatos audiovisuales	¿Cuáles tipos de edición de formatos audiovisuales utilizan?	Pietro Cercone Mora y Karol Quesada Noguera (No Pasa Nada) y David Barrientos Villalobos (La Hora Tica).	Entrevista semiestructurada
		Tipos de formato de guiones para realizar contenidos audiovisuales.	¿Qué tipo de guiones se utilizan para crear los contenidos?		

Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO IV. UNIDAD DE ANÁLISIS

Durante el recorrido teórico realizado en las páginas anteriores del presente trabajo se compaginaron definiciones, metodologías, objetivos, preguntas, entre otros desarrollos que juntos serían la base para recaer en este capítulo. En el presente apartado se plasmarán las acciones que darán respuesta a los objetivos, esto a través de instrumentos como el análisis de contenido y la entrevista.

A partir de esto se podrán originar conclusiones y resultados basados en hechos, observación y criterios directos de los objetos de estudio, todo esto con el fin de generar un trabajo robusto con argumentos para dar respuesta a la hipótesis y pregunta de investigación inicial.

Para la recolección de datos, uno de los principales instrumentos empleados fue la entrevista semiestructurada, aplicada tanto a fuentes directas como indirectas. Este método fue seleccionado por los investigadores debido a su flexibilidad: permite preparar un conjunto de preguntas con antelación, pero también ofrece la posibilidad de formular cuestionamientos adicionales durante el desarrollo de la conversación, lo que enriquece el proceso.

Para este estudio, se realizaron entrevistas a tres figuras clave: Pietro Cercone Mora, fundador y director de No Pasa Nada; Karol Quesada Noguera, periodista y productora de *'Welcome To Chepe'*; y David Barrientos Villalobos, director y fundador de La Hora Tica, encargado del espacio *'DaWik'*. Estas entrevistas proporcionaron una visión directa al trabajo diario de los objetos de estudio, así como entender aspectos vitales como la línea editorial, la producción de los contenidos, y las herramientas y criterios utilizados por ambos medios de comunicación para aplicar el tratamiento periodístico de la información relacionada con el presidente de la República, Rodrigo Chaves Robles.

Además, se llevaron a cabo entrevistas a especialistas en diferentes áreas para profundizar en aspectos relevantes para la investigación. Entre estos expertos se encuentran la socióloga Nataly Segura Molina; el periodista y creador digital, Joseph Fernández Vargas, y al director y fundador de Delfino.cr, Diego Delfino Machín. Cada uno de estos expertos

brinda una variedad de aristas necesaria para los puntos de interés que se pretenden explicar en este estudio.

Como herramienta complementaria, los autores utilizaron el análisis de contenido, a partir del estudio de productos audiovisuales publicados por No Pasa Nada y La Hora Tica. Este análisis permitió identificar elementos clave como el tipo de lenguaje y tono empleados por estos medios, aspectos de suma transcendencia para los fines del estudio.

Con esta base, se desglosarán los objetivos para analizar en profundidad el tema central del trabajo.

### **Unidad de análisis 1: Lenguaje**

*Describir el lenguaje periodístico utilizado por los comunicadores de los medios digitales No Pasa Nada y La Hora Tica al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*

Un aspecto transcendental en el periodismo es el lenguaje que utilizan los medios de comunicación y los profesionales que componen las filas de estas entidades. Cada medio de comunicación suele tener un formato y un estilo propio que le distinga. Desde su logo, la tipografía que utiliza, hasta los colores de sus titulares y su estilo informativo forman parte de su sello de identidad, y el lenguaje no es un aspecto menor.

A lo largo del tiempo, el lenguaje que se utiliza en el periodismo se ha ido transformando conforme a las nuevas tendencias que surgen en las sociedades, así para suplir las necesidades que impactan al periodismo.

Con la creación de la imprenta, como menciona Edo (2021), en el siglo XV, se empezó a desarrollar la prensa escrita, relacionada generalmente con los periódicos. Para este tipo de medios de comunicación se estableció una determinada forma de comunicar las noticias. Con la llegada de la radio y la televisión en el siglo XX, se estableció una nueva fórmula de expresar los temas en los productos periodísticos. Lo mismo sucede con la llegada de los

medios digitales y los proyectos periodísticos que se desarrollan desde el auge del Internet en la primera mitad del siglo XXI.

Para cada formato donde se ha desarrollado a lo largo de la historia, los diferentes medios de comunicación establecidos en estas plataformas tienen su propia forma de producir su contenido. La prensa escrita tiene un lenguaje o estilo de comunicación diferente a la radio y la televisión, y lo mismo sucede para los proyectos periodísticos desarrollados en la web y las redes sociales, que han puesto sobre la mesa una forma propia de lenguaje para crear los contenidos que son llevados al público.

Bien es cierto en la prensa en general se aplican reglas no escritas que autores y entidades de la industria de la comunicación han rescatado propuesto a lo largo del tiempo como economizar el lenguaje para llevar la información de la forma más sencilla posible, aludiendo al punto de forma concisa.

Vargas (2015) en el conversatorio “Periodismo y Lenguaje” diferenció el lenguaje periodístico y el literario explicando que:

No quiere decir que el lenguaje que uno utiliza para escribir reportajes, crónicas o editoriales sea el lenguaje que puedes utilizar para escribir una historia novelesca. Yo creo que hay una diferencia muy grande en el tipo de lenguaje que utiliza para ambas cosas. El periodismo exige un lenguaje que comunique, que llegue directamente, que lleve directamente al lector a aquello que tú quieres transmitir. El lenguaje del periodismo no debe ser una barrera entre quien escribe y quien lee. (05m20s).

Tomando como referencia lo explicado por el escritor Vargas Llosa, con los nuevos medios alternativos desarrollados en la era digital, el lenguaje periodístico ha mantenido su esencia en cuanto a determinadas reglas sagradas del oficio, pero también ha mutado a una forma más coloquial y casual para adaptarse a los nuevos tiempos, sobre todo, para llegar a los públicos más jóvenes.

## Tono de lenguaje utilizado

En el caso de No Pasa Nada y La Hora Tica, en los 20 productos audiovisuales analizados se encuentra una amplia gama de tipos de lenguaje que está compuesta por: lenguaje coloquial, sarcástico, humorístico, informativo, confrontativo y técnico al referirse a los temas relacionados con el presidente Rodrigo Chaves.

Partiendo con el programa de No Pasa Nada, *'Welcome To Chepe'*, de los 10 videos seleccionados por los investigadores se identificó que han utilizado los tipos de lenguaje: coloquial, informativo, humorístico, sarcástico y confrontativo.

Estos se reparten de la siguiente manera: el tono informativo, coloquial, sarcástico y humorístico se encuentra en todos los videos analizados para efectos de este trabajo. El lenguaje confrontativo solo es utilizado en una sola ocasión.

Un ejemplo del uso de este tipo de tonos lingüísticos se encuentra en el video titulado *"¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpiadas Y Más"*. En este video, la periodista Karol Quesada comenta la conferencia de prensa que dio el presidente Chaves el 26 de septiembre de 2023, en la que el mandatario se refirió al voto decisivo de la diputada Luz Mary Alpízar Loaiza, del Partido Progreso Social Democrático (PPSD), para aprobar el resello del proyecto "Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea", calificando la acción de la congresista como una "traición" y llamándola "Judas".

Para introducir la inserción en la que el presidente arremete contra la diputada, Quesada dice en tono humorístico, usando el recurso de la ironía: "Veamos todo lo que tuvo que decir Chaves en la conferencia de prensa, que fue muy tranquila, muy pasiva".

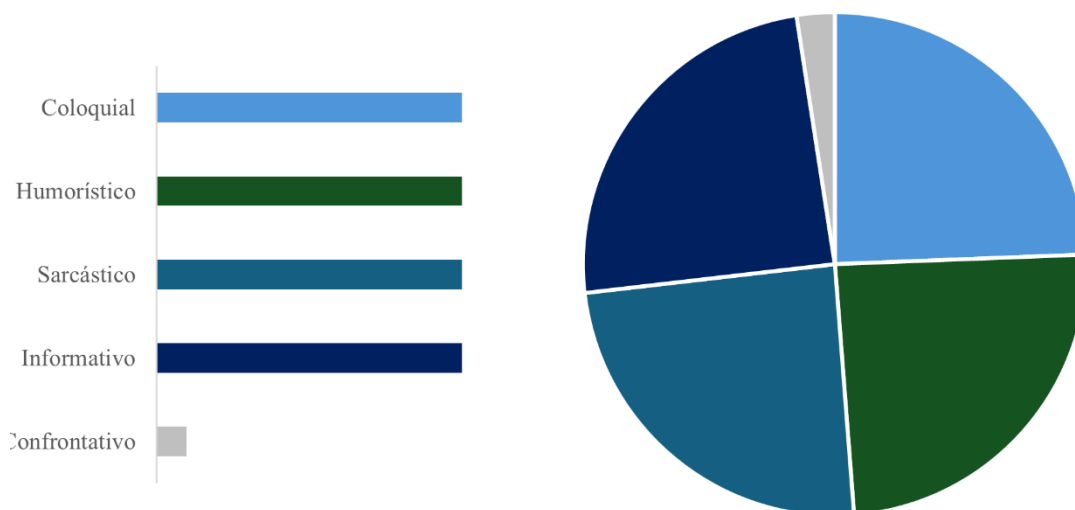
Otro ejemplo destacado se encuentra en el video titulado *"¿Droga Tica Llega A Europa!? Diputados EXPULSADOS, Chaves se va a Panamá ¡Protestas Pro-Palestina!"*. En este video se aborda la incautación de 494 kilogramos de cocaína en el puerto de Róterdam, Países Bajos, provenientes de la megaterminal portuaria APM Terminals de Moín,

Limón. El presidente había declarado en julio de 2023 que, gracias a los nuevos escáneres instalados en Moín, no había pasado "ni un gramo, ni una onza, ni un grano" de cocaína con destino a Europa. Sin embargo, La Nación (2023) informó que las autoridades neerlandesas confirmaron que el cargamento incautado provenía de Costa Rica y había pasado por uno de los escáneres instalados que llevaba apenas 22 días de actividad.

Para comentar la noticia, Quesada da el contexto de la noticia con información del diario La Nación, poniendo la inserción del presidente y diciendo en tono humorístico, con palabras coloquiales y utilizando el recurso del sarcasmo: “De fijo se decomisó más de un grano de cocaína, específicamente 494 kilos de cocaína procedentes de nuestro bello y seguro país. Algunos gramillos, nada más: 494 para ser exactos.”

Finalmente, donde se detecta el uso del tono confrontativo con tintes humorísticos y coloquiales se observa en el video “*¡¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!? ¡Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes*” donde la comunicadora cataloga como “berrinche” la forma en que el presidente Chaves instó a la entonces ministra de la Presidencia, Natalia Díaz Quintana, a que desconvoque 26 proyectos de ley en materia de seguridad propuestas por el Poder Ejecutivo en el Congreso. Sobre esto, Quesada indicó que parte de las formas en las que Chaves pide que se desconvocaran dichos proyectos se debe a que “casi no tiene amigos en la Asamblea y le enchichó”.

**Figura 1:** Uso de Tipos de Lenguaje en contenido de ‘Welcome To Chepe’



*Fuente: Elaboración propia.*

Por el lado del programa *'DaWik'* se encuentra una mayor varianza en el uso de los tipos de lenguaje. De los 10 podcasts seleccionados en esta investigación se encuentra los tonos coloquial, informativo, sarcástico, humorístico, confrontativo y técnico.

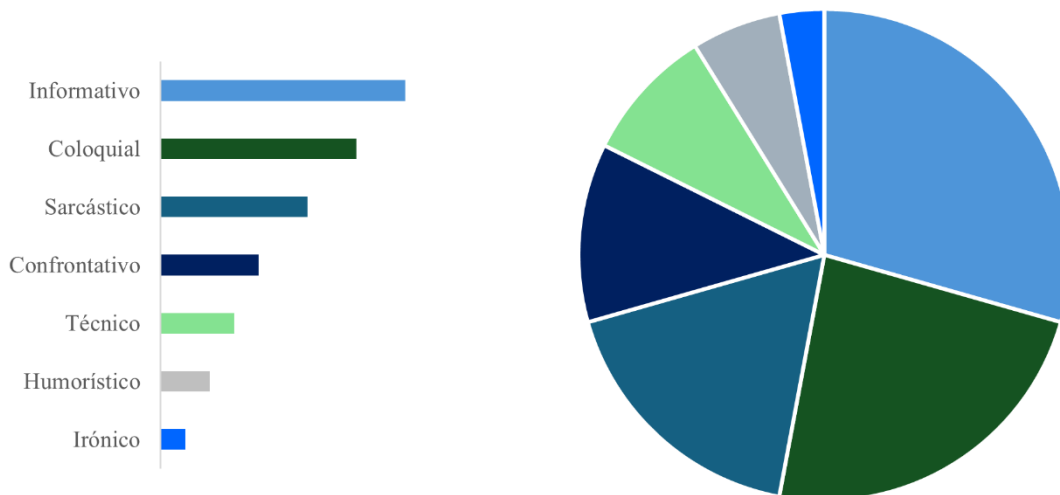
La aparición de éstos en el contenido del programa se desglosa de la siguiente manera: el lenguaje informativo aparece en 10 episodios, el coloquial en 8, el sarcástico en 6, el confrontativo en 4, el técnico en 3 y el irónico es localizado en una sola ocasión.

Para ejemplificar lo descrito con anterioridad se puede tomar como referencia el podcast titulado *"Se Enojó Kiko"* donde David Barrientos comenta la conferencia de prensa en la que Rodrigo Chaves solicitó desconvocar 26 proyectos sobre seguridad ciudadana en la corriente legislativa. Con un tono sarcástico, el periodista se refiere al presidente como "Kiko", comparando su actitud con la del personaje de la serie televisiva mexicana *'El Chavo del 8'*, quien suele ser catalogado como arrogante y caprichoso.

En ese mismo episodio, en tono confrontativo, Barrientos cuestiona el discurso del presidente asegurando que: "Esa es probablemente una de las más vergonzosas intervenciones que le he escuchado a un presidente de nuestro país".

Para ejemplificar el tono técnico, en el episodio titulado *"Narcos"*, Barrientos explica cómo la Asamblea Legislativa anuló el veto presidencial que Chaves había impuesto al Expediente 23.581, "Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea". En este episodio, Barrientos detalla que el Congreso aprobó el proyecto utilizando la figura del "resello" y menciona términos técnicos como "rentas pasivas".

**Figura 2:** Uso de tipos de lenguaje en contenidos de ‘DaWik’



*Fuente: Elaboración propia.*

Por lo que se observa, el lenguaje de ‘DaWik’ representa una mayor complejidad en cuanto a su varianza de uso, esto porque se encuentran distintos tonos en los contenidos donde se trata la información referente al mandatario Chaves.

Mientras tanto, ‘Welcome To Chepe’ tiene un comportamiento más uniforme en la forma de expresar la información tratada, debido a que la gama de tonos utilizados suele seguir el mismo patrón, exceptuando el uso del lenguaje confrontativo en uno de los contenidos analizados.

Cabe resaltar que, en todos los videos y podcast analizados, tanto Karol Quesada de No Pasa Nada como David Barrientos de La Hora Tica, contextualizan a su audiencia sobre la noticia que están comentando antes de emitir un criterio utilizando algunos de los tonos mencionados con anterioridad.

El uso de estos determinados tonos tiene una razón de ser, y entre ambos objetos de estudio hay concordancias de criterio en porqué suelen utilizar los tonos anteriormente mencionados, sobre todo el coloquial, humorístico y sarcástico que son lo que aparecen con mayor frecuencia.

Quesada (2024) menciona que parte de la conexión de No Pasa Nada y su audiencia se debe a que está compuesta en gran medida por personas jóvenes, quienes pueden sentirse identificadas al escuchar a alguien de una edad similar hablar de estos temas. De esta forma, se logra informar y entretener al mismo tiempo, utilizando un tono más ligero, con bromas y un lenguaje cercano a este público.

Cercone (2024), como director de No Pasa Nada menciona que el medio suele intentar “traducir” a un lenguaje más común la información que le llevan al público, de una forma que sea entendible para todo aquel al que le llegue ese contenido.

Por su parte, Barrientos (2024) coincide en que La Hora Tica y su público tienen una cercanía por el tipo de lenguaje que utilizan, el cual resulta cercano para ellos.

La socióloga, Nataly Segura, destaca que la forma en que se comunican estos nuevos medios de comunicación y la cercanía que pueden tener con el público la persona que está a cargo de esos espacios deben ser factores tomados en consideración a la hora de entender porque estos formatos tienen éxito con determinadas audiencias:

Creo que también el identificar se responde al cómo comunicamos, o como medios, que de repente nos parece que ya no son tan confiables. Un ejemplo de esto es algo muy popular, que creo que todos y todas recordamos. Por ejemplo, escuchar a Ignacio Santos en los medios de comunicación tradicionales, en los canales televisivos tradicionales, más bien, hablando sobre lo mismo de siempre. Entonces, para mí es muy importante entender la población meta del programa. (Segura, entrevista personal, 2024).

Por otro lado, no resultan poco comunes espacios donde se ligue la información con el humor. Desde tiempo antiquísimos, existen espacios donde distintas personalidades comentan temas políticos utilizando la sátira y el humor. Los ejemplos más palpables de este tipo de formatos son los programas nocturnos de comedia (“*late night*”) donde una persona, generalmente un comediante hace un monólogo que haga reír a la audiencia mientras comenta temas relacionadas a la actualidad. Comediantes como John Oliver, David Letterman, o Jimmy Kimmel, han realizado este tipo de formatos. En habla hispana, cómicos

como el español Andreu Buenafuente se han convertido en referencia de esta clase de programas.

Si bien mayoritariamente estos espacios son conducidos por personajes ajenos al periodismo, figuras ligadas a este oficio también han incursionado en formatos similares. Un ejemplo representativo es el caso del peruano Jaime Bayly, quien entre 2006 y 2010 condujo el programa *'El Francotirador'*. En este espacio, Bayly ligaba el periodismo con el humor, porque ejercía prácticas propias del oficio como reportajes o entrevistas, pero se permitía comentar la actualidad política con tintes humorísticos e irreverentes. Comunes eran los comentarios jocosos hacia personajes de la política latinoamericana como al expresidente peruano Alan García, la exmandataria chilena Michelle Bachelet o el excaudillo venezolano, Hugo Chávez. En ocasiones, Bayly “entrevistó” a imitadores que se disfrazaban de estos personajes para hacer una parodia satírica de los mismos.

Y es que, además, la utilización de los tonos humorísticos o sarcásticos en estos contenidos, así como figuras literarias relacionadas al humor, son parte identitaria de estos espacios.

Quesada (2024) menciona que el uso de estos recursos es debido a que resultan más digeribles para una audiencia joven, que constituye el público mayoritario de No Pasa Nada en sus distintas plataformas. Por ello, no solo en *'Welcome To Chepe'*, sino en todos los contenidos que producen para sus redes sociales, se apuesta por formatos más ligeros dirigidos a esta audiencia.

Además, Cercone (2024) asegura que el uso del humor en los contenidos de *'Welcome to Chepe'* también lleva un toque de la personalidad de quien esté a cargo de ese espacio. Según comenta, cuando él mismo u otros colaboradores producen el programa, el tipo de humor empleado en parte depende del estilo particular de cada uno.

Por su parte, Barrientos (2024) indica que el uso del tono cómico forma parte de la esencia de su medio de comunicación: “La Hora Tica siempre ha intentado meter algún elemento de humor en sus contenidos, a veces lo hacemos bien y otras no tanto, pero siempre ha estado” (Barrientos, entrevista personal, 2024).

A raíz de lo descrito por los profesionales encargados de los objetos de estudio, se puede entender que el utilizar un lenguaje coloquial con tintes humorísticos y sarcásticos es parte del sello de identidad de estos proyectos. Desglosando lo analizado en cada contenido, se hace presente lo explicado por los comunicadores de No Pasa Nada y La Hora Tica.

Para el periodista independiente, Diego Delfino, que existan espacios como los desarrollados por los medios alternativos analizados en esta investigación, donde usan un tono humorístico para explicar temas políticos, así como hacer un llamado a cuentas del poder es positivo para el fortalecimiento de la democracia en el país. El comunicador recalca:

Yo soy defensor número 1 de los espacios de irreverencia y cuestionamiento crítico desde el humor. Me parece elemental y parte de la libertad de expresión y la libertad de prensa. Es sano y deseable que haya muchísimos medios de comunicación que tengan distintas agendas ideológicas y editoriales, y que la gente pueda consumir tantos como les sea posible de acuerdo a su tiempo, capacidad e interés, y ejercer su pensamiento crítico para tomar información de cada uno y contrarrestarla y demás. (Delfino, comunicación personal, 2024).

Sin embargo, Delfino (2024) sugiere que, aunque es positivo que existan este tipo de iniciativas, es importante tener claro los parámetros a la hora de construir este tipo de contenidos, tomando en cuenta el alcance que pueden tener las palabras. Para el comunicador, el qué se dice y el cómo es vital tomarlo en consideración.

### **Uso de adjetivos**

Por otro lado, se identificó los diferentes tipos de adjetivos que son utilizados por ambos medios de comunicación. Las categorías de adjetivos que componen el lenguaje con el que *'Welcome To Chepe'* y *'DaWik'* tratan la información referente al mandatario Chaves son: calificativos, interrogativos, diminutivos, tecnicismos, numerales, posesivos y gentilicios.

A diferencia de los tipos de lenguaje, los adjetivos utilizados en ambas producciones se comportan de manera más heterogénea porque en los videos y audios analizados, algunas

clases de adjetivos se emplean en al menos uno de ellos, mientras que en otros no aparecen en ninguna ocasión.

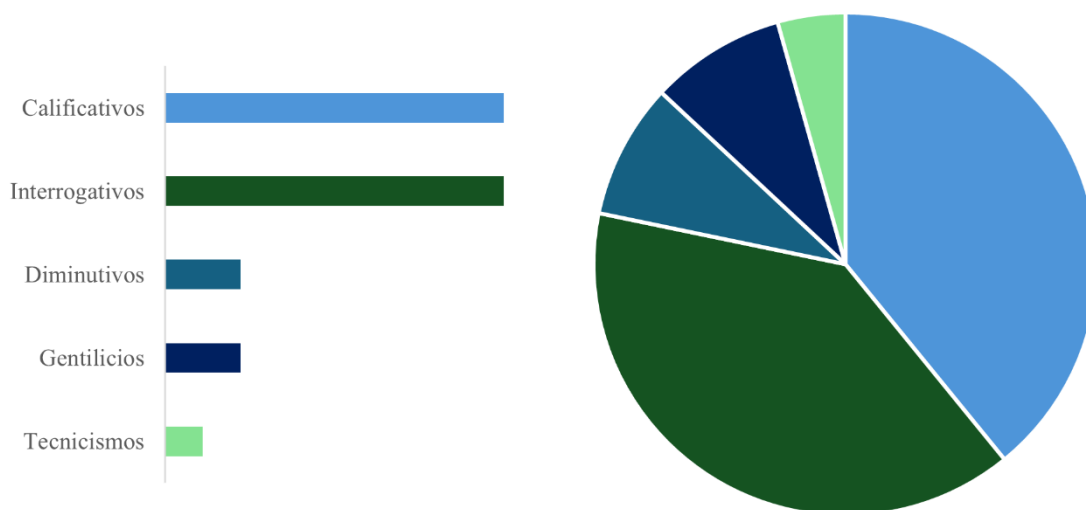
Desglosando primero *'Welcome To Chepe'*, en los 10 videos seleccionados se encontró que en 9 de ellos se utilizaron adjetivos calificativos e interrogativos, en 2 se usaron diminutivos y gentilicios, y en uno, tecnicismos y numerales. No se encontraron adjetivos posesivos en ningún video.

En una buena medida, los adjetivos calificativos empleados en los episodios de *'Welcome To Chepe'* acompañan un juicio de valor emitido por su presentadora, quien a través del humor utiliza esos calificativos en frases donde cuestiona el accionar del presidente de la República.

En el video *"¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!?! Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes"* donde Quesada trata la conferencia de prensa, donde Chaves instó a desconvocar 26 proyectos de ley en materia de seguridad propuestos por el Poder Ejecutivo en el Parlamento, la comunicadora califica de "berrinche" el discurso que dio Chaves en esa ocasión, entre otros ejemplos.

Sin embargo, cabe resaltar que en algunas ocasiones la utilización de ese tipo de adjetivos en este espacio viene acompañadas de opiniones positivas sobre algunos temas relacionados a Rodrigo Chaves. Un ejemplo de esto es el video *"La Peor CRISIS De Inseguridad ¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación"*. Quesada trata la reunión que tuvo el Consejo Nacional de Seguridad Nacional, donde se reunieron el presidente Chaves y distintos miembros del Poder Judicial. La periodista explicó que posterior a esa reunión, el presidente Chaves dio una conferencia de prensa donde habló de los discutido en dicha reunión. La periodista destacó algunos puntos positivos, calificando de "buen discurso" lo pronunciando por el mandatario.

**Figura 3:** Uso de tipos de adjetivos en contenidos de ‘Welcome To Chepe’



*Fuente: Elaboración propia.*

En el caso de ‘*DaWik*’, en los 10 audios sometido a análisis, se identificaron adjetivos calificativos en 9 de ellos, mientras que en 2 se utilizaron interrogativos, diminutivos y tecnicismos, mientras los posesivos se encuentran en uno de los contenidos. Los numerales y gentilicios no se emplearon en ninguno de los audios analizados.

Con ‘*DaWik*’ se suscita un fenómeno parecido a ‘*Welcome To Chepe*’, esto debido a que el uso de los adjetivos calificativos suele estar correlacionados a la opinión emitida por el presentador para cuestionar al presidente.

En el podcast titulado “*Narcos*” el periodista habla sobre la reacción que tuvo Rodrigo Chaves al voto decisivo de la diputada Luz Mary Alpízar para que se resellara el proyecto “Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea”. El comunicador se permitió opinar sobre la actitud del mandatario y lo calificó como “inmaduro”, “inseguro” y “persona autoritaria”.

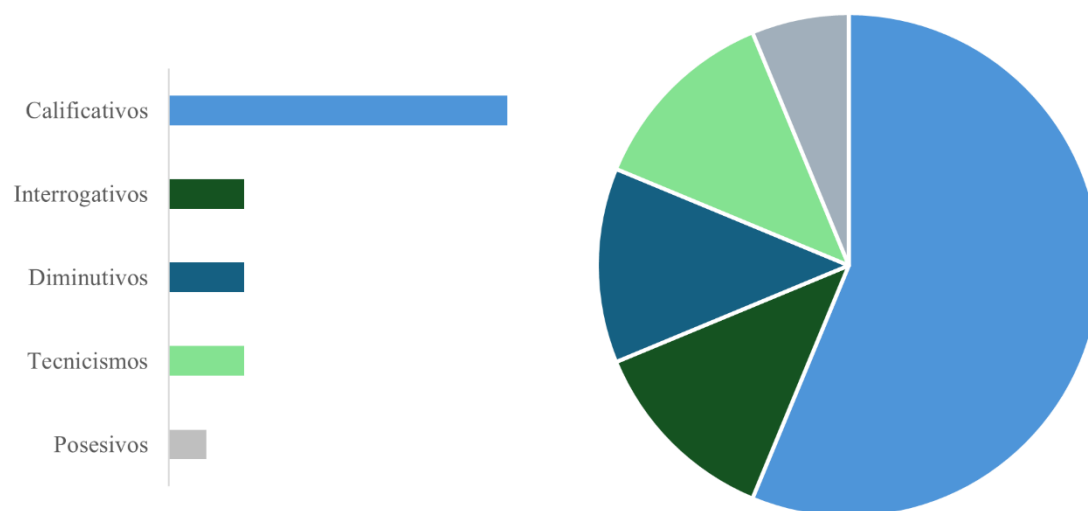
Al igual que en el caso de ‘*Welcome To Chepe*’, en determinadas ocasiones el periodista David Barrientos ha utilizado adjetivos calificativos para emitir criterios positivos sobre el presidente Chaves y otras figuras políticas. En el episodio: “*Favorecimientos*” donde el comunicador trata la comparecencia del asesor presidencial Gabriel Aguilar ante el

Congreso, el periodista señala que le pareció que la diputada Andrea Álvarez Marín, del Partido Liberación Nacional (PLN) “hizo un buen punto” al cuestionar algunas declaraciones del subordinado del mandatario.

En el podcast llamado “*Trabajar menos, ganar igual*” donde Barrientos trata la noticia sobre la visita de Rodrigo Chaves a Estados Unidos, para reunirse en la Casa Blanca con su homólogo, Joe Biden; el periodista señala que la visita del presidente Chaves “es una buena noticia, es excelente”. Bien es cierto que, en ese mismo episodio, el comunicador emplea los adjetivos calificativos para cuestionar algunas de las declaraciones que emitió el gobierno tras la visita de Chaves a Washington, pero también señala a través del uso de los calificativos, algunos aspectos que, desde su punto de vista son positivos.

El uso de estos adjetivos es esencial en este estudio, se busca entender porque se utilizan, sobre todo los calificativos, que son los que más presencia tiene. El utilizar estos adjetivos tiene que ver con el sello de estos proyectos y tipo de encuadre que manejan ambos formatos. Este punto se tratará con mayor amplitud en otro apartado de esta investigación.

**Figura 4:** Uso de tipos de adjetivos en contenidos de ‘DaWik’



*Fuente: Elaboración propia.*

## Uso de figuras retóricas o literarias

Asimismo, estos programas emplean determinadas figuras literarias o retóricas que moldean su forma de expresar la información. Si bien es cierto que las figuras literarias son parte de la comunicación en la vida cotidiana, su presencia en este análisis es relevante, esto porque desempeñan un papel crucial en las producciones periodísticas de estos medios de comunicación.

Como se señaló en una de las secciones anteriores de este apartado, tanto *'Welcome To Chepe'* como *'DaWik'* mantienen, en buena parte del contenido analizado, un tono humorístico y satírico. Muchas de las figuras detectadas en estos contenidos están estrechamente relacionadas con estos tipos de lenguaje o tonos.

Entre las figuras retóricas encontradas en los contenidos de ambos programas se incluyen: sarcasmo, ironía, símil, metáfora, anáfora, hipérbole, alusión, onomatopeya y cacofonía.

En los 10 videos analizados de *'Welcome To Chepe'* se utilizaron la ironía en 8 de ellos, el sarcasmo en 6, el símil en 4, la anáfora en 2, y la hipérbole y la alusión en 1. La onomatopeya no aparece en ninguno de los 10 videos. Además, en uno de ellos se detecta un vicio del lenguaje en forma de cacofonía.

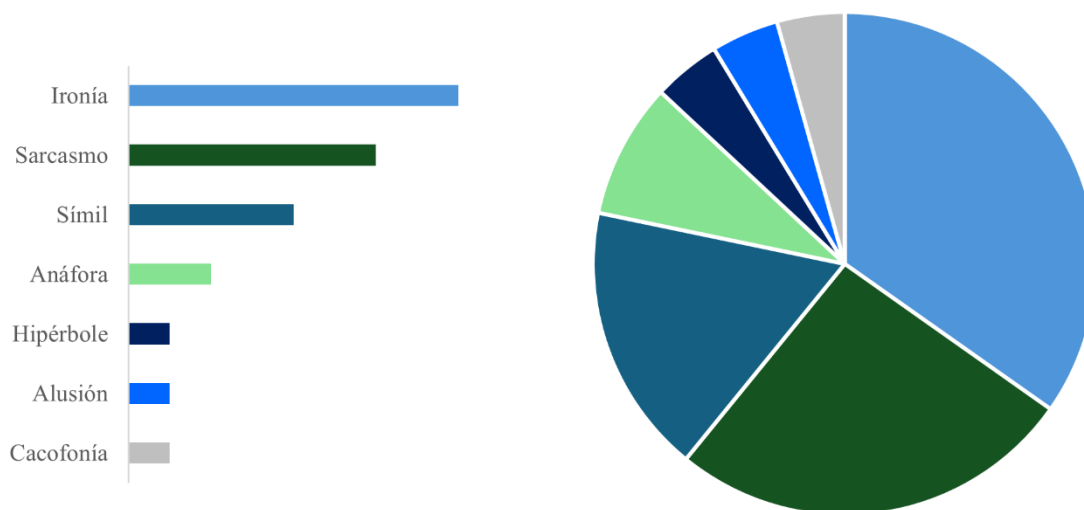
En reiteradas ocasiones, la periodista Karol Quesada recurre a símiles y alusiones para referirse a distintas situaciones del país. Uno de sus recursos más frecuentes es comparar eventos políticos de Costa Rica con la serie de drama político *'House of Cards'*. Con humor y sarcasmo, la comunicadora sugiere que ciertos episodios de la política costarricense son comparables a los de esta producción de Netflix, protagonizada por el dos veces ganador del Oscar, Kevin Spacey y la veterana Robin Wright, la cual muestra momentos de alta tensión y explora dinámicas de poder entre el gobierno y el Congreso de Estados Unidos.

Continuando con el ejemplo anterior, la periodista sugiere en tono sarcástico y haciendo el uso de la figura del símil que lo que ocurre en la política nacional es una versión tropicalizada, o como ella la denomina, una versión "Suli" de esa serie. Esta expresión hace referencia a la marca de productos alimenticios y del hogar Suli, conocida en Costa Rica por su bajo costo y accesibilidad. En la cultura popular costarricense, hacer referencia a algo como "una versión Suli" implica compararlo humorísticamente con una alternativa más económica o de menor calidad que el original. En este caso, la comunicadora utiliza el término para expresar que la política nacional es una imitación simplificada o de bajo presupuesto de la compleja trama política que presenta *'House of Cards'*.

Otro ejemplo se puede encontrar en el video *"¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más"* donde la comunicadora explica que el presidente Chaves tuvo que suspender su viaje a la ciudad de Nueva York para la 78ª sesión de la Asamblea General de Naciones Unidas, por recomendación médica. Esa misma semana, donde el mandatario suspendió esa visita, tampoco dio su habitual conferencia de prensa tras las sesiones del Consejo de Gobierno. Sobre esto último la periodista en tono sarcástico dijo: "Debe ser seria la cosa para saltarse el show semanal".

Un ejemplo del uso de la ironía en el trabajo de este medio se observa en el episodio donde se abordó la reacción del mandatario Chaves al llamar "Judas" a la diputada Luz Mary Alpízar durante una conferencia de prensa, tras dar su voto decisivo para el resello del "Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea". La periodista, antes de mostrar el fragmento en el que Chaves arremete contra Alpízar, comenta en tono irónico: "Veamos todo lo que tuvo que decir Chaves en la conferencia de prensa, que fue muy tranquila, muy pasiva."

**Figura 5:** Uso de figuras literarias o retóricas en contenidos de ‘Welcome To Chepe’



*Fuente: Elaboración Propia.*

Por otro lado, en los 10 podcasts escogidos para analizar de ‘*DaWik*’ se desglosan las siguientes figuras literarias: el sarcasmo se empleó en 6 de ellos, el símil en 4, la hipérbole en 3, la metáfora en 2, y la onomatopeya y la ironía en 1. Ni la alusión ni la anáfora se encontraron en los contenidos. Asimismo, no se detectaron vicios del lenguaje en los contenidos seleccionados.

En el caso de ‘*DaWik*’ se observa que el uso de determinadas referencias a la cultura popular costarricense en tono humorístico es menos frecuente y la empleabilidad de las figuras literarias se respalda en la construcción de frases comparativas.

En el podcast que lleva por título “*Amenazas en la Caja*” el periodista David Barrientos comenta sobre una denuncia anónima realizada por miembros de la Fuerza Pública, quienes afirmaron que el Ministerio de Seguridad desplazó a comandos de la Policía de Control de Drogas (PCD) de las fronteras del país, asignando a policías fronterizos la labor de decomisar drogas. Barrientos señala que, según el ministro de Seguridad, Mario Zamora, esta medida responde a la estrategia del plan “Costa Rica Segura Plus”. Continúa describiendo el contexto de esta decisión, destacando que Costa Rica enfrenta una crisis de seguridad que convirtió a 2023 en el año más violento en la historia del país. Además, menciona que el Ministerio de Hacienda asignó para el 2024 el presupuesto más bajo en

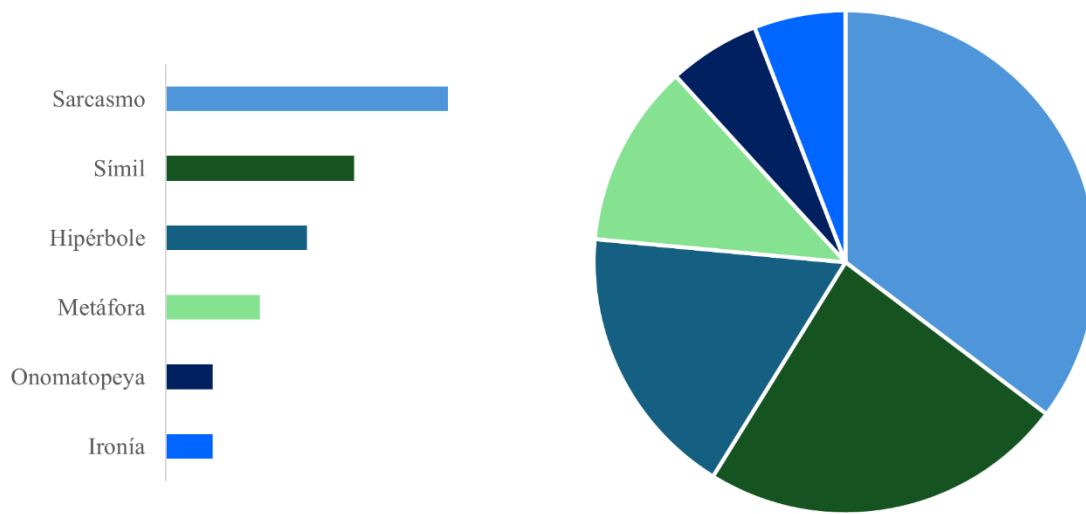
varios años para la PCD. En clave de humor empleando el sarcasmo, Barrientos alude al rol del presidente en esta situación, comentando: “¿Y el presidente? Bien, en su mansión en Monterán.”

En la categoría de símiles, el periodista ha recurrido frecuentemente a este recurso en diversos episodios. Entre los más destacados está cuando comparó la figura de Chaves con la del personaje “Kiko” de la serie de televisión ‘*El Chavo del 8*’, o cuando afirmó que el presidente es una versión “criolla wannabe” de su homólogo salvadoreño Nayib Bukele. Con esta última comparación, el comunicador sugiere que Rodrigo Chaves intenta emular la imagen o el estilo de liderazgo de Bukele, pero sin replicar su impacto; en cambio, queda como una imitación local, una versión aspiracional que se queda corta frente al original.

En la figura de las hipérboles se puede ejemplificar con el momento cuando Barrientos trató la comparecencia del asesor del presidente, Gabriel Aguilar ante la Asamblea Legislativa y emitió un criterio utilizando este recurso en el que aseguró que: “Yo siento que a este mae lo mandaron a ponerle el pecho a las balas y sacrificarse por el presidente”.

En el apartado de las metáforas, una que destaca es la comparación que hace el periodista Barrantes sobre la reacción del presidente Chaves al conocer el resello de la “Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea”. Barrantes argumenta que las actitudes del presidente no corresponden con los procesos democráticos, afirmando: “Es un hombre adulto con la inseguridad de un adolescente al que le están saliendo espinillas en la cara y la güila guapa del colegio lo rechaza frente a toda la generación.”

**Figura 6:** Uso de figuras literarias o retóricas en contenidos de ‘DaWik’



*Fuente: Elaboración propia.*

### Uso de términos coloquiales

Correlacionado al punto tratado anteriormente, este análisis abarcó el uso de coloquialismo en las producciones multimedia de estos medios de comunicación. Uno de los tipos de lenguaje o tono comunes en los objetos de estudio fue el coloquial, por lo que se hizo un análisis enfático en conocer los términos o frases coloquiales que utilizaron los medios en los contenidos analizados.

El uso del lenguaje coloquial es esencial de los programas, por lo que, bajo el estudio determinado, se encontró que se utilizaron los siguientes coloquialismos: costarrriqueñismos, barbarismos, lenguaje soez y frases populares.

Partiendo con ‘*Welcome To Chepe*’, en los 10 videos que comprenden el análisis de este objeto de estudio, se encuentra que se utilizaron: en 7 se utilizaron costarrriqueñismos, en 6 barbarismos y frases populares, mientras que en 3 usaron lenguaje soez.

Entre los términos coloquiales más utilizados destaca la palabra "mae", empleada para referirse a diversas situaciones. Además, en varias ocasiones, se utilizan palabras o acrónimos en inglés que forman parte del lenguaje de Internet, como "dm's" (mensajes directos, en el

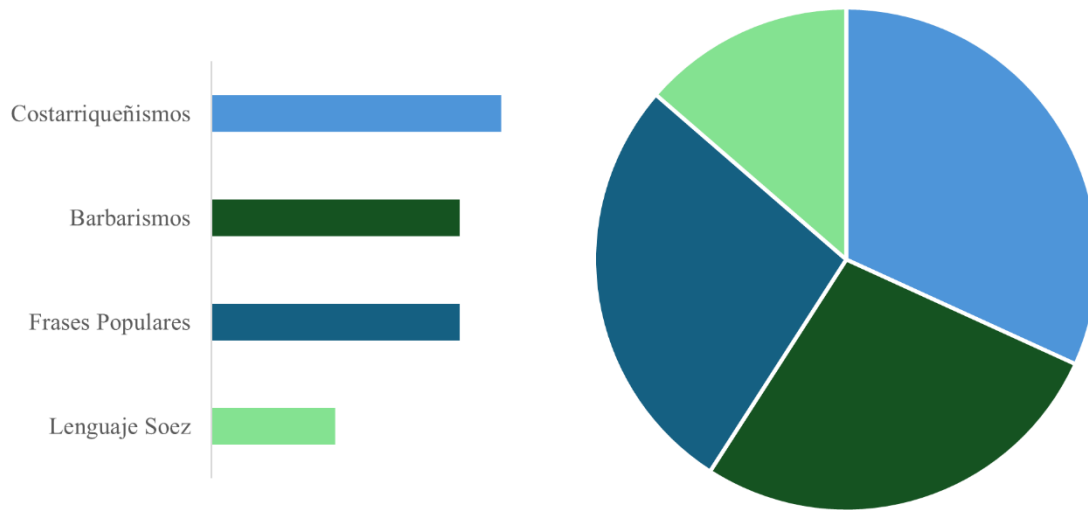
contexto de una conversación privada), "chill" (tranquilo) o "bestie" (en referencia a la amistad, con el sentido de "mejor amigo").

Asimismo, hay una amplia presencia de costarriqueñismos en los videos. Como se menciona en el párrafo anterior, "mae" es una de las palabras más frecuentes; sin embargo, otros términos del vocabulario coloquial costarricense como "vara" o "tuanis" aparecen en más de una ocasión.

La utilización de términos costarricenses y otros de lenguaje coloquial o soez se puede observar en el video titulado "*¿Qué Chaves dijo QUÉ!? GRABACIONES SECRETAS (sic) ¡Tenemos drama con La Nación! CR CARÍSIMO Y Más.*" En este episodio, los comunicadores explican los audios filtrados por la exministra de Comunicación, Patricia Navarro Molina, al diario La Nación, en los que se escuchan conversaciones entre el presidente Chaves y miembros de su gabinete sobre un contrato con el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). A través de una pieza humorística, empleando un lenguaje juvenil y un estilo cómico, los presentadores "traducen" esta información y sus implicaciones para el país, que podrían resultar complejas para el público, utilizando palabras de la jerga popular costarricense y del Internet.

Este fenómeno también se refleja en el uso de frases populares como "pan y circo" o "cría cuervos y te sacarán los ojos," empleadas en contextos que buscan comparar o ejemplificar la información tratada.

**Figura 7:** Uso de coloquialismos en contenidos de ‘Welcome To Chepe’



*Fuente: Elaboración propia.*

De igual forma, *‘DaWik’* comparte el uso de todos esos coloquialismos en sus 10 podcasts sujetos a análisis y se distribuye de la siguiente forma: En 5 se utilizaron frases populares, en 4 costarrriqueñismos, en 3 lenguaje soez y en 2 barbarismos.

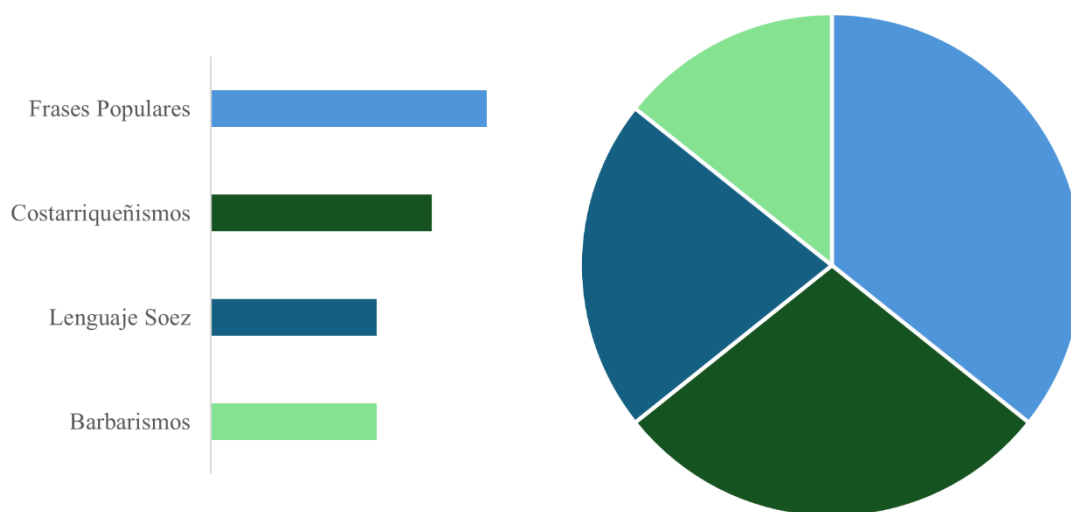
En los coloquialismos presentes en los contenidos de *‘DaWik’*, se emplean frases populares para hacer referencia a los temas tratados en el programa. Por ejemplo, el periodista David Barrientos hace alusión a la relación tirante entre el presidente Rodrigo Chaves y la diputada Luz Mary Alpízar, así como al voto decisivo que esta última brindó para el resello del proyecto “Modificación a la Ley N.º 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea.” Barrientos cuestiona a Chaves al señalar que cómo la persona a la que “ha tirado debajo del bus” durante tanto tiempo iba a coincidir ahora en criterio con él.

Por otro lado, al igual que en el caso de *‘Welcome To Chepe’*, hay una amplia presencia de costarrriqueñismos. Uno de los términos más utilizados en *‘DaWik’* es la palabra “mae,” al igual que en el caso anterior.

En el uso de costarrriqueñismos, lenguaje soez y expresiones populares, ‘DaWik’ coincide con ‘Welcome To Chepe’, pues ambos emplean estos términos para hacer alusión a los temas que tratan en sus diferentes contenidos.

Como se ha expuesto a lo largo de este apartado de la investigación, el uso de estos términos forma parte del sello de identidad construido por estos medios de comunicación. Son un recurso para acercarse a su audiencia y tienen un sentido y una razón de ser.

**Figura 8:** Uso de coloquialismos en contenidos de ‘DaWik’



*Fuente: Elaboración Propia.*

Cabe resaltar que, el uso de barbarismos en ambos casos no se debe a errores de lenguaje o comunicación, sino a la utilización de extranjerismos, la mayoría de ellos desprendidos de palabras del idioma inglés que forman parte del vocabulario popular de Internet. La calificación otorgada para este punto concreto parte de la definición dada por la Real Academia Española (2019), que observa que un barbarismo es un: “Extranjerismo no incorporado totalmente al idioma” (párr.2).

El periodista y creador de contenido digital, Joseph Fernández, menciona que se debe a una nueva forma de ejercer la profesión sobre el uso de determinados estilos de lenguaje y expresiones coloquiales en este tipo de formatos. Asegura que hay un motivo detrás de por qué usar este tipo de terminología, en la que juegan diversos factores:

Si las palabras las usa así es por entrenamiento. Un punto: la política a muchos nos parece aburrida, pero si la política alguien la vuelve entretenida es un éxito, y ellos (los objetos de estudio) lo pudieron haber logrado, lo están logrando, porque si no funcionara no seguirían haciendo ese tipo de contenido, eso es claro, ¿para qué malgastar su tiempo? Si no estuviera monetizando no lo harían; si nadie los ve, no lo harían, ¿y por qué siguen haciéndolo? Es que a veces las personas se cuestionan: “No, es que es muy chabacano”, “esas palabras no me gustan”. ¿Y si funciona? Por poner palabras soeces, o como lo quiera llamar, no le está haciendo daño a una persona. Si a usted no le gusta, nada más no lo vea, pero hay gente que sí lo ve. Ese es el tema que algunas personas no entienden y se enojan, y no tienen por qué enojarse. Si tienen 1000 páginas de internet, ¿por qué se van a la que le enoja? Para todos hay contenido. Si a ellos les funciona, pues bien. No es un mal periodismo, nada más es un periodismo diferente, un periodismo con entretenimiento (Fernández, entrevista personal, 2024).

Como destaca Fernández (2024), el uso de ciertos términos que pueden resultar chocantes para algunas audiencias, puede ser un valor añadido para otras. Incorporar elementos como el humor o el lenguaje coloquial puede contribuir al éxito de un proyecto, convirtiéndose en parte esencial de su identidad y marca. Un ejemplo de esto es el medio deportivo La Media Inglesa, que ha logrado construir una audiencia fiel gracias a su estilo irreverente y cómico al abordar los temas más relevantes del fútbol inglés. A través del uso de humor en su contenido informativo, este medio ha consolidado su presencia en YouTube, donde su canal cuenta con más de 423.000 suscriptores.

El periodista Juan Corellano, quien laboró en ese medio de comunicación, declaró en una entrevista de investigación para el trabajo de Donate (2020), titulado “Periodismo deportivo en YouTube, una nueva realidad: Miguel Quintana y La Media Inglesa”, sobre el proyecto que:

Si alguien no está familiarizado con el canal, podría llegar a pensar que no nos tomamos esto demasiado en serio, pero nosotros estamos muy orgullosos del trabajo periodístico que hacemos. Creo que es muy interesante la mezcla que se puede hacer entre periodismo y humor. Es algo que en España no es nada habitual y quizás es

algo rupturista, pero en el mundo anglosajón hay muchísimo contenido de este estilo. Aquí nos hemos llevado el entretenimiento al reality (sic) y no al humor, especialmente en los formatos de debate (p.28).

Continuando con esa idea, para Fernández (2024), es fundamental que los nuevos formatos periodísticos nacidos en redes sociales incluyan un componente de entretenimiento, debido a que la profesión compite por captar una audiencia que tiene a solo un clic de distancia otras formas de entretenimiento, como las plataformas de *'streaming'*, los videojuegos o el cine.

Por lo señalado en este apartado, se destaca que usar estos lenguajes, tonos y figuras del lenguaje se vuelve una tendencia en los proyectos periodísticos desarrollados en redes sociales. Otros investigadores han analizado fenómenos similares y observan que una característica común de estos medios digitales es el uso de un lenguaje más coloquial y casual, así como narrativas relacionadas al mundo del Internet.

Parra (2022) concluyó en su trabajo "Periodismo de investigación en YouTube. Análisis del trabajo periodístico de Carles Tamayo Rico", donde analiza el trabajo del periodista digital español Carles Tamayo, quien divulga contenido periodístico en la plataforma YouTube a través de su canal *'Tamayo'*, que cuenta con más de 729.000 suscriptores, que la forma de expresión formal junto con la coloquial aparece en un 95% de los 20 videos estudiados por el investigador (p.21).

Otra tesis publicada por Fernández (2023) titulada "La nueva era del periodismo deportivo. Análisis de los canales de Twitch *'Jijantes FC'* y *'El Chiringuito Tv'*", llega a una conclusión similar a la de Parra.

El trabajo se centró en analizar los canales de los medios digitales deportivos *'Jijantes FC'*, que cuenta con más de 733.000 seguidores, y *'El Chiringuito TV'*, con un canal de 1.000.000 de seguidores, ambos en la plataforma de emisión de directos, Twitch, detalla que, en el caso del primer objeto de estudio, su lenguaje está conformado en un 94.3% por un tono

coloquial con tecnicismos, mientras que el otro 5.7% está compuesto por un lenguaje coloquial simple.

En el caso de El Chiringuito TV, Fernández (2023) indica que este canal mantuvo en los directos analizados un 100% de lenguaje coloquial con tecnicismos (p. 21, 25).

Según Fernández (2023) el uso de estos tonos no es casualidad, porque la plataforma de Twitch tiene mayoritariamente una audiencia joven, lo que hace que ambos canales sigan las tendencias que maneja esta plataforma (p.21, 25).

Por ende, se puede entender que el componente lingüístico de medios como No Pasa Nada y La Hora Tica en sus proyectos no es una acción casual, sino que responde a una tendencia marca por la era moderna, como reflejo de un servicio para un público que espera poder informarse de nuevas formas.

A continuación, está la siguiente tabla de análisis de contenido, con ejemplos de las categorías tomadas en cuenta en este apartado de la investigación.

**Tabla 3:** Análisis de contenido del objetivo 1: Lenguaje periodístico

Título	Minutaje	Tono	Adjetivos	Figuras literarias /retóricas	Coloquialismos
<b>CONTENIDOS DE ‘NO PASA NADA’</b>					
¿LOS ENGAÑARON? Chaves Bots ESCÁNDALO Baruch Arresto de Trump Tráfico de Influencias Desenmascarado	1:25 al 5:50  y  10:50 al 20:30	Sarcástico Humorístico Informativo Coloquial	-Calificativos “Elegante y diplomático el presidente”  “Campaña de mentiras y manipulación”  -Interrogativos	-Metáforas “Nuestro robot presidente Rodrigo Chaves”  “No se mojaría un pie por él”  -Símil “ ‘House of Cards’ Suli”  -Ironía	-Costarriqueñismos  “Chema” “Rajando” “Tuanis” “Pal’ saco” “La vara”

			<p>¿A qué no adivinan de quién es esta empresa?</p>	<p>“Enorme esfuerzo de Casa Presidencial para administrar la importante imagen y equipo de comunicación de ellos mismos.”</p> <p>“El partido con un gran nombre, Aquí Costa Rica Manda.”</p> <p>“Se nota que tienen mucho respeto por las personas.”</p> <p>“Campaña completamente limpia y ética, por supuesto”.</p> <p>“Entrar a Casa Presidencial no una, sino 6 veces es algo completamente ordinario”.</p>	<p><i>-Barbarismos</i> <i>(extranjerismos)</i></p> <p>“House of Cards”</p> <p>“Chill”</p> <p><i>-Frases populares</i></p> <p>“La cereza en el macabro pastel.”</p> <p>“Pan y Circo.”</p>
<p>¿¿PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!?</p> <p><i>Ferry a El Salvador; huelga estudiantil y Más   Welcome to Chepe</i></p>	6:50 al 14:20	<p>Sarcástico</p> <p>Humorístico</p> <p>Informativo</p> <p>Coloquial</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“Grandes no, grandísimos.”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Cómo vamos a juzgar a los estudiantes si la educación no les da las herramientas</p>	<p><i>-Símil</i></p> <p>“nos trataron como vándalos.”</p> <p>“Como si fuéramos los más buscados de Costa Rica.”</p> <p><i>Ironía</i></p>	<p><i>-Costarriqueñismos</i></p> <p>“Peladas”</p> <p>“Cole”</p> <p>“La chota”</p> <p>“Despiche”</p> <p><i>-Lenguaje soez</i></p> <p>“Despiche”</p>

			para estar listos para estos exámenes?”	“Quizás la ministra de Educación le puede ayudar”.  <i>-Hipérbole</i> “El nombre más largo del mundo”.	
<i>¿No quieren bajar el marchamo?! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMIENTOS Y MÁS    Welcome to Chepe</i>	11:40 al 16:54	Sarcástico Humorístico Informativo Coloquial	<i>-Interrogativos</i> “¿Contra quién es el problema?”  “¿Qué habremos hecho sin este partido?”	<i>-Sarcasmo</i> “¿Qué habremos hecho sin este partido?”  “Ya saben qué otra red tiene mucho impacto en el gobierno.”  “Están molestos, pero no tantísimo tampoco”.	<i>-Costarrriqueñismos</i> “Tuanis”  <i>-Barbarismos (extranjerismos)</i> “Reality”  <i>-Frases populares</i> “Ni tontos que fueran”
<i>¿HÉROES DE LA TERCERA GUERRA MUNDIAL!? Christian Bulgarelli, inseguridad y MÁS   Welcome to Chepe</i>	0:00 al 9:10	Sarcástico Humorístico Informativo Coloquial	<i>Calificativos</i> “Tiene razón. Bueno... Tendría, si eso fuera del todo cierto”  “Igual es responsabilidad de todos ellos, pero bueno”	<i>-Ironía</i> “A pesar de que le pusieron asesor, no es asesor”.  “Lograr contratos de forma no tan correcta, tal vez, posiblemente.”  “Lo bueno es que Pilar va a poner mano dura, porque	<i>-Frases populares</i> “Se dieron a dedo.”  “Lo peor de una argolla es no ser parte de ella.”  “Yo no fui, fue tete.”

			<p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Por qué pondría que es asesor si no es asesor?”</p>	<p>ella no está de acuerdo con esto.”</p> <p><i>Sarcasmo</i></p> <p>“Y después dicen que no da el presupuesto para bajar el marchamo.”</p>	<p>“Para ponerle la cereza al pastel.”</p> <p>“Todo sano”</p> <p><i>-Barbarismo</i> (<i>extranjerismo</i>)</p> <p>“Bestie”</p>
<p><i>¡Corrupción!</i> <i>Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más...   Welcome to Chepe</i></p>	<p>1:55 al 3:55 Y 13:33 al 17:00</p>	<p>Sarcástico Humorístico Informativo Coloquial</p>	<p><i>Calificativos</i></p> <p>“Debe ser seria la cosa para saltarse el show semanal”</p> <p>“Eso es muy interesante, de hecho. Este iba a ser el primer discurso de Chaves en la Asamblea General de la ONU”</p>	<p><i>-Sarcasmo</i></p> <p>“Debe ser seria la cosa para saltarse el show semanal”.</p> <p><i>Metáfora</i></p> <p>“Quién sabe qué joya nos hubiera traído”.</p> <p>“No somos tan excepcionales como creemos”.</p> <p><i>Alusión</i></p> <p>“El caso Watergate tico.”</p>	<p><i>-Barbarismos</i> (<i>extranjerismos</i>)</p> <p>“Show.”</p>
<p><i>¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpiadas Y Más   Welcome to Chepe</i></p>	<p>10:50 a 18:50</p>	<p>Sarcástico Humorístico Informativo Coloquial</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“No les fue tan bien.”</p> <p>“Parece que lo hizo jugando ajedrez político.”</p>	<p><i>-Símil</i></p> <p>“Como si esto fuera quien sabe qué y no el Gobierno.”</p> <p><i>-Cacofonía</i></p> <p>“En pleno Plenario”</p>	<p><i>-Costarriqueñismos</i></p> <p>“Este colerón” “De hijo”</p> <p><i>-Lenguaje soez</i></p> <p>“Se cagó en todo”</p> <p><i>Frases populares</i></p> <p>“Cría cuervo y te sacarán los ojos.”</p>

			<p>“Luz Mary se la ganó”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Saben qué es algo raro que probablemente no sabían?”</p> <p>“¿Quién hubiera dicho que hablar mal de alguien abiertamente y no conciliar acuerdos tendría consecuencias?”</p> <p>”</p>	<p><i>-Ironía</i></p> <p>“¿Saben qué es algo raro que probablemente no sabían? De vez en cuando el Ejecutivo y el FA se unen”</p> <p>“¿Quién hubiera dicho que hablar mal de alguien abiertamente y conciliar acuerdo tendría consecuencias?”</p> <p>“Veamos todo lo que tuvo que decir Chaves en la conferencia de prensa, que fue muy tranquila, muy pasiva”</p> <p>“Estamos viviendo ‘‘House of Cards’ Suli”</p>	<p><i>-Barbarismos (extranjerismos):</i></p> <p>“Et tu, Brute” (Tú también, Bruto)</p> <p>‘House of Cards’</p>
<p><i>La Peor CRISIS De Inseguridad</i></p> <p><i>¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación</i></p>	14:55 a 22:00	<p>Sarcástico</p> <p>Humorístico</p> <p>Informativo</p> <p>Coloquial</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“Muy buen discurso”</p> <p>“Es bueno ver un cambio de discurso”</p> <p>“Es un gran paso”</p> <p><i>-Gentilicios</i></p>	<p><i>-Anáfora</i></p> <p>“¿Se han ganado el derecho de quitarnos los derechos?”</p> <p><i>-Símil</i></p> <p>“Preocupa que su endurecimiento sea similar al de alguien que conocemos como Bukele”</p> <p><i>-Sarcasmo</i></p>	<p><i>-Frases populares</i></p> <p>“Al César lo que es del César.”</p>

			<p>“Salvadoreño”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Qué piensan sobre el plan de ‘Costa Rica Segura Plus’?”</p> <p>“¿Cómo alguien iba a dar con esa clave?”</p>	<p>“En este consejo se llegó a un acuerdo, que yo no sé a quién se le ocurrió, pero descubrieron la clave para que todo funcione en un país con tres Poderes y es el trabajo conjunto entre los tres Poderes. ¿Cómo alguien iba a dar con esa clave?”</p> <p>“Costa Rica Segura Plus’. ¡Super original el nombre!”</p>	
<p><i>¿Droga Tica Llega A Europa!? Diputados EXPULSADOS, Chaves se va a Panamá ¡Protestas Pro-Palestina!</i></p>	<p>1:40 a 7:50</p> <p>21:00 a 23:30</p>	<p>Sarcástico</p> <p>Humorístico</p> <p>Informativo</p> <p>Coloquial</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“Qué fácil decir todo con tantísima seguridad”</p> <p>“Confuso porque Rodri dijo que no ha salido ni un solo gramo”</p> <p><i>-Numerales</i></p> <p>“Un gramo”</p> <p><i>-Gentilicios:</i></p> <p>“Europeo”</p> <p>“Española”</p> <p><i>-Diminutivos</i></p>	<p><i>-Ironía</i></p> <p>“No, no listo. Así de contento está Europa, de fijo.”</p> <p>“De fijo se decomisó más de un grano de cocaína, específicamente 494 kilos de cocaína procedentes de nuestro bello y seguro país”.</p> <p>“Algunos gramillos, nada más. 494 para ser exactos.”</p> <p>“A ver, errores pasan. A veces por un gramo, otras veces por 494mil”</p>	<p><i>-Costarriqueñismos:</i></p> <p>“De fijo”</p> <p>“Pucha”</p>

			<p>“Gramillos”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“Díganme ¿qué pudieron haber solucionado ellos ahí...?”</p> <p><i>-T tecnicismos</i></p> <p>“Acuerdo binacional”</p>	<p>“Siempre rompiendo récords nosotros. Potencia mundial, Costa Rica”</p>	
<p><i>¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!?</i></p> <p><i>¿Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes</i></p>	2:00 a 8:30	<p>Sarcástico</p> <p>Humorístico</p> <p>Informativo</p> <p>Confrontativo</p> <p>Coloquial</p> <p>Técnico</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“No dijeron nada. Todo está muy abstracto.”</p> <p>“Esto es un berrinche.”</p> <p>“Claramente no tiene muchos amigos en la Asamblea y le enchichó”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Qué esperaba?”</p> <p>“¿Qué más fue?”</p> <p><i>-T tecnicismo</i></p>	<p><i>-Sarcasmo</i></p> <p>“¡Literal se salió del chat!”</p> <p>“Pero es que es el presidente de un país con un récord de más de 800 homicidios”.</p> <p>“No importa el que tenga razón se tiene que ‘comer esta bronca’ como él mismo dijo.”</p>	<p><i>-Costarrriqueñismos</i></p> <p>“Esto es un berrinche”</p> <p>“Se enchichó”</p> <p>“Bronca”</p>

			“Prevaricato” “Dolosamente”		
<p><i>¿Que Chaves dijo QUÉ!?</i></p> <p><i>GRABACIONES SECRETAS (sic)</i></p> <p><i>¡Tenemos drama con La Nación! CR CARISIMO Y Más</i></p>	00:00 a 10:40	<p>Sarcástico</p> <p>Humorístico</p> <p>Confrontativo</p> <p>Informativo</p> <p>Coloquial</p>	<p>-<i>Calificativos</i></p> <p>“Un contrato muy interesante de Bulgarelli con el BCIE”</p> <p>“La exjerarca soltó todo lo que tenía por decir, se super desquitó”</p> <p>“O la señora es demasiado preparada y paranoica”</p> <p>“Los Audios de la Presidencia’, super dramático”</p> <p>“Qué semerendo ridículo”</p> <p>-<i>Diminutivos</i></p> <p>“Cositilla”</p> <p>“Papelitos”</p> <p>“Cariñitos”</p>	<p>-<i>Metáfora</i></p> <p>“Hablemos de una bola de nieve que solo crece, crece y crece.”</p> <p>-<i>Sarcasmo</i></p> <p>“Una mae dijo que el presi se estaba fumando una harina en una vuelta medio zas”</p> <p>“Un Modesto concurso de 300,000 dólares, una ‘cositilla’”.</p> <p>“Algo que es increíble, buenísimo, que tiene que tener prioridad, pero ¿qué tiene que ver con un contrato del BCIE?”</p> <p>-<i>Anáfora</i></p> <p>“Notaron que él mae no se iba a poner en varas con algunas varas”</p>	<p>-<i>Costarriqueñismos</i></p> <p>“Chineo”</p> <p>“Chineito”</p> <p>“Mae”</p> <p>“Vara”</p> <p>“Despiche”</p> <p>“Chanchullo”</p> <p>“Harina”</p> <p>“Vuelta medio zas”</p> <p>“Manda a huevo”</p> <p>“Coronó”</p> <p>“Coronar”</p> <p>“Al chile”</p> <p>“Semerendo”</p> <p>-<i>Lenguaje soez</i></p> <p>“Despiche”</p> <p>“Güila”</p> <p>“Pato”</p> <p>-<i>Frases populares</i></p> <p>“Papelitos hablan”</p> <p>“Suave”</p> <p>“Manda a huevo”</p>

			-Interrogativos “¿Qué tiene que ver?”		-Barbarismos (extranjerismos) “Funaron los DMs del presi” “Spotify” “Screenshots” “Ride” “Funa”
--	--	--	--	--	---

**CONTENIDOS DE ‘LA HORA TICA’**

<i>DaWik</i> <i>Favorecimientos</i> <i>4 agosto 2023</i> <i>Ep.47</i>	3:54 al 9:20	Informativo Coloquial Irónico Confrontativo	-Calificativos “La diputada Álvarez hizo un punto muy bueno”  “Él era un simple asesor.”  “A este muchacho lo enviaron a mentir por el presidente”  “Es una lástima que se preste para eso”  “Voy a serles sincero”	-Sarcasmo “A pesar de esas acusaciones, dijo que no se iba a referir a ellas. ¡Muy conveniente!”  -Hipérbole “Yo siento que a este mae lo mandaron a ponerle el pecho a las balas y sacrificarse por el presidente.”  -Onomatopeya “Bla, bla, bla”	-Costarriqueñismos: “Mae”  -Frasas populares “Puede decir misa”  -Barbarismos (extranjerismos) “Crack”
--	--------------	--	--	---	--

			<p><i>-Diminutivos</i></p> <p>“Pobrecito”</p> <p><i>-Posesivos</i></p> <p>“Mi opinión”</p>		
<p><i>DaWik   Trabajar menos, ganar igual   1 setiembre 2023   Ep.50</i></p>	<p>18:13 al 22:03</p>	<p>Informativo Coloquial Técnico Confrontativo</p>	<p><i>-Calificativos</i></p> <p>“Me parece bien”</p> <p>“Me parece patético”</p> <p>“No me sorprende”</p> <p>“La noticia de que 1200 millones están siendo invertidos por Intel en Costa Rica, es maravillosa. Es una buena noticia”</p> <p>“La visita de Chaves a la Casa Blanca, es una buena noticia, es excelente”</p>	<p><i>-Símil</i></p> <p>“Lo que yo critico es la necesidad del Gobierno de echarse flores encima, y decir que consiguieron cosas cuando nos las consiguieron ellos o todavía no están definidas. Me parece como una necesidad insatisfecha de reconocimiento, o incluso, baja autoestima.”</p>	<p><i>-Frases populares</i></p> <p>“Tome para comer aquí y para llevar.”</p> <p>“Si ellos estornudan, nosotros nos enfermamos.”</p>

<p><i>DaWik   Veto Presidencial   15 setiembre 2023   Ep.52</i></p>	<p>3:56 al 7:17</p>	<p>Informativo Técnico</p>	<p>-<i>Calificativos</i> “Buena explicación.”  -<i>Tecnicismos</i> “Rentas pasivas”  “Doble no imposición.”</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>
<p><i>DaWik   Amenazas en la Caja   22 setiembre 2023   Ep.53</i></p>	<p>9:16 al 11:36</p>	<p>Informativo Humorístico Sarcástico Confrontativo Coloquial</p>	<p>-<i>Calificativos</i> “Vergonzoso” “Ignorancia”</p>	<p>-<i>Sarcasmo</i> “¿Y el presidente? Bien, en su mansión en Monterán”  “¡Qué podría salir mal!”  “Solo se protegerá a las personas que se suscriban al plan de 9,99 dólares al mes.”  “Adivinen: como es común en este Gobierno, los estudios no se han publicado.”</p>	<p>-<i>Lenguaje soez</i> “Valeverguismo”</p>
<p><i>DaWik   Narcos   29 setiembre 2023   Ep.54</i></p>	<p>8:40 al 14:30</p>	<p>Informativo Técnico Confrontativo Sarcástico Coloquial</p>	<p>-<i>Tecnicismos</i> “Rentas pasivas” “Resello”  -<i>Calificativos</i></p>	<p>-<i>Sarcasmo</i> “El nivel de odio de nuestro presidente no es normal. Unas sesiones con la psicóloga no le caerían nada mal”</p>	<p>-<i>Costarriqueñismos</i> “Berrinche” “Güila”  <i>Frases populares</i> “Pasó raspando”  “Ha tirado debajo del bus.”</p>

		<p>“Irrespeto de Chaves al Congreso”</p> <p>“Qué presidente más inmaduro tenemos”</p> <p>“Una persona autoritaria”</p> <p>“Hombre inseguro”</p> <p>“Nada que ver con un ejercicio honorable y decente de su investidura”</p> <p>“Discursos populistas, quejas, malacrianzas y berrinches”</p> <p><i>-Interrogativos</i></p> <p>“¿Qué pretendía?”</p> <p><i>-Diminutivos</i></p> <p>“Poquito”</p>	<p><i>-Metáfora:</i></p> <p>“Toda una novela donde hubo insultos, gritos e irrespeto al Congreso”</p> <p>“Es un hombre adulto con la inseguridad de un adolescente al que le están saliendo espinillas en la cara y la guila guapa del colegio lo rechaza frente a toda la generación”</p> <p><i>-Hipérbole</i></p> <p>“Como podrán imaginarse, aquel vomitó todo lo feo que tiene dentro de él contra la señora.”</p>	<p>“Santo de mi devoción.”</p>
--	--	--	--	--------------------------------

<p><i>DaWik   La coca sigue saliendo   13 octubre 2023   Ep.55</i></p>	<p>1:04 al 4:42</p>	<p>Informativo Humorístico Coloquial</p>	<p><i>-Calificativos</i> “Bueno, eso no es verdad”  “Acá solo hay dos opciones: O el presidente sabía y nos mintió descaradamente a todos, o no sabía nada y andaba hablando sobre cosas que no sabe”  “Lo peor de todo es la excusa que dio el presidente”  “Cómo que para todo tienen una excusa, ¿no?”</p>	<p><i>-Sarcasmo</i> “Creen que están gobernando un pueblo idiota.”</p>	<p><i>-Lenguaje Soez</i> -Idiota</p>
<p><i>Se enojó Kiko   24 noviembre 2023   Ep.58</i></p>	<p>00:00 al 6:42</p>	<p>Informativo Sarcástico Coloquial Confrontativo</p>	<p><i>-Calificativos</i> “Esa es probablemente una de las más vergonzosas intervenciones que le he escuchado a un</p>	<p><i>-Metáfora</i> “La voz de un presidente que perdió un rumbo del que nunca fue dueño”.  <i>-Ironía</i> “Nuevo, nuevo, nuevo, plan de seguridad”.</p>	<p><i>-Costarrriqueñismo</i> “Bochornoso”  “Berrinche”  <i>-Barbarismo (extranjerismo)</i> “Wannabe”  <i>-Lenguaje Soez</i></p>

		<p>presidente de nuestro país”</p> <p>“Este bochornoso episodio se dio durante la presentación del nuevo, nuevo plan de seguridad, el cual consiste en absolutamente nada que valga la pena mencionar”</p> <p>“Esos proyectos de ley, sin embargo, tenían muchas fallas. Desde posibles inconstitucionalidades hasta malas redacciones y cambios que no solucionaban nada”</p>	<p><i>-Símil</i></p> <p>“Bukele criollo wannabe”</p> <p>“Nos gobierna Kiko”</p> <p>“Kiko se enojó y decidió irse y dejar todo tirado”.</p>	<p>“Estupidez”</p>
--	--	--	--	--------------------

			<p>“Es vergonzoso, en serio”</p> <p>“¿Entienden el nivel de estupidez?”</p> <p>“¿Se dan cuenta del nivel de inmadurez del personaje que nos gobierna?”</p>		
<p><i>DaWik   Los audios de Presidencia   8 diciembre 2023   Ep.60</i></p>	1:05 al 11:05	<p>Informativo</p> <p>Sarcástico</p> <p>Coloquial</p> <p>Confrontativo</p>	<p><i>-Calificativo</i></p> <p>“Los audios son pruebas irrefutables”</p> <p>“Que la plata del BCIE se use en eso no es malo, sino como se dio esa plata”</p> <p>“O sea, maes. Más acomodada la cosa a favor de Bulgarelli imposible”</p>	<p><i>-Símil</i></p> <p>“En ese pastel de \$300.000”.</p> <p>“Una parte de la tajada del pastel”.</p> <p><i>-Sarcasmo</i></p> <p>“El guion digno de un Oscar”</p> <p>“Lo más importante de ese podcast que subió es que no negó la veracidad de las grabaciones”</p> <p><i>Hipérbole</i></p> <p>“El lunes fue una bomba noticiosa”</p>	<p><i>-Frases populares</i></p> <p>“Movieron hilos para favorecer a Bulgarelli”</p> <p>“Zafarse el tiro”</p> <p>“Así a lo chancho”</p> <p>“Ese alegato no tenía ni pies ni cabeza”</p> <p><i>-Costarrriqueñismo</i></p> <p>“Mae”</p>

			<p>“Mae, ¿así o más descarado el asunto?”</p> <p>“Eso subraya lo absurdo”</p> <p>“Es que en serio, cualquiera que tenga un grado mínimo de conocimiento sobre libertad expresión, libertad de prensa y jurisprudencia sabía que este alegato no tiene ni pies ni cabeza”</p> <p>“Este señor no tiene ningún respeto por la legalidad, por hacer las cosas apegadas a derecho y muchísimo menos por el dinero público”</p>	<p>“Luego de semejante bomba”</p> <p>“El ministro hizo maromas mentales al afirmar que todo lo relacionado con el BCIE y la contratación de Bulgarelli fue transparente”</p>	
--	--	--	---	--	--

<i>DaWik   Un gobierno choreco   15 diciembre 2023   Ep.61</i>	1:15 al 6:15	Informativo Sarcástico Coloquial	<i>-Calificativos</i> “Ven porqué decimos que este gobierno anda medio ‘Choreco’”.	<i>-Símil</i> “Como Pedro cuando negó a Jesús, Chaves renegó a ‘Choreco’”.	-Frases populares “Ni las manos puso”. “Echó a Choreco debajo del bus”
<i>DaWik   Un disparate presidencial   22 diciembre 2023   Ep.62</i>	7:10 al 12:30	Informativo Sarcástico	<i>-Calificativos</i> “El presidente así de ignorante”  “¿Por qué se pondría a decir semejante disparate el presidente?”  <i>-Interrogativos</i> “¿Por qué se pondría a decir semejante disparate el presidente?”  “¿Ustedes qué piensan?”	<i>-Sarcasmo</i> “Ahora, una oda a las ocurrencias”	Nulo

Fuente: Elaboración propia.

Con todo lo expuesto anteriormente, se puede entender que el uso de tonos, adjetivos, figuras literarias/retóricas y coloquialismos tiene un propósito claro en estos medios. Como se determinó en este análisis, la aplicación de estos recursos lingüísticos es común en ambos medios de comunicación, con especial énfasis en los espacios ‘*DaWik*’ y ‘*Welcome To Chepe*’. Estos elementos funcionan como un leitmotiv que se repite constantemente en los contenidos analizados.

Además, estos recursos se justifican a partir de la postura de estos medios sobre su estilo de producción y comunicación, porque su objetivo es acercarse al público para transmitir la información de manera efectiva. Esto se refuerza con las palabras de los entrevistados, como Pietro Cercone, quien menciona que “intentan traducir” la información de una forma accesible y en un lenguaje más cotidiano. David Barrientos también subraya que una de las claves del éxito de su producto es la manera de comunicar.

Como se ha señalado a lo largo del texto y ejemplificado con mayor profundidad en la tabla de análisis de contenido, estos recursos responden tanto a un estilo y una identidad de marca como a una línea editorial y enfoque específico en el tratamiento de la información. Este último aspecto será abordado en mayor profundidad en otro apartado de este estudio. En resumen, la construcción del lenguaje en estos medios responde a una cuestión de identidad, de hacer accesibles los temas al público y a un posicionamiento editorial.

## **Unidad de análisis 2: Fuentes de información**

*Identificar las fuentes de información de los medios digitales No Pasa Nada y La Hora Tica utilizadas para el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*

Uno de los elementos de mayor importancia en el periodismo son las fuentes de información. Éstas cumplen un papel fundamental en la labor del periodista. A través de las fuentes, se obtiene la información con la que se construye la pieza informativa que le llegará a la audiencia.

Morales (2016), explica sobre la importancia de las fuentes de información periodística que:

El periodista debe buscar, seleccionar, valorar, construir y difundir noticias apoyándose en la importancia de sus fuentes periodísticas. Esta radica en que las fuentes periodísticas (ya sean oficiales o no oficiales) brindan las primeras luces en el proceso de confección de la noticia o hasta se convierten en las protagonistas principales de las mismas (p.2).

Como indica la autora, las fuentes juegan un papel fundamental en la elaboración de un contenido, ya que hay ocasiones en las que la fuente es noticia. En la actualidad, el uso adecuado de las fuentes se vuelve de mayor importancia, debido a que, con el avance de la tecnología, es cada vez más común que el periodismo se vea enfrentando a fenómenos como la desinformación o las noticias falsas.

Según un estudio realizado en 23 países y publicado en octubre de 2023 por la casa encuestadora Ipsos (2023) titulado “*Global Views On A.I. And Disinformation*” (*Análisis de datos: Noticias falsas en la era de la IA*) indica que un 53% de los encuestados considera que actualmente en los medios de comunicación y la política hay un mayor uso de mentiras que hace 30 años

Por otra parte, en otro estudio de Ipsos (2023) titulado “*Global Trustworthiness Index 2023*” (*Índice Global de Confianza 2023*) señala que solo un 25% de los encuestados cree que la labor de los periodistas es confiable, resultado la cuarta profesión peor valorada. La encuesta se realizó en 31 países.

A su vez, hay que considerar el papel del componente de la polarización política que se vive hoy.

En el caso específico de Costa Rica, el debate sobre temas políticos se ha intensificado, especialmente en las redes sociales, donde el ambiente se ha vuelto cada vez más acalorado. El Observatorio Digital de la Universidad Latina (2024), indicó en su Informe 25, denominado “*Radiografía de la Comunicación Digital de la Administración Chaves Robles entre el 01 De julio de 2024 y el 30 de septiembre de 2024*” que:

La figura del Presidente (sic) Chaves sigue generando polarización en redes sociales: En los últimos 6 meses, se ha identificado una tendencia de comentarios favorables hacia el Presidente Rodrigo Chaves (42,53% para este trimestre), mientras que un segmento de internautas expresa opiniones adversas en la conversación digital (37,37% para los meses de julio a septiembre) (párr.2).

Los fenómenos señalados son un componente importante para analizar las fuentes de información utilizadas por los objetos de estudios.

### **Fuentes de información: ‘Welcome To Chepe’**

Referente a No Pasa Nada y La Hora Tica, en los contenidos analizados de los respectivos programas de ambos medios, se encontró diferentes fuentes de información con las que trabajaron. Las categorías de fuentes encontradas son: bases de datos, información de medios de comunicación e instituciones de gobierno y canales oficiales de autoridades policiales de otros países.

En los videos analizados de *‘Welcome To Chepe’* se identificó que emplearon información derivada de los medios de comunicación: La Nación, AmeliaRueda.com, CRHoy, El Guardián CR, Noticias Columbia, Delfino.cr, Semanario Universidad, ElMundo.cr, Nuestra Voz, AFP y la Cadena SER.

Quesada (2024) indica que, para construir contenidos periodísticos sobre el presidente, suele monitorear diversos medios de comunicación donde el presidente pudo decir algo de trascendencia, incluyendo los mencionados anteriormente y otros como El Observador o La Hora de Juanito Mora. La comunicadora menciona que tiene una lista de personajes políticos que utilizan la red social X (antes conocida como Twitter), donde monitoriza lo que publican esos servidores públicos. Finalmente, detalla que hace una priorización de los temas para medir el tiempo con el que puede trabajar.

Mientras que, de medios oficiales del gobierno; se encontraron inserciones derivadas de conferencias de prensa del presidente Chaves, inserciones del mandatario a la prensa, transmisiones de comisiones legislativas en el canal de YouTube del Congreso, controles políticos en el Plenario Legislativo de diputados de distintas bancadas, declaraciones a la prensa de ministros de la Administración Chaves-Robles y un tweet de la policía de Países Bajos.

Sobre lo descrito anteriormente, Quesada (2024) menciona que suele revisar diariamente el canal de Casa Presidencial, en el que busca sustraer información de los diferentes temas de interés de la agenda país.

No se ubicó de forma explícita la utilización de ningún tipo de base de datos ni trabajo campo, sin embargo, esto no significa que este medio de comunicación no haga uso de estos tipos de recolección de información para crear el contenido que se muestra en *'Welcome To Chepe'*.

Quesada (2024) comenta que en ocasiones se ha contactado con diversas fuentes para elaborar los contenidos del programa. Por ejemplo, ha intentado sin éxito comunicarse en varias ocasiones con el Ministerio de Comunicación y con diputadas oficialistas como Pilar Cisneros Gallo y Ada Acuña Castro. La periodista también menciona que forma parte del grupo de prensa para medios independientes gestionado por Casa Presidencial. Además, destaca que la experiencia de solicitar información ha sido más favorable con algunas instituciones del Estado, como el departamento de Bomberos o la Cruz Roja, según señala, son entidades que mantienen una línea de comunicación más personal.

Por su parte, en el uso de bases de datos, Quesada (2024) comenta que se han utilizado fuentes como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Mundial, datos del Organismo de Investigación Judicial (OIJ), el Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos (CEFIA) o de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

### **Fuentes de información: 'DaWik'**

Referente a la metodología de trabajo que ejecuta La Hora Tica en su programa *'DaWik'* al utilizar fuentes con las que se trata la información relacionada con el presidente Rodrigo Chaves, David Barrientos explica:

Generalmente me entero de información por los comunicados de prensa, conferencias, declaraciones que él da, etc. También de vez en cuando veo noticias en otros medios y doy el respecto crédito cuando es así (Barrientos, comunicación personal, 2024).

Relacionado con lo dicho por el comunicador, *'DaWik'* utilizó en los episodios sometidos a análisis, información del medio de comunicación La Nación. Mientras que, en medios oficiales de gobierno, se encuentran: inserciones salidas de las conferencias de prensa

del presidente Chaves, transmisiones de comisiones legislativas en el canal de YouTube del Congreso, controles políticos de congresistas de diversas fracciones legislativas, declaraciones de ministros de gobierno, datos del Organismo de Investigación Judicial (OIJ) y del Ministerio de Hacienda.

Barrientos (2024) explica que, dado que *'DaWik'* es un espacio semanal que resume los acontecimientos de los días anteriores, y no un programa que publica información de inmediato, se prioriza esperar a que otros medios confirmen la noticia antes de compartirla con su audiencia, verificándola con más de una fuente. Sin embargo, aclara que hay excepciones en las que él mismo busca y confirma la información antes que otros medios.

La Hora Tica no tiene una forma de elegir las fuentes, sino que responde a diversos factores que se consideran. Sobre esto, Barrientos explica:

Depende del tema pido yo mismo información a presidencia (sic), entonces uso la respuesta que me dan. En otras ocasiones cuando se trata de desmentir algo que el Presidente (sic) dijo, recurro a estudios, datos, proyectos de ley, Servicios Técnicos de la Asamblea, etc. (Barrientos, entrevista personal, 2024).

Por otro lado, este espacio también va cambiando de fuentes dependiendo del tema, no teniendo una fuente fija para todos los temas. Barrientos (2024), detalla que tiene una menor cantidad de fuentes relacionadas al mandatario Chaves que las que tiene en la Asamblea Legislativa.

Bien es cierto que, en los contenidos analizados, explícitamente solo se identificó al diario La Nación como fuente de información. Sin embargo, Barrientos (2024) menciona que *'DaWik'* también se nutre de medios como Semanario Universidad, CRHoy y AmeliaRueda.com.

Por otro lado, un apartado que complementa este análisis es el uso de bases de datos. Se encontró que La Hora Tica ha utilizado estas herramientas dentro de los episodios analizados, como las del Poder Judicial para consultar votos de la Sala Constitucional o las de la Asamblea Legislativa para referirse a proyectos de ley.

Barrientos (2024), añadió que generalmente y dependiendo del tema acude a otras bases de datos para crear su contenido. Las fuentes de datos de OCDE, agencias relacionadas a la Organización de Naciones Unidas (ONU), estadísticas del INEC e información del departamento de Servicios Técnicos de la Asamblea Legislativa.

Asimismo, el programa realizó trabajo de campo, al pedir información mediante consulta a las fuentes directas, así como una entrevista a un experto en el campo de derecho. En este punto particular, Barrientos (2024) comentó que regularmente intenta consultar a las fuentes directas a través de llamadas telefónicas o intentando conseguir los recursos audiovisuales que expone en sus contenidos.

### **El contexto político en el uso de las fuentes de información**

Tomando en consideración lo expuesto en los anteriores párrafos, se vuelve necesario retornar a la introducción de este apartado de esta investigación para explicar lo primordial que se vuelve el conocer qué tipos de fuentes son a las que acuden estos medios de comunicación digitales alternativos con el panorama plagado de desinformación y polarización política que vive Costa Rica.

Como se señalaba al inicio, hay una mayor desconfianza en los medios de comunicación. Según el *IV Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica*, realizado por el Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) y el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), en conjunto con la Universidad de Costa Rica (UCR) (2024), indica que un 67% de los encuestados no confía en los medios de comunicación señalando que “que no siempre dicen la verdad o que responden a los intereses de sus dueños”. Cabe resaltar que el mismo informe menciona que el 61% de la muestra sí confía en el trabajo de los periodistas.

La *I Encuesta sobre Libertad de Expresión y Confianza en Medios de Comunicación*, publicada por PROLEDI (2023), reveló que al preguntar qué medio tiene mayor credibilidad, la respuesta más frecuente fue "ninguno", con un 20%. Medios como Teletica y Repretel apenas se destacaron, con un 18.3% y 16.4%, respectivamente. Otros medios utilizados como fuentes en 'DaWik' y 'Welcome To Chepe', como La Nación (2.79%), CRHoy (1.69%),

Columbia (1.49%), Semanario Universidad, Delfino.cr (1.20%), La Hora de Juanito Mora (0.90%), El Guardián CR (0.30%) y AmeliaRueda.com (0.30%), tuvieron un porcentaje mucho menor de menciones.

Esto no sugiere que los medios de comunicación hacen un mal trabajo o funcionan negativamente como fuente de información, pero sí deja entrever que parte de los costarricenses cuestiona lo que publican estas entidades de comunicación.

Aunque, como se evidenció antes, sobre que en Costa Rica y el mundo en general, hay cierta tendencia a desconfiar de los medios de comunicación, tanto No Pasa Nada como La Hora Tica tienen razones de porque utilizan a medios de comunicación ya establecidos como una de sus fuentes de información.

Tanto *'Welcome To Chepe'* como *'DaWik'* comparten la característica de ser espacios semanales, esto hace que al no tener que confirmar la información ellos mismos, se nutren de lo publicado por ambos medios.

Quesada (2024) explica que usualmente cuando abordan ciertos temas en *'Welcome To Chepe'*, las fuentes utilizadas ya han sido verificadas, ya sea que se trate de notas periodísticas o datos provenientes de alguna base o documento concreto.

En el caso de *'DaWik'*, Barrientos (2024) justifica el uso de medios como el Semanario Universidad, La Nación, CRHoy y AmeliaRueda.com como fuentes de información porque: “creo que en términos generales hacen un trabajo decente, serio, responsable”.

Ahora bien, considerando lo anterior, la desconfianza en los medios de comunicación puede relacionarse con la polarización política mencionada al inicio de esta sección.

El Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford (2024) señaló en su artículo *“Perspectivas del público sobre la confianza en las noticias”* que:

En algunos países y a nivel de marcas individuales, la confianza a menudo se entrelaza con el partidismo político. A veces, en parte también refleja el volumen de

críticas a los medios que la gente ve, que tienden a estar dirigidas estratégicamente a organizaciones independientes y a algunos periodistas, por parte de actores políticos que utilizan las redes sociales y otros canales para tratar de socavar a quienes desafían sus agendas. (párr. 11).

Esto indica que parte del análisis subjetivo del público que consume medios de comunicación, toma la información de determinada forma dependiendo de quien venga, lo que implica que, en buena medida, una fuente puede ser tomada con mayor o menor credibilidad dependiendo del contexto político de cada país y de la propia corriente ideológica de la persona consumidora.

Aunque la encuesta de Reuters (2024), que recopila datos de 47 países y mercados distintos, muestra que los encuestados de diferentes espectros políticos (izquierda, derecha y centro) coinciden en factores para confiar en las noticias como la transparencia en la elaboración de noticias, altos estándares periodísticos, representación justa de personas como ellos, sesgo, coincidencia de valores, exageración o sensacionalismo, trayectoria histórica y percepción de negatividad, también menciona que la forma en que interactúan con las noticias varía según su alineación política.

El factor político en el entorno personal puede resultar determinante a la hora de como un perfil interactúa con una noticia que venga de un medio de comunicación que sea de su confianza o no.

Sobre esto, Delfino (2024) menciona que cada medio debe tener su propia línea editorial y manejarla como considere, sujeta a la interpretación que le dé la ciudadanía. A través del pensamiento crítico, el público tomará una decisión respecto a lo que consume. Aunque algunos, posicionados en un bando ideológico u otro, pueden tener una opinión positiva o negativa sobre un medio según qué tan alineada esté su información con sus propios ideales.

Señalado todo lo anterior, este panorama político no se aleja de la realidad social que vive Costa Rica con referencia al tratamiento periodístico de los medios de comunicación con el clima político que se suscita en el país.

Desde que Rodrigo Chaves Robles asumió como presidente en mayo de 2022, ha sido constante que el mandatario tenga discusiones con diferentes actores sociales del país, incluidos algunos conglomerados periodísticos del país.

Según PROLEDI (2024), en estos dos años de mandato el presidente ha utilizado en sus conferencias de prensa términos considerados peyorativos hacia los medios de comunicación como “medios canallas”, “mentirosos”, “sicarios políticos”, “desinformadores y manipuladores”, entre otros.

El estudio de PROLEDI (2024), que examinó 64 conferencias de prensa de Chaves efectuadas entre mayo de 2022 y enero de 2024, destaca que de 219 intervenciones del presidente relacionadas a la prensa: “solo 4 son positivas. Se trata de felicitaciones a medios o periodistas que cubrieron una noticia o evento de interés para el Poder Ejecutivo o que, desde la perspectiva del mandatario, realizaron un buen trabajo” (p.150).

Precisamente, este estudio indica que buena parte de las intervenciones negativas del presidente se han suscitado con algunas de las fuentes de información utilizadas en los productos de *‘DaWik’* y *‘Welcome To Chepe’*, como La Nación y CRHoy, en 55 y 29 ocasiones, respectivamente.

Entonces, esto ayuda a que la polarización política tenga efecto en la confianza hacia los medios de comunicación y quienes reproducen la información de dichos medios. Concretamente, esto también puede tener un impacto en los formatos que además de sustraer información de determinados medios de comunicación, también emitan un juicio de valor, generalmente crítico hacia el presidente Chaves.

La figura del mandatario no solo genera comentarios que pueden considerarse negativos hacia la labor de los medios de comunicación, sino que su propia persona se convierte en objeto de debate en la opinión pública, algo que se refleja en las redes sociales.

El Observatorio de Comunicación de la Universidad Latina (2024) recopiló que un 42.53% de los comentarios en redes sociales en torno al presidente fueron positivos, mientras que un 37.37% tuvo un tono negativo, tomando en consideración distintos acontecimientos que suscitaron en el país entre el 1 de julio al 30 de septiembre de 2024.

Esto indica que no hay una gran diferencia, al menos en las redes sociales, entre quienes ven con buenos ojos la gestión del presidente y quienes desapruaban las acciones del mandatario.

Sobre esto, Segura (2024) explica que la coyuntura política es clave a la hora de entender porque determinadas audiencias interactúan de la forma en que lo hace con los diferentes medios de comunicación y formatos periodísticos como los analizados en este estudio:

Yo creo que aquí también es importante, quizás en esa coyuntura sociopolítica que hablamos, ir un poco más allá, como ir un poco a la génesis, a la ontología del problema. Y es que también la población que suele consumir este tipo de contenidos, como los que hablamos de estas plataformas, donde pues claramente la población que lo va a consumir es una población un poco más violentada y vulnerabilizada, invisibilizada. Por ejemplo, tenemos que la población joven, por ejemplo, de 18 a 30 años, es la que ha sufrido más los ataques recortistas de este gobierno. Entonces no sería para nada una casualidad, ni algo extraño, ni un evento aislado, que esta población a la que acude a estos beneficios, como lo podemos llamar, a toda esta protección de la institucionalidad pública, sea la que consume este tipo de contenido. Porque es, pues claramente algo que les pasa por el cuerpo (Segura, entrevista personal, 2024).

Teniendo en cuenta todo esto, resulta paradójico cómo, a pesar de que parte de la ciudadanía pone en tela de juicio la información que publican los medios de comunicación de renombre en Costa Rica argumentando que “no siempre dicen la verdad o que responden a los intereses de sus dueños”, proyectos como La Hora Tica o No Pasa Nada sí se apoyan en la información que circula en estos medios para recopilar datos que luego incluyen en sus contenidos.

Este fenómeno resulta aún más intrigante si se considera la encuesta sobre confianza en los medios de comunicación publicada por PROLEDI (2023), mencionada en varias ocasiones a lo largo de esta sección de la investigación. En la encuesta, el 61 % de los

participantes aseguró confiar en el trabajo de los periodistas, mientras que un 77 % señaló tener baja confianza para informarse sobre temas de la agenda nacional que circula por influenciadores o personas que publican en internet. Asimismo, un 64 % indicó tener baja confianza en informarse sobre estos temas en redes sociales.

Incluso, resulta aún más complejo este asunto, si se toma en cuenta que PROLEDI (2023) recopiló que:

Los resultados muestran que las universidades públicas son los actores sociales con los niveles de confianza más altos cuando se trata de informar sobre asuntos nacionales. Un 63,3% afirmó que su grado de confianza era muy alto o alto, superando ampliamente a otras instancias relevantes en la dinámica del país como las iglesias (36.8%) o el presidente de la República (34.8%) En este ámbito, las universidades públicas también superan a medios altamente consumidos como los noticieros de TV o de radio.

Entonces, es cuando estos hechos chocan con el papel de la polarización política y el sesgo ideológico que se explicaba con anterioridad en esta parte del estudio. Porque la ciudadanía reacciona de una forma u otra con los distintos espacios informativos por su posición política como lo explicaba el Instituto Reuters y la socióloga Nataly Segura. Sin embargo, que otros profesionales del periodismo como los objetos de estudios sí confíen en lo publicado por otros medios puede estar relacionada al desarrollo de la profesión y al tipo de creación de contenidos.

Según explicaron los encargados de No Pasa Nada y La Hora Tica, la recopilación de información en estos proyectos, que publican semanalmente, no busca la inmediatez, sino que se basa en una revisión de otros medios de los que suelen nutrirse.

En el caso de No Pasa Nada, como se mencionó anteriormente, Karol Quesada explicó que acudir a estos medios permite contrastar la información con otras fuentes. Por su parte, David Barrientos, al ser cuestionado sobre por qué en La Hora Tica recurre a medios como La Nación, CRHoy, AmeliaRueda.com o Semanario Universidad, indicó que considera que estos medios de comunicación cumplen su labor de forma “decente, seria y responsable”.

Se puede comprender entonces que, aunque estos proyectos independientes busquen desmarcarse de la prensa tradicional, encuentran un punto en común para construir sus contenidos mediante la recopilación de información en estos medios, donde encuentran datos veraces o de valor para su audiencia. Además, dejando de lado la discusión política, influye que estos proyectos independientes tengan equipos pequeños. Este último punto se ampliará en otra sección de este estudio.

Por todo esto, es fundamental entender de dónde proviene la información de los objetos de estudio en sus producciones, porque el debate que vive el país desde la asunción de Chaves al poder ha generado una relación de conflicto entre algunos sectores de la prensa y el mandatario.

A continuación, se presenta una tabla de análisis de contenido en la que se identifican los tipos y el origen de las fuentes de información utilizadas por los objetos de estudio en los 20 contenidos analizados.

**Tabla 4:** Análisis de contenido del objetivo 2: Fuentes de información

Título	Minutaje	Bases de datos	Número de fuentes	Tipos de fuentes	Origen de las fuentes
<b>CONTENIDOS DE ‘NO PASA NADA’</b>					
<i>¿LOS ENGAÑARON?</i> <i>Chaves Bots</i> <i>ESCÁNDALO</i> <i>Baruch Arresto de</i>	1:25 al 5:50 y 10:50 al 20:30	-Nulo/Desconocido	6	Notas de prensa de CRHoy y El Guardián CR. Transmisión de Noticias Columbia. Declaración del presidente Rodrigo Chaves.	Medios de comunicación nacionales.

<i>Trump Tráfico de Influencias Desenmascarado</i>				Transmisiones de sesiones en la Asamblea Legislativa. Comparecencia de Gabriel Aguilar  Inserción de diputada del PLN, Andrea Álvarez.  Audio de Federico Cruz.	Medios oficiales del Gobierno.  Medios oficiales de la Asamblea Legislativa.
<i>¿¡PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!? Ferry a El Salvador, huelga estudiantil y Más   Welcome to Chepe</i>	6:50 al 14:20	-Nulo/Desconocido	4	Notas de prensa de Delfino.cr y Semanario Universidad.  Declaraciones de Rodrigo Chaves.  Declaraciones de la ministra de Educación, Anna Katharina Müller en la Asamblea Legislativa.	Medios de comunicación nacionales  Medios oficiales del Gobierno  Medios oficiales de la Asamblea Legislativa.
<i>¿¡No quieren bajar el marchamo?! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMIENTOS Y MÁS    Welcome to Chepe</i>	11:40 al 16:54	-Nulo/Desconocido	3	Inserción de diputada del PPSD, Paola Nájera en el Congreso.  Conferencia de prensa de Rodrigo Chaves.  Declaraciones Pilar Cisneros.	Medios oficiales de la Asamblea Legislativa  Medios oficiales del Gobierno
<i>¿¡HÉROES DE LA TERCERA GUERRA</i>	3:00 al 9:10	-Nulo/Desconocido	4	Notas de prensa de AmeliaRueda.com, La Nación y CRHoy.	Medios de comunicación nacionales  Medios oficiales del Gobierno

<i>MUNDIAL!?</i> <i>Christian Bulgarelli,</i> <i>inseguridad y MÁS  </i> <i>Welcome to Chepe</i>				Declaraciones de exministro de comunicación, Jorge Rodríguez.	
<i>¡Corrupción!</i> <i>Rodrigo Chaves Y</i> <i>La ONU.</i> <i>Mediocridad En</i> <i>Tren Y Más...  </i> <i>Welcome to Chepe</i>	1:55 al 3:55 Y 13:33 al 17:00	-Nulo/Desconocido	2	Declaraciones del presidente Rodrigo Chaves.  Declaraciones de expresidenta del PANI, Gloriana López.	Videos de Tik Tok extraídos de usuarios desconocidos,  Retransmisión de contenido de Noticias Canal 13.
<i>¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpiadas Y Más </i> <i>Welcome to Chepe</i>	10:50 a 18:50	-Nulo/Desconocido	6	Notas de prensa de Columbia, ELMundo.cr, Nuestra Voz.  Conferencia de prensa del presidente Chaves del 26 de septiembre de 2023  Transmisión en YouTube del Congreso: Control político de Dinorah Barquero.  Inserción de Pilar Cisneros a la prensa.	Medios de comunicación nacionales.  Medios oficiales del gobierno.  Medios oficiales de la Asamblea Legislativa
<i>La Peor CRISIS De Inseguridad ¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación</i>	14:55 al 22:00	Nulo/Desconocido	6	Nota de prensa de Ameliarueda.com.  Conferencia de prensa del presidente.  Inserción del presidente Chaves refiriéndose a la nota publicada por el diario mexicano El Universal.	Medios de comunicación nacionales  Medios oficiales del gobierno.  Medios oficiales de la Asamblea Legislativa

				<p>Conferencia de prensa del presidente Chaves del 3 de octubre.</p> <p>Entrevista de Rodrigo Chaves con AFP.</p> <p>Votación de la Asamblea Legislativa: moción.</p>	
<p>¿Droga Tica Llega A Europa!?</p> <p>Diputados EXPULSADOS, Chaves se va a Panamá ¡Protestas Pro-Palestina!</p>	1:40 al 7:50	Nulo/Desconocido	7	<p>Notas de prensa de La Nación, de la Cadena Ser de España.</p> <p>Conferencia de prensa del presidente Chaves del 27 de setiembre.</p> <p>Conferencia de prensa del presidente Chaves del 13 de octubre.</p> <p>Conferencia de prensa del Ministerio de Seguridad, Mario Zamora del 9 de octubre de 2023.</p> <p>Redes sociales de la policía de Países Bajos.</p> <p>Inserciones.</p>	<p>Medios de comunicación nacionales.</p> <p>Medios de comunicación internacionales.</p> <p>Medios oficiales de la Asamblea Legislativa.</p> <p>Redes sociales de las autoridades de Países Bajos.</p>
<p>¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!?</p> <p>¿Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes</p>	2:00 al 8:30	Nulo/Desconocido	4	<p>Conferencia de prensa del presidente Chaves del 22 de noviembre de 2023.</p> <p>Declaración del presidente Chaves.</p> <p>Declaración del ministro de seguridad, Mario Zamora.</p> <p>Declaración de presidente de la Asamblea Legislativa, Rodrigo Arias.</p>	<p>Medios oficiales del gobierno.</p> <p>Medios oficiales de la Asamblea Legislativa.</p>

¿Que Chaves dijo QUÉ!? GRABACIONES SECRETAS (sic) ¡Tenemos drama con La Nación! CR CARISIMO Y Más	00:00 al 10:40	Nulo/Desconocido	4	Notas de prensa de La Nación.  Inserción de Pilar Cisneros en la Asamblea Legislativa.  Entrevista de Pilar Cisneros a Rodrigo Arias en Telenoticias.  Video de casa presidencial del 4 de diciembre de 2023.	Medios de comunicación nacionales.  Medios oficiales del gobierno.
<b>CONTENIDOS DE 'LA HORA TICA'</b>					
DaWik   Favorecimientos   4 agosto 2023   Ep.47 DaWik   Trabajar menos, ganar igual   1 setiembre 2023   Ep.50	18:13 al 22:03	Base de datos del Poder Judicial, sección de la Sala Constitucional	4	Voto de la Sala Constitucional, resolución 2023-21440.  Comunicado de Casa Presidencial de reunión bilateral entre Chaves y Joe Biden.  Consulta a Intel.  Comunicado de la Embajada de Costa Rica en Estados Unidos.	Trabajo de campo.  Medios de información oficiales del Poder Judicial.  Medios oficiales del gobierno.
DaWik   Veto Presidencial   15 setiembre 2023   Ep.52	3:56 al 7:17	Nulo/Desconocido	5	Veto presidencial al Decreto Legislativo 10.381 "Modificación a la Ley N° 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea".  Conferencia de prensa del presidente Chaves del 14 de setiembre de 2023.  Inserción de Jonathan Acuña, diputado del FA.  Inserción de Eli Feinzaig, diputado del PLP.	Medios oficiales del gobierno.  Declaraciones a la prensa de diputados

				Inserción de Paulina Ramírez, diputada del PLN	
DaWik   Amenazas en la Caja   22 setiembre 2023   Ep.53	9:16 al 11:36	-Datos del OIJ	6	<p>Información de la Fuerza Pública.</p> <p>Declaraciones del ministro de seguridad, Mario Zamora.</p> <p>Declaraciones del viceministro Manuel Jiménez.</p> <p>Presupuesto reservado para la PCD para 2024 impuesto del Ministerio de Hacienda.</p> <p>Datos del OIJ.</p> <p>Declaraciones del presidente Chaves.</p>	<p>Medios oficiales del gobierno.</p> <p>Medios oficiales del Poder Judicial.</p>
DaWik   Narcos   29 setiembre 2023   Ep.54	8:40 al 14:30	Nulo/Desconocido	8	<p>Votación de la Asamblea Legislativa para resellar el Decreto Legislativo 10.381 “Modificación a la Ley N° 7092, Ley de Impuesto sobre la Renta para lograr la exclusión de Costa Rica de la lista de países no cooperantes en materia fiscal de la Unión Europea” del 26 de septiembre de 2023.</p> <p>Conferencia de prensa del presidente Chaves del 26 de septiembre de 2023.</p> <p>Inserción control político de diputada del PPSD, Luz Mary Alpízar.</p> <p>Inserción del control político de diputada independiente, Gloria Navas.</p>	<p>Medios de comunicación nacionales.</p> <p>Medios oficiales del gobierno.</p>

				<p>Inserción del control político de diputado Francisco Nicolás, del PLN.</p> <p>Inserción de diputada oficialista Pilar Cisneros a la prensa.</p> <p>Inserción del presidente de la Asamblea Legislativa, Rodrigo Arias.</p>	
<i>DaWik   La coca sigue saliendo   13 octubre 2023   Ep.55</i>	1:04 al 4:42	Nulo/Desconocido	3	<p>Notas de prensa de La Nación.</p> <p>Declaraciones del presidente Rodrigo Chaves.</p> <p>Declaraciones del ministro de Seguridad Mario Zamora.</p>	<p>Medios de comunicación nacionales.</p> <p>Medios oficiales del gobierno.</p>
<i>DaWik   Se enojó Kiko   24 noviembre 2023   Ep.58</i>	00:00 al 6:42	Nulo/Desconocido	1	Declaraciones del presidente Rodrigo Chaves.	Medios oficiales del gobierno.
<i>DaWik   Los audios de Presidencia   8 diciembre 2023   Ep.60</i>	1:05 al 11:05	Nulo/Desconocido	2	<p>Notas de prensa de La Nación.</p> <p>Conversaciones entre Rodrigo Chaves y exministros de comunicación Patricia Navarro y Jorge Rodríguez.</p>	<p>Medios de comunicación nacionales.</p> <p>Audios filtrados por exministra de Comunicación Patricia Navarro.</p>
<i>DaWik   Un gobierno choreco   15 diciembre 2023   Ep.61</i>	1:15 al 6:15	Nulo/Desconocido	2	<p>Comparecencia de Federico Cruz en la Asamblea Legislativa.</p> <p>Declaraciones del presidente Rodrigo Chaves.</p>	<p>Medios oficiales del gobierno.</p> <p>Medios oficiales de la Asamblea Legislativa.</p>
<i>DaWik   Un disparate presidencial   22 diciembre 2023   Ep.62</i>	7:10 al 12:30	Nulo/Desconocido	2	<p>Entrevista de Rodrigo Chaves.</p> <p>Inserción de Marvin Carvajal. Experto en Derecho Judicial.</p>	Comunicación personal del periodista y experto.

Fuente: Elaboración propia.

Tener claras las fuentes que utilizan No Pasa Nada en su programa *‘Welcome To Chepe’* y La Hora Tica en *‘DaWik’* es un aspecto fundamental, debido a que su elección tiene una doble función. Primero, la utilización de estas fuentes se correlaciona con la forma en que estos proyectos desarrollan sus contenidos, desde los aspectos de producción hasta aquellos relacionados con sus recursos. Por otro lado, la selección de fuentes también está vinculada con el acontecer político y social del país.

Como se explicó antes, la polarización política y la identificación ideológica del público se relacionan con cómo este recibe la información de la prensa, y que no refleja o sugiere de forma pragmática o empírica que los medios de comunicación trabajan mal. Tomando como referencia los datos recopilados por el PROLEDI en sus estudios, se observa que el presidente Rodrigo Chaves ha utilizado calificativos negativos para referirse a varios sectores de la prensa, entre ellos algunos de los medios usados como fuentes de información en los contenidos de *‘Welcome To Chepe’* y *‘DaWik’*, como La Nación y CRHoy.

Además, la figura del presidente representa un factor determinante, esto se debe a que, como se explicó en el reporte del Observatorio de Comunicación Digital de la Universidad Latina, el mandatario es una figura que tiende a polarizar en las redes sociales.

Entender por qué estos medios de comunicación independientes confían en otros sectores de la prensa ya posicionados para nutrir su contenido se convierte, así, en un fenómeno complejo pero esencial de analizar. Usar ciertas fuentes de información para crear los contenidos de estos proyectos independientes no es solo una metodología de trabajo, sino también está estrechamente relacionado con la realidad política y social de Costa Rica.

### **Unidad de análisis 3: Instrumentos de verificación**

*Determinar los instrumentos de verificación de hechos empleados por los medios digitales No Pasa Nada y La Hora Tica en el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*

Muchas de las bases del periodismo con el paso de los años se mantienen, A pesar de la constante renovación de las metodologías y plataformas de trabajo de la profesión; una de

ellas y de las más grandes es la verificación de hechos o muy conocida también por su terminología en inglés el “*fact-checking*”.

Es una de las armas más poderosas del periodismo, que da credibilidad a los productos realizados y también una que aporta al combate contra la desinformación globalizada que se vive con más fervor en la era digital y de redes sociales.

La proliferación de contenidos falsos no es nada nuevo, un ejemplo de esto y una de las modas que se ha vuelto más viral en los últimos años es los “*deepfakes*”, un acrónimo que surge de juntar las palabras “*deep learning*” (aprendizaje profundo) y “*fakes*”, que se refiere a algo falso.

Mediante esta técnica se crean videos o imágenes, en su mayoría con Inteligencia Artificial, para recrear el rostro humano y hacer pasar a las personas por otra persona o realizando acciones y dando declaraciones que nunca sucedieron, es decir, una libertad creativa y manipulativa casi sin límites.

Si bien muchas de estas se utilizan en personas de alto perfil público para generar humor, en otros casos pueden usarse para algún trasfondo más serio y negativo. Y una de las profesiones más afectadas por esto es el Periodismo. Según datos de Sumsb, y rescatados por la sección En Tendencia (2024) del medio Delfino.cr, entre 2022 y 2023 el número de “*deepfakes*” en todo el mundo se multiplicó por 10 y en Latinoamérica aumentaron en un 450%.

Es por esto por lo que la profesión y los comunicadores deben mantener un rol de alerta y aviso ante estas amenazas que enlodan el trabajo de la búsqueda de la verdad, las armas contra esto además de la experiencia recaen en instrumentos de verificación que incluso muchas veces vienen de la misma raíz que surgen las amenazas, la Inteligencia Artificial y la tecnología.

Para los objetivos propuestos en esta investigación se destinaron mecanismos de recolección de información para sacar provecho posible a la información rescatada, en este caso, para conocer los tipos y usos de instrumentos de verificación utilizados por los objetos

de estudio, se recurrió a preguntarles directamente a las fuentes, es decir, a los periodistas encargados de cada sección analizada.

En el apartado anterior sobre las fuentes de información se hizo un recorrido por los distintos medios y bases de datos consultadas por los periodistas de No Pasa Nada y La Hora Tica en sus espacios *‘Welcome to Chepe’* y *‘DaWik’*, respectivamente, algo que se liga directamente con lo que se desarrolla en este objetivo.

### **Instrumentos de verificación: ‘Welcome to Chepe’**

En la comunicación con Pietro Cercone, director del medio de comunicación alternativo No Pasa Nada y Karol Quesada, periodista encargada de la sección *‘Welcome To Chepe’*, se logró analizar que más que instrumentos de verificación en sí, en el medio se realiza un trabajo exhaustivo con las fuentes de información, lo que les permite tener certeza que la información recabada es confiable y apta para ser difundida ante su público.

El instrumento de verificación principal utilizado es el contraste de las fuentes. En el trabajo de montaje de guion, rescatan qué se dijo de la noticia en distintos medios como ElMundo.CR, El Guardián CR, AmeliaRueda.com y plataformas como X (antes Twitter) y aplicaciones de noticias, lo que permite una variabilidad de fuentes para asegurarse de que todo vaya por una misma línea y que no existan disonancias grandes en el tratamiento de las noticias.

Como agregado, Cercone (2024) menciona que cuando la noticia trata de cifras o datos muy específicos recurren a la fuente directa para verificar los números plasmados por distintos medios de comunicación, por ejemplo, entes como el Organismo de Investigación Judicial (OIJ), Instituto Nacional de Estadísticas (INEC), CEFIA, entre otras.

Además, su director, menciona que aplican la justicia y profesionalismo como instrumento para verificar que la población esté informada correctamente. “Los lineamientos profesionales periodísticos básicos se cumplen al pie de la letra, es algo que yo al no ser periodista me respaldo de los periodistas de la empresa para que ellos puedan darme a mí esos criterios profesionales” (Cercone, entrevista personal, 2024).

Uno de esos lineamientos periodísticos que menciona es el “*fairness*” lo que en el argot periodístico hace referencia a la justicia e imparcialidad en las informaciones o coloquialmente conocido como “las dos caras de la moneda” en una historia.

Por otro lado, es importante recalcar, que uno de los peligros a los que se exponen los medios de comunicación es caer en la desinformación y noticias falsas, como se mencionó al inicio de esta Unidad de Análisis y es algo que está latente, un riesgo que se minimiza con la labor periodística justa y aplicación de los instrumentos de verificación.

Pero existe un protocolo para rectificar informaciones si una persona física o jurídica se agravia por informaciones inexactas referidas a ella a través de medios de difusión, conocido como el ejercicio del Derecho de Rectificación o Respuesta.

La Ley de Jurisdicción Constitucional dispone en los artículos 66, 67, 68 y 69, el procedimiento para actuar ante estos casos, con sustento normativo en el artículo 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y el 29 de la Constitución Política de Costa Rica, que, si bien sentencia la censura y promueve la libertad de expresión, recuerda que todos serán responsables del abuso que se cometa en el ejercicio de este derecho.

La LJC (1989), grosso modo, establece que el afectado deberá escribir una solicitud de rectificación al dueño o director del medio acompañado del texto que se quiere publicar dentro de los cinco días posteriores, la organización tendrá 3 días para realizar dicha rectificación y publicarse en las condiciones equivalentes, es decir, horario y formato en que se hizo la difusión inexacta.

Por ejemplo, en La Nación se publicó un Derecho de Respuesta en mayo del presente 2024, se hizo dos meses después por orden de la Sala Constitucional, como especifica la bajadilla de la noticia. Escrita por Fernando Sandí Chacón, presidente ejecutivo del Sinart, en el cual se menciona que Presidencia no llamó la atención al Sinart por noticias negativas. Parte del texto expone lo siguiente:

Es completamente falso que la Presidencia haya reprendido o llamado la atención al Sinart por noticias negativas, como se informó en las notas periodísticas tituladas “Presidencia llamó la atención al Sinart por noticias ‘negativas’ sobre agua con

hidrocarburos”, publicada el 4 de marzo en nacion.com, y “Zapote reprende a Sinart por noticias ‘negativas’ sobre agua contaminada”, publicada en la página 4 de la edición impresa del 5 de marzo en el diario La Nación (Sandí, 2024).

Quesada (2024) por parte del equipo de No Pasa Nada menciona en la entrevista que durante el tiempo que tiene ella de producir el programa no han tenido la experiencia de que sucediera una situación similar, pero sí están conscientes y listos con el protocolo que la ley establece.

### **Instrumentos de verificación: ‘DaWik’**

Por parte del medio de comunicación La Hora Tica, su director y productor de programas David Barrientos menciona algo que se asemeja mucho a la línea de No Pasa Nada y es que su principal método de verificación es el contraste de fuentes. “Realmente ninguno más allá de leer lo que dicen los informes o los estudios y contrastarlas con las declaraciones dadas por alguna autoridad” (Barrientos, entrevista personal, 2024).

Barrientos (2024) hace énfasis en un punto importante, que si bien no es un instrumento de verificación es una técnica y principio del periodismo vital para no caer en desinformaciones y es entender bien la información que se va a difundir al público, dado que si el periodista no entiende bien, no va a poder informar en condiciones a la ciudadanía, lo que puede desencadenar confusiones, errores y proliferación de inexactitudes.

Por último, menciona que no tiene un protocolo para rectificar contenidos que contengan información imprecisa.

### **Condicionantes en aplicación de instrumentos**

En el caso de la aplicación de instrumentos de verificación, los dos objetos de estudio analizados coinciden en que no utilizan tecnologías avanzadas de programas de Inteligencia Artificial para detectar bulos en internet, sino, que basan su proceso de verificación en trabajo de campo y bases del periodismo.

Esto puede ser fruto de varios factores, uno de ellos es ser medios independientes. Al contar con poco personal o en el caso de La Hora Tica ser un proyecto de casi unipersonal puede resultar difícil recurrir a instrumentos más elevados que tiene un costo económico. “Además de que las herramientas que un periodista por sí solo va a tener van a ser menos que las que va a tener una persona que trabaja por una empresa” (Cercone, entrevista personal, 2024).

Por otra parte, los dos medios comparten un formato en el que el centro de ellos no es la inmediatez, más que relevancia, buscan tratar informaciones ya generadas, con opiniones basadas en hechos; por lo que, al no buscar primicia, esto les da un factor que muchas veces no tienen las empresas grandes de comunicación y puede llevar a cometer inexactitudes, que es el tiempo:

Nuestro objetivo como medio nunca va a ser el primer medio en sacar la noticia, sino ser el medio que explica mejor la noticia. Entonces, bueno, eso tiene sus pros y sus contras a nivel periodístico y creo que uno de estos pros que puedo mencionar es que, usualmente, cuando ya nosotros hablamos del tema, como te digo, ya se revisaron diferentes medios, ya se revisaron diferentes documentos, diferentes datos y demás (Quesada, entrevista personal 2024).

Por último, aunque se realiza en menor medida, ellos también consultan directamente a fuentes relacionadas para tener más apoyo en las noticias, como expertos, instituciones públicas, diputados, entre otros. “Poder hablar con fuentes, escuchar personas que saben más que yo” (Barrientos, entrevista personal 2024).

Tal como menciona Delfino (2024) en la entrevista realizada, lo importante es ser parte de la solución y no del problema. Por lo que el trabajo periodístico debe destacarse de otros que solo buscan difundir mentiras malintencionadas con herramientas que la propia escuela y experiencia brinda. “Si están mintiendo, es otra cosa. O sea, si están haciendo afirmaciones falsas. Para mí ya eso no es ni periodismo ni comunicación colectiva, es abiertamente irresponsabilidad” (Delfino, comunicación personal, 2024).

Las entrevistas aplicadas determinaron que no existe mucha variedad de instrumentos o procesos establecidos para emplear estos en los medios analizados, sin embargo, sí un trabajo periodístico aplicado con severidad para la búsqueda de la verdad.

#### **Unidad de análisis 4: Encuadre de las noticias**

*Determinar el tipo de encuadre realizado por los medios digitales 'No Pasa Nada' y 'La Hora Tica' al tratar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*

Antes de iniciar con el análisis del objetivo 4, es importante recordar lo que se entiende por encuadre o “*Framing*” en la comunicación, tal como se desarrolló en el segundo capítulo del presente trabajo: Marco Referencial bajo varias teorías, se trata de marcos narrativos, pero sobre todo la palabra clave y que se remite al periodismo es la interpretación.

La construcción de la noticia puede tener tanto información como opinión y aunque no todos los medios de comunicación y los tradicionales en su mayoría no aluden a este género interpretativo, los objetos de estudio del presente trabajo comparten una línea de encuadre muy marcada en el periodismo interpretativo.

Estoy convencido que no hay nada más importante que la comunicación y que la comunicación si no es efectiva no es comunicación y para que sea efectiva tenés que tomar ciertas medidas que faciliten que el mensaje que quieres hacer llegar llegue y que llegue a tanta gente como sea posible entonces si tienes una visión realmente democrática de la comunicación y del poder transformador que tiene la comunicación tenés que contemplar que hacer tu mejor esfuerzo por atribuirte la responsabilidad de facilitar la comprensión y el alcance de esa comunicación (Delfino, entrevista personal, 2024).

La cita anterior es correcta y sirve como introducción para analizar este objetivo, ya que Diego Delfino en su medio de comunicación y como él mismo recalca comparte similitudes con los objetos de estudio y es la visión disruptiva de nuevos modelos de comunicación y formas de hacer periodismo, distinguidos por el encuadre que dan al tratamiento de sus informaciones.

Para desarrollar este objetivo se tomaron en cuenta dos instrumentos, el estudio de productos de los medios de comunicación, y la entrevista con los directores y periodistas encargados de los programas, para tener una visión amplia e información suficiente para analizar, comparar y redactar conclusiones.

Se tomaron en cuenta cinco elementos sobre los cuales parte el desarrollo y estudio de los productos.

### **Juicios de valor**

En el análisis del objetivo uno se vislumbró que el lenguaje utilizado por estos medios de comunicación rompe con esquemas tradicionales. Al tratar el encuadre de las noticias es importante recalcar la subjetividad y aporte del toque personal del periodista en cada uno de los productos.

De los 20 productos analizados solo en uno no se encontraron juicios de valor emitidos que fueran directos y altamente perceptibles, en los 19 restantes se encontraron opiniones marcadas de los periodistas sobre las noticias que se estaban comunicando.

Por ejemplo, sobre la labor del presidente Rodrigo Chaves o declaraciones del mandatario, se emitieron juicios de valor por parte de la periodista de *'Welcome To Chepe'* tales como: “Campaña de manipulación y mentiras” o “Claramente no tiene muchos amigos en la Asamblea y le enchichó”, mientras que por parte del periodista de *'DaWik'* se encontraron frases como: “Decepcionantes palabras del presidente” y “Qué presidente más inmaduro tenemos”.

Esto forma parte del estilo de presentación de las informaciones de los dos medios de comunicación, como se desarrolló en el objetivo uno con tintes sarcásticos, informativos y disruptivos, libertades que se toman a la hora de informar y opinar le da un valor agregado a su contenido. Tal como comenta Karol Quesada, periodista de No Pasa Nada:

Primero, a nivel de comunicación hace que el tema sea más cercano a las personas, es decir, si yo me paro al frente de la cámara y nada más digo: “esta Y, X es la noticia, muchas gracias”, al final se vuelve en lo que todos los otros medios hacen -que no es

que sea incorrecto- pero que ya existe y al final es lo que ha dejado que las personas jóvenes se dejen de informar, se aburran al respecto. Al final lo haría un noticiero más que pueden ver todos los días a las 7 p.m. A nivel informativo, inclusive, creo que creo que permite no decirle a la gente cómo pensar, sino que escuchen con datos una opinión informada. (Quesada, entrevista personal, 2024).

Por parte de La Hora Tica su director opina que hay una riqueza distinta en el periodismo de opinión. “El valor agregado de dar mi opinión es crear debate, formar conversaciones, que la gente discuta sobre lo que yo digo o no digo y sobre la información que doy” (Barrientos, entrevista personal, 2024).

Esta libertad creativa y de opinión trae consigo una responsabilidad a la hora de emitir los juicios de valor, que puede despertar críticas en ciertos sectores tradicionalistas de la sociedad, así como ataques por parte de autoridades, riesgo que está latente y con el que deben lidiar estos periodistas, así como respetar límites que todo derecho llega a tener:

Porque lo más importante siempre son las personas, y eso incluye a las personas con las que vos no estás de acuerdo. No podés poner en peligro la integridad de nadie ni írsele encima a la integridad de nadie, yo en eso no creo, ni me parece que facilite para nada, el común denominador de lo que nos mueve, que se supone que es una democracia estable. Entonces, la respuesta es sí. Sí hay mucho cuidado con eso, sí hay reglas no escritas. (Delfino, entrevista personal, 2024).

Visto desde la sociología, Segura (2024) menciona que en todo este tratamiento periodístico entran en juego las objetividades y percepciones, es decir, hay gente que están muy a favor y lo consuman con regularidad, mientras otras no sean simpatizantes de estos modelos disruptivos, un tema que desde su perspectiva en definitiva genera polarización.

Para la socióloga, este tipo de periodismo interpretativo hace que un tema tan complejo como la política sea más digerible y es un ejemplo claro del sentido de pertenencia, identificación cultural y conexión que puede hacer la comunicación en las personas, pero si se deben respetar los límites, “cuando se falta el respeto a algún derecho de alguna población que sea más vulnerable o invisibilizada” (Segura, entrevista personal, 2024).

Al final todo se resume en informar con responsabilidad y bases estables, como comenta el productor de *'DaWik'*. “Opino sobre todo lo que quiera emitir una opinión y sobre lo que tenga la suficiente información para hacerlo de forma responsable” (Barrientos, entrevista personal, 2024).

### **Contextualización del tema**

En el trabajo del encuadre de las noticias, para realizar un periodismo justo, es de vital importancia que en la presentación de las noticias y que las opiniones que se emitan estén acompañadas del contexto suficiente para que no se caiga en malinterpretaciones o la frase muy conocida y repetida en la era de las redes sociales “sacado de contexto”. Cada contenido debe ir acompañado de un resumen o explicación necesaria para que quien no conoce del tema pueda estar bien enterado y así poder formarse un juicio de la situación basado en hechos y no solo de lo que se le muestra en un extracto de vídeo o comentario emitido.

Esto también es vuelve en un arma a favor del medio, debido a que quienes no consumen noticias diariamente, pero quieren estar enterados del acontecer político del país, pueden llegar a preferir estos medios con contenidos semanales que les hacen un resumen de lo más importante, con todos los detalles del cómo, cuándo, dónde y por qué, además del qué, en un vídeo o podcast de alrededor de 15 minutos.

De los 20 contenidos analizados se encontró que en un 100% de los programas las informaciones vienen acompañadas del contexto de la noticia, ya sea con un resumen, datos e inserciones de los actores involucrados para respetar el “*fairness*”. Joseph Fernández, experto en periodismo en redes sociales, explica la importancia del contexto en los contenidos.

Yo he visto productos que, a mí, que no soy un fiel seguidor del tema político, me llama la atención por cómo lo explica o cómo lo contextualiza. Y eso es un punto fundamental, porque a veces los temas parecen aburridos, pero es porque el contexto no lo tenemos claro, no lo entendemos, entonces, al final, quedamos desinformados porque no entendemos a profundidad. (Fernández, entrevista personal, 2024).

Quesada (2024) explica una experiencia que tuvieron en *'Welcome To Chepe'* en el cual cierto sector de los consumidores les comentó que sacaron de contexto una información sobre el presidente Rodrigo Chaves, a pesar de que ellos consideraban que, si se habían brindado los datos necesarios para entender las declaraciones del mandatario, por lo que optaron en el siguiente programa en explicar bien los puntos y adjuntar las declaraciones completas de Rodrigo Chaves.

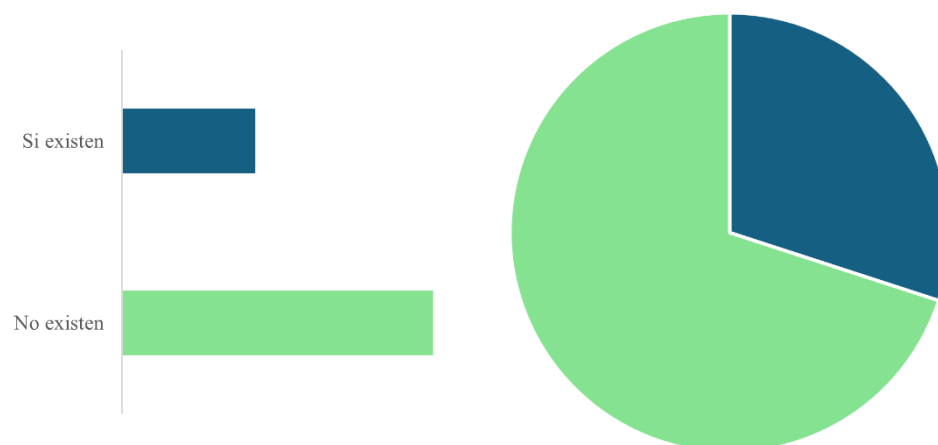
Además, Fernández (2024) añade que el contexto hace que un tema se vuelva relevante, un asunto primordial en el tipo de contenidos con informaciones pesadas como puede ser el político, el contexto es un elemento diferenciador y elementos que tienen a su favor es el tiempo, lo que hace que tengan libertad para darle la profundidad que deseen a los productos sin necesidad de contar con tiempo o secciones limitadas como en televisión o radio.

### Propuestas de solución

En la configuración de las informaciones, un elemento que resalta es qué tanto participa o se involucra el medio de comunicación en el tema tratado, es decir, además de informar y emitir un juicio, si tienen alguna injerencia en emitir posibles soluciones a la problemática tratada o brindar elementos extra que formen un pensamiento crítico distinto en la población.

En el análisis de los 10 vídeos de *'Welcome to Chepe'* se vislumbró que solo en 3 se brindan propuestas de solución o comentarios referentes, mientras que en los restantes 7 no se evidencian.

**Figura 9:** Propuestas de solución en contenidos de *'Welcome To Chepe'*



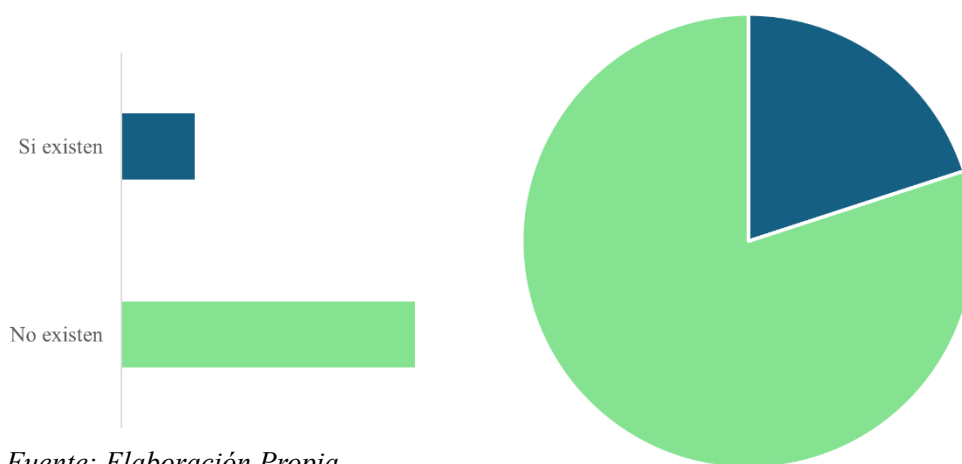
*Fuente: Elaboración Propia*

Por ejemplo, en el vídeo titulado: “¿*PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!*? *Ferry a El Salvador, huelga estudiantil y Más*”, donde se trata una huelga colegial en contra de la aplicación de las Pruebas Nacionales FARO y un momento confrontativo que tuvieron un par de estudiantes con el presidente Rodrigo Chaves la periodista emite un comentario que se puede interpretar como una solución, a la vez de un reclamo por la manera en que se manejan estas pruebas y la educación costarricense.

Karol Quesada menciona en el vídeo que no se puede juzgar a los estudiantes en una prueba si no se les brinda las herramientas necesarias para estar preparados para éstas, a la vez que hacen un llamado también a no ser permisivos, es decir, encontrar un balance y la forma de brindar educación de calidad a todos para que puedan ser evaluados justamente cuando estén preparados.

Por otro lado, en los contenidos de ‘*DaWik*’ se encontró que solo en 2 programas analizados se brindan propuestas de solución, mientras que en los restantes 8 no hay desarrollo de éstas.

**Figura 10:** Propuestas de solución en contenidos de ‘*DaWik*’



*Fuente: Elaboración Propia*

Por ejemplo, en el podcast titulado: “*Los audios de Presidencia*” el periodista David Barrientos emite un comentario explicativo que puede entenderse como una solución al

debate si la filtración de los audios de presidencia por parte de la exministra de Comunicación Patricia Navarro iba o no en contra de la ley.

No todas las noticias deben tener una propuesta de solución por parte de los periodistas, ya que no es el trabajo de ellos, pero si tienen plataformas y público óptimo para que por la relevancia del tema puedan usar esas herramientas para dar una señal de alerta, corregir injusticias marcadas y cumplir con el deber de llamar a cuentas al poder.

### **Comparación de actores o eventos**

La referencia que se espera generar con este apartado es cuando en el encuadre de las noticias se compara ya sea por humor, sarcasmo o elementos informativos a los actores principales de las noticias con sus homólogos o personajes de ficción, también sucesos de la política costarricense con la de otros países.

Es fundamental para analizar y desarrollar el encuadre en una noticia, marcado por la subjetividad, pero también por el trabajo del periodista por brindar la mayor cantidad de elementos posibles para completar una pieza periodística a su estilo, informativa, pero entretenida y crítica.

En el vídeo de *'Welcome To Chepe'* titulado: “¿¡HÉROES DE LA TERCERA GUERRA MUNDIAL!? *Christian Bulgarelli, inseguridad y MÁS*” se mencionan los pagos que realizó el Gobierno a la empresa del asesor y personaje mediático Christian Bulgarelli, algunos que en 5 meses llegaron a ser hasta 298 millones de colones en contratos, a lo que la periodista compara esto de manera sarcástica y también con tintes de crítica a las declaraciones del mismo Gobierno de que el presupuesto no daba para bajar el marchamo.

Otro ejemplo dentro del mismo episodio es cuando Karol Quesada muestra un extracto de vídeo de Pilar Cisneros cuando era periodista de Telenoticias siendo confrontativa con Rodrigo Arias, mientras que menciona que ahora que pertenece al órgano legislativo con afinidad hacia el presidente puede haber cambiado de opinión y no tener “mano dura” contra la corrupción.

Por parte del programa *'DaWik'* en el episodio titulado: *"Se enojó Kiko"*, David Barrientos realiza una comparación del presidente Rodrigo Chaves con su homólogo de El Salvador Nayib Bukele y se refiere a Chaves como el "Bukele Criollo Wannabe", refiriéndose a que los comportamientos del mandatario costarricense tratan de asemejar a Bukele, *criollo* por costarricense y *"wannabe"* por algo que quiere llegar a ser o imitar pero que no se logra.

Durante el mismo programa y es por esto que se titula así, David Barrientos hace la comparación de Rodrigo Chaves con el personaje Kiko, de la afamada serie mexicana de la década de 1970 *'El chavo del 8'*, dice que Chaves se comporta como Kiko en cuanto a que es la persona que quiere tener todo y que le hagan caso y en cuanto esto no pasa hace un "berrinche", alusión a la conferencia de prensa en la que Chaves desconvocó todos los proyectos en materia de seguridad del Ejecutivo en corriente legislativa.

Los dos medios usan esta herramienta de encuadre para generar una noticia más completa con tintes de humor y crítica, un formato que usan en la mayoría de sus vídeos junto con formatos audiovisuales llamativos para hacer un producto multimedia variado y fuera de los estándares.

### **Atribución de causas**

Por último, en la formulación de los contenidos, guiones y emisión de opiniones, el encuadre de los medios de comunicación analizados tiende a atribuir causas a las problemáticas a nivel país en cuanto a política, que es la sección que se analiza, específicamente a Rodrigo Chaves como figura mediática.

Este es un elemento que se distingue, debido a que los periodistas no actúan como jueces, sino que ponen un rostro a las informaciones, antes que solo tirar datos y hechos, buscan mostrar los actores involucrados alrededor de cada problemática.

Y puede llegar en varios sentidos, no solo culpar al Gobierno y al presidente por todo. Por ejemplo, en el episodio de *'Welcome To Chepe'* nombrado: *"¿No quieren bajar el marchamo?! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMIENTOS Y MÁS"* atribuye ciertas actitudes y roces con la fracción oficialista de la Asamblea Legislativa a que los votantes en su

momento antes de votar por un partido u otros políticos inclinaron su decisión por una figura mediática, como lo es Pilar Cisneros.

En el caso de *'DaWik'* en su episodio: *"Un disparate presidencial"*, atribuye que las declaraciones del presidente sobre el aborto y salirse de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, son un método para ganar popularidad entre la gente en medio de crisis de inseguridad y descontento de varios sectores de la sociedad.

A continuación, se muestra una tabla con ejemplos extraídos de 20 contenidos, 10 de *'No Pasa Nada'* y 10 de *'La Hora Tica'* sobre 5 elementos específicos que aplican en el encuadre de sus noticias.

**Tabla 5:** Análisis de contenido del objetivo 4: Encuadre

Título	Minutaje	Juicios de valor	Contextualización del tema	Propuestas de solución	Comparación de actores o eventos	Atribución de causas
<b>CONTENIDOS DE 'NO PASA NADA'</b>						
¿LOS ENGAÑARON? <i>Chaves Bots ESCÁNDALO Baruch Arresto de Trump Tráfico de Influencias Desenmascarado</i>	1:25 al 5:50  y 10:50 al 20:30	“Aires autoritarios, demagógicos o confrontativos”  “Campaña de manipulación y mentiras”	Sí, hay contextualización del tema.	Espera que presenten pruebas de todas las acusaciones que han llegado de diversas fuentes, pero ninguna fundamentada.	Robot-presidente Rodrigo Chaves  Comparación del conflicto Chaves-Baruch con la serie <i>'House of Cards'</i>	Señala que postulación de Josselyn Chacón en puesto de Gobierno generó creación de polémica de mega caso de fraude.
¿¡PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!?	6:50 al 14:20	“Estudiantes supieron comunicar de forma efectiva y coherente”.	Sí, hay contextualización del tema.	Expone que no se puede juzgar a los estudiantes en una prueba si la educación no	Comparación de comentarios de los estudiantes con el trabajo de las bancadas de la Asamblea Legislativa en	Atribuye la disyuntiva del Gobierno de Chaves con las pruebas Faro a la recolección de datos sensibles

<p><i>Ferry a El Salvador; huelga estudiantil y Más   Welcome to Chepe</i></p>				<p>le da las herramientas, pero tampoco se puede ser permisivos.</p>	<p>cuanto a control político.</p>	<p>que pretendía hacer el PAC con esta prueba.</p>
<p><i>¿No quieren bajar el marchamo? ! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMI ENTOS Y MÁS    Welcome to Chepe</i></p>	<p>11:40 al 16:54</p>	<p>Luz Mary decidió dar un “golpe de estado”</p>	<p>Sí, hay contextualización del tema.</p>	<p>Nulo.</p>	<p>Hace alusión sobre el Mega Casi de Fraude emitido por el gobierno basado en un vídeo de Tik Tok debido a las declaraciones de Cisneros de hacer control político en redes sociales.</p>	<p>Atribuye los problemas en la fracción oficialista a que los votantes en su momento se inclinaron por una figura política (Pilar Cisneros) antes que por el partido.</p>
<p><i>¿¡HÉROES DE LA TERCERA GUERRA MUNDIAL!</i></p>	<p>3:00 al 9:10</p>	<p>“Si eso fuese del todo cierto”  “El Gobierno parece una secta”</p>	<p>Sí, hay contextualización del tema.</p>	<p>Nulo.</p>	<p>Mencionando los pagos a Bulgarelli menciona que luego no dan los presupuestos</p>	<p>Nulo.</p>

<p>? Christian Bulgarelli, inseguridad y MÁS   Welcome to Chepe</p>					<p>para bajar el marchamo. Compara la posición de Pilar sobre la corrupción de cuando era periodista y ahora que es diputada.</p>	
<p>¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más...   Welcome to Chepe</p>	<p>1:55 al 3:55 Y 13:33 al 17:00</p>	<p>Nulo.</p>	<p>Sí, hay contextualización del tema.</p>	<p>Nulo.</p>	<p>Compara el estado de la carretera en Cambronero después del accidente con accionar de Chaves respecto a organismos internacionales.  Compara el Watergate con el Mega Caso de fraude anunciado.</p>	<p>Nulo.</p>
<p>¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpíadas</p>	<p>10:50 a 18:50</p>	<p>“No les fue tan bien.”  “Parece que lo hizo jugando ajedrez político”</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Comparación de este suceso con la serie de drama político ‘House of Cards’</p>	<p>Destaca que la mala relación entre Chaves y la fracción oficialista con Luz Mary Alpízar pudo influir en el voto de ésta última en el resello del proyecto para sacar a Costa Rica</p>

<i>Y Más  Welcome to Chepe</i>						de la lista gris de la UE.  Destaca que las formas del presidente con la oposición hacen que al Ejecutivo se le torne difícil gobernar.
<i>La Peor CRISIS De Insegurida d ¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación</i>	14:55 a 22:00	“Muy buen discurso”  “Es bueno ver un cambio de discurso”  “Es un gran paso”  “Hizo un buen discurso”	Sí, hay contextualización sobre el tema.	Aboga por el trabajo en conjunto de los tres Poderes de la República para trabajar en la crisis de seguridad ciudadana.	Señala preocupación de que el endurecimiento de las medidas por parte de Chaves en materia de seguridad se parezca a las implementadas por el mandatario de El Salvador, Nayib Bukele.	Señala que la crisis de seguridad que vive en la actualidad Costa Rica tiene causas históricas, pero ha aumentado durante la administración Chaves-Robles.
<i>¿Droga Tica Llega A Europa!? Diputados EXPULSA DOS, Chaves se va a</i>	1:40 a 7:50  21:00 a 23:30	“Qué fácil decir todo con tantísima seguridad”  “Ok, súper, pudo ser peor como en el caso de Holanda”  “Confuso porque Rodri dijo que no ha	Sí, hay contextualización sobre el tema.	Nulo	Nulo	Señala que hay ineficiencia de los escáneres estrenados por el Gobierno para incautar drogas en el puerto de APM Terminals  Señala que 2023 fue el año con menor incautación de cocaína desde 2013.

<p><i>Panamá</i></p> <p><i>¡Protestas</i></p> <p><i>Pro-</i></p> <p><i>Palestina!</i></p>		<p>salido ni un solo gramo”</p> <p>Sobre la visita del Chaves y Cortizo al Darién</p> <p>“Nadie me va a venir a decirme que solo fue para los grabaran o para poder decir que estuvieron ahí y experimentaron lo que estaba pasando”.</p>				<p>Destaca que el presidente Chaves y el exmandatario panameño, Laurentino Cortizo, no pueden solucionar la crisis migratoria en la Selva del Darién viendo desde un palco como los inmigrantes hacen la travesía. En dado caso, podría proponer una solución lejos de ahí, en una oficina.</p>
<p><i>¿Renunció</i></p> <p><i>Rodrigo</i></p> <p><i>Chaves a</i></p> <p><i>Gritos!?</i></p> <p><i>¡Encontra</i></p> <p><i>mos</i></p> <p><i>FENTANIL</i></p> <p><i>O y</i></p> <p><i>COCAÍNA</i></p> <p><i>LIQUIDA!</i></p>	<p>2:00 a 8:30</p>	<p>“No dijeron nada. Todo está muy abstracto.”</p> <p>“Esto es un berrinche.”</p> <p>“Claramente no tiene muchos amigos en la Asamblea y le enchichó”</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Utiliza el lema de campaña del presidente “comerse la bronca” para señalar que Chaves debe cumplir con sus labores.</p>	<p>Señala que el presidente Chaves no puede renunciar a sus labores, luego de que el mandatario desconvocara los proyectos de ley en materia de seguridad que su gobierno había propuesto. Indica que es inconstitucional.</p>

<i>Mujeres Influyentes</i>						Indica que las formas con las que el presidente desconvocó los proyectos no son las correctas. Señala que el presidente carece de alianzas en el Congreso.
<i>¿Que Chaves dijo QUÉ!? GRABACIONES SECRETAS (sic) ¡Tenemos drama con La Nación! CR CARISIMO Y Más</i>	00:00 a 10:40	<p>“Un contrato muy interesante Bulgarelli con el BCIE”</p> <p>“La exjerarca soltó todo lo que tenía por decir, se super desquitó”</p> <p>Señala que el comportamiento de Patricia Navarro de grabar conversaciones privadas en Casa Presidencial desde el segundo día de la Administración Chaves Robles es por lo que podría suscitarse con el Gobierno o por “paranoia” de la exjerarca: “Esto ya debería hablarnos mucho de lo que</p>	Sí, hay contextualización sobre el tema.	Nulo	Utiliza la frase del presidente Chaves “papelitos hablan” para hacer alusión a los audios grabados por Navarro donde se escucha al presidente Chaves y miembros del Gobierno teniendo una conversación privada en la que se habla del fondo licitatorio de 300.000 dólares del BCIE.	<p>Señala que Christian Bulgarrelli armó el contrato licitatorio con el BCIE que posteriormente ganó en concurso público.</p> <p>Señala que Jorge Rodríguez, exministro de Comunicación y el equipo legal de Casa Presidencial seguramente están al tanto de que la denuncia penal contra Patricia Navarro y el medio La Nación por la publicación de los audios</p>

		<p>pasa por ahí o la señora es demasiado preparada y paranoica o desde el día dos del Gobierno de Chaves se dio cuenta que algo olía medio feo”</p> <p>“Los Audios de la Presidencia’, super dramático”</p> <p>“Que semerendo ridículo”</p>				<p>choca con el principio de constitucional de interés público.</p>
--	--	---	--	--	--	---

### CONTENIDOS DE ‘LA HORATICA’

<p><i>DaWik</i>   <i>Favorecimi</i> <i>entos</i>   4 <i>agosto</i> <i>2023</i>   <i>Ep.47</i></p>	<p>3:54 al 9:20</p>	<p>“En mi opinión mandaron a este muchacho a mentir para salvar al presidente”.</p> <p>“Yo siento que a este mae lo mandaron a ponerle el pecho a las balas y sacrificarse por el presidente”.</p> <p>Contextualizando que Gabriel Aguilar habló</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>	<p>Atribución al jefe de despacho del presidente, Gabriel Aguilar de cuidarle la espalda al presidente Chaves durante su comparecencia ante el Congreso.</p> <p>“Yo siento que a este mae lo mandaron a ponerle el pecho a las balas y sacrificarse por el presidente”.</p>
---	---------------------	--	---	-------------	-------------	---

		<p>con la expresidenta del Pani, Gloriana López: “A pesar de eso, dijo que no se iba a referir al fondo de esas conversaciones ¡muy conveniente!”.</p> <p>“Para mí es claro que este muchacho es un chivo expiatorio”.</p> <p>“Es una lástima que se preste para esto, porque cuando esté sentado frente a un tribunal, defendiéndose en la denuncia penal sin ser jefe de despacho de ningún presidente pagando sus propios abogados, va a estar solo”.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

<p><i>DaWik</i>   <i>Trabajar</i> <i>menos,</i> <i>ganar igual</i>   <i>1</i> <i>setiembre</i> <i>2023</i>   <i>Ep.50</i></p>	<p>18:13 al 22:03</p>	<p>“Me parece bien que la reunión (entre Chaves y Biden) se haya conseguido”.</p> <p>“Me parece patético”.</p> <p>“No me sorprende”.</p> <p>“La noticia de que 1200 millones están siendo invertidos por Intel en Costa Rica, es maravillosa. Es una buena noticia”.</p> <p>“La visita de Chaves a la Casa Blanca, es una buena noticia, es excelente”.</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>	<p>Destaca que la visita de Chaves a Estados Unidos se atribuye “logros” como la inversión de 1200 millones por parte de Intel en Costa Rica o el programa “Global Entry” que fueron negociados por gobiernos anteriores y no por la actual administración o que aún no son concretas.</p>
<p><i>DaWik</i>   <i>Veto</i> <i>Presidencia</i>   <i>15</i> <i>setiembre</i> <i>2023</i>   <i>Ep.52</i></p>	<p>3:56 al 7:17</p>	<p>“Costa Rica muy probablemente no aprobará la revisión que tiene la UE en septiembre”.</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>

<p><i>DaWik</i>   <i>Amenazas</i> <i>en la Caja</i>   22 <i>setiembre</i> 2023   <i>Ep.53</i></p>	<p>9:16 al 11:36</p>	<p>“Adivinen: como es común en este Gobierno, los estudios no se han publicado.”</p> <p>“El narco está haciendo fiesta en este país, con un total de homicidios hasta el 1 de septiembre de hasta 602, rumbo a un récord honestamente vergonzoso”.</p> <p>“La ignorancia, la insensibilidad y el valeverguismo es demasiado, honestamente”.</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Nulo</p>	<p>Nulo</p>	<p>Atribuye al Gobierno actual la crisis de inseguridad que vivió el país durante el año 2023, donde hubo cifras altas en la criminalidad.</p>
<p><i>DaWik</i>   <i>Narcos</i>   29 <i>setiembre</i> 2023   <i>Ep.54</i></p>	<p>8:40 al 14:30</p>	<p>“Irrespeto enorme de Chaves hacía el Congreso”.</p> <p>“Qué presidente más inmaduro tenemos”.</p> <p>“Una persona autoritaria que no entiende los procesos democráticos”.</p>	<p>Sí, hay contextualización sobre el tema.</p>	<p>Desde su perspectiva, pide que el presidente Chaves cumpla con sus funciones.</p>	<p>A semeja a la figura de Rodrigo Chaves con la diputada Pilar Cisneros “Como podrán imaginar, la votación también provocó la reacción del señor en versión señora, doña Pilar Cisneros”.</p>	<p>Atribuye a Chaves no entender los procesos democráticos del país y tender diálogos con las fuerzas opositoras.</p> <p>Destaca que la mala relación entre Chaves y Luz Mary Alpízar pudo influir en el voto de ésta última en el resello del</p>

		<p>“Nada que ver con un ejercicio honorable y decente de su investidura”.</p> <p>“Honestamente Chaves puede tener razón en estar molesto por el resello, al final de cuentas el veto tiene un poco de sentido, no sé si muchísimo, pero sí un poco”</p> <p>“Las formas de este presidente deben de preocuparnos muchísimo, esas no son formas de gobernar un país”</p> <p>“Chaves debe entender que ya no está en campaña, que ya le toca gobernar y que esto requiere más que discursos populistas, quejas, malacrianzas y berrinches. Ya estuvo bueno, que se ponga a hacer su trabajo como tiene que hacerlo”</p>				<p>proyecto para sacar a Costa Rica de la lista gris de la UE.</p> <p>Asegura que las formas de discrepancia de Chaves con el Congreso no son las correctas.</p>
--	--	--	--	--	--	--

<i>DaWik   La coca sigue saliendo   13 octubre 2023   Ep.55</i>	1:04 al 4:42	<p>“Eso no es verdad” (sobre palabras de Rodrigo Chaves”</p> <p>“Creen que están gobernando un pueblo idiota”</p>	Sí, hay contextualización sobre el tema.	Nulo.	Comparación de escena de película Rápidos y Furiosos con declaración de Chaves sobre persona que rompió escáneres de drogas.	Sobre cargamento de drogas encontrado en Europa, “o el presidente sabía y mintió, o no sabía y habla sobre cosas que no sabe”
<i>DaWik   Se enojó Kiko   24 noviembre 2023   Ep.58</i>	00:00 al 6:42	<p>“Decepcionante s palabras del presidente”.</p> <p>“Decidió renunciar a sus labores”</p> <p>“Una de las más vergonzosas intervenciones que he escuchado”.</p> <p>“Bochornoso episodio”.</p> <p>“Nivel de inmadurez del personaje que nos gobierna”.</p>	Sí, hay contextualización del tema.	Nulo.	Comparación de Rodrigo Chaves con presidente de El Salvador Nayib Bukele. Comparación del comportamiento de Chaves con el personaje mexicano Kiko.	Atribuye el enojo de Rodrigo Chaves con el rechazo de uno de los proyectos del Plan de Seguridad por parte de la Asamblea.
<i>DaWik   Los audios de Presidencia   8 diciembre</i>	1:05 al 11:05	<p>“Más acomodada la cosa para Bulgarelli imposible”.</p> <p>“Ganó el concurso a lo chancho”.</p>	Sí, hay contextualización del tema.	Explica que los audios filtrados no van en contra de la Ley, ya que hay jurisprudencia que avala	Compara la conferencia posterior a la filtración de audios de presidencia con la preparación de un guion de cine para salir de la polémica.	Atribuye el poco conocimiento del ministro de comunicación sobre libertad de expresión y jurisprudencia a los mandatos de su jefe Rodrigo Chaves y las

2023   Ep.60				que pesa más revelar esas grabaciones de interés público que el derecho de no divulgar conversaciones privadas.		acciones que toman.
DaWik   Un gobierno choreco   15 diciembre 2023   Ep.61	1:15 al 6:15	“Flamante asesor de Rodrigo Chaves”	Sí, hay contextualización del tema.	Nulo.	Compara el apodo de “Choreco” con su significado de “algo que está averiado” a cómo el Gobierno “le va como le va” refiriéndose a acciones fallidas de presidencia. Compara la negación bíblica de Pedro a Jesús, con la negación de Chaves a Choreco.	Nulo.
DaWik   Un disparate presidencia   22 diciembre 2023   Ep.62	7:10 al 12:30	“O el presidente es realmente así de ignorante”	Sí, hay contextualización del tema.	Nulo.	Nulo.	Atribuye las declaraciones del presidente sobre el Aborto y salirse de la CIDH como una forma de ganar popularidad entre la gente.

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla muestra un escenario en el que los medios de comunicación comparten marcos narrativos y tratamientos informativos, que no se repite en todos los vídeos. En algunas casillas están vacías, mientras que en otro contenido pueden existir ejemplos de lo mostrado. Todo esto responde a una identidad de los medios y un tratamiento distintivo de cada uno a la hora de formar una noticia.

Estos elementos disruptivos están sujetos a críticas por romper con modelos tradicionales, sin embargo, no quiere decir que lo nuevo esté mal y lo tradicional bien o viceversa, sino, que a como avanza las tecnologías, también las profesiones sufren cambios y el Periodismo no es la excepción. “No diría que está en decadencia (el periodismo), diría que se está transformando y que en algún punto va a llegar a ya estabilizarse de cierta manera, teniendo en cuenta las herramientas que se están utilizando” (Fernández, entrevista personal, 2024).

Cada medio de comunicación tiene su nicho y su público, así como detractores, esto fortalece a una democracia informativa tal como lo expone Delfino (2024).

Yo soy defensor número uno de los espacios de irreverencia y cuestionamiento crítico desde el humor, me parece elemental y parte fundamental de la libertad de expresión y de la libertad de prensa también, y me encantan muchísimos de esos espacios fuera del país. Yo sí creo que es sano y deseable que haya muchísimos medios de comunicación, que tengan distintas agendas ideológicas y editoriales, y que la gente pueda consumir tantos como les sea posible de acuerdo con su tiempo y su capacidad y su interés y ejercer su pensamiento crítico para tomar información de cada uno y contrarrestarle y demás. Yo con eso sigo 100% alineado. (Delfino, entrevista personal, 2024).

Los encuadres existen y siempre existirán en todo, las percepciones y los marcos narrativos son propios del ser humano. Siempre va a existir algo que queda de lado y algo a lo que se le da más relevancia, así como elementos que se dicen de distinta forma y se le aportan componentes extra según cada tendencia de mercado y medios de comunicación, es

por esto por lo que la población tiene la libertad de elegir con cuál o cuáles se queda, fomentando una ciudadanía informada.

### **Unidad de análisis 5: Producción audiovisual**

*Contrastar la producción audiovisual del tratamiento periodístico empleado por los medios digitales No Pasa Nada en su sección ‘Welcome to Chepe’ y La Hora Tica en su sección ‘DaWik’ para presentar las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*

En esta última Unidad de análisis es interesante conocer las dinámicas de trabajo de los medios de comunicación, dado que al ser programas que nacieron y se desarrollan directamente en redes sociales, la producción de sus contenidos es uno de los pilares para tener éxito en un mundo virtual tan congestionado, con masificación de la información y miles de creadores tratando de ganarse unos minutos de tiempo en las pantallas de los usuarios.

En el caso de No Pasa Nada en su programa ‘Welcome To Chepe’, a la hora de analizar sus contenidos, se puede observar una gran variedad de elementos audiovisuales incluidos en sus vídeos, los comunes como la presentadora en cámara y el logo del medio, pero todo esto se ve acompañado con el transcurrir del vídeo con técnicas de edición que incluyen superposiciones, cambios de voz, transiciones, inserciones, letras en cámara, ediciones de imágenes, entre muchas otras que lo hacen un contenido tanto diverso, como entretenido para la audiencia.

Por ejemplo, en el vídeo titulado: “*¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más! (sic)*”, conforme la presentadora Karol Quesada va presentando la información, cada vez que menciona un actor o va a leer textualmente declaraciones se inserta la imagen de la persona, en este caso se utilizó imágenes de Rodrigo Chaves, el canciller Arnoldo André Tinoco e imágenes editadas, como una del presidente con el slogan del Partido Progreso Social Democrático (PPSD) editado con la frase “PEOR ES NADA”.

Así como usan mucho el recurso del vídeo, con fines informativos, y humor, comparación y sarcasmo, un ejemplo en el episodio mencionado. En éste, se utiliza un extracto del programa de animación *'Padre de Familia'* con la cara del presidente Rodrigo Chaves montada sobre uno de los personajes animados, así como de un programa animado llamado *'Capitán Calzoncillo'*, todo esto con el fin de usar el recurso del humor.

Pero, algunos vídeos insertados dentro de los episodios tienen un fin informativo, utilizados como apoyo audiovisual de fuentes. En este programa se usaron al menos dos vídeos de tik tok de otro usuario en el que se juntan declaraciones del presidente y la expresidenta del Patronato Nacional de la Infancia (PANI), Gloriana López Fuscaldo, con declaraciones, capturas de pantalla e incluso extractos de noticiarios como Noticias del Canal 13.

Los títulos y las miniaturas son los elementos vitales para triunfar en la plataforma principal de este medio de comunicación para subir el programa semanal de YouTube. Sobre esto el experto de periodismo en redes sociales Fernández (2024), expone que es muy distinto como se titula en medios tradicionales, dado que las bases del periodismo antes dictaban que la noticia se tenía que contar en el título, algo que ahora no se puede ejecutar de esta forma por el famoso clic. Si las personas se informaran solo con el título no entrarían a los contenidos y se perderían las visitas que es lo que al final en esta plataforma genera ingresos.

El tema ahora del “*SEO*”, el tema de las palabras claves, el tema de los adjetivos en los títulos para hacer los llamativos. No es sensacionalismo, pero tenemos que rozarlo porque hay que incitar el clic. Todos esos temas juegan hoy en día. Si usted no incita el clic, usted ya está en desventaja ante quienes sí lo incitan. (Fernández, entrevista personal, 2024).

El ejemplo de las palabras clave y un “sensacionalismo” medido en los títulos se vislumbra en frases llamativas utilizadas por el equipo de No Pasa Nada como “¿Pilar Cisneros enseña a mentir?”, “¿Corrupción! Rodrigo Chaves”, “¿Renunció Rodrigo Chaves a gritos?”.

Por parte de La Hora Tica en su programa *'DaWik'* al tratarse de una edición pensada para formato de audio los elementos cambian y pueden ser menores, sin que esto signifique que el trabajo se vuelva monótono, debido a que su productor David Barrientos canaliza información, humor y opinión en un solo formato y con distintos añadidos.

En los distintos episodios analizados lo que predomina es la voz y locución con distintos tonos de David Barrientos, depende de lo que se esté informando puede sonar serio, jocosos, informativo y sarcástico; sentimientos que transmite con la voz y genera un producto variado.

Y esto acompañado de sonidos de transición como de entrada y salida y cambios de sección, música de fondo e inserciones de los actores involucrados. Un elemento con el que se apoya son frases o extractos de películas para incorporar el lado humorístico a la narración.

A la hora de titular también cambia, dado que la plataforma así lo exige, una conexión distinta con los usuarios. Por ejemplo, títulos cortos, de una sola palabra o frases que, si bien al inicio pueden no entenderse como “Narcos” o “Se enojó Kiko”, con la descripción del podcast se resumen los temas y a la hora de escucharlos cobra sentido. Sobre esto, Joseph Fernández insiste en que:

Es igual, hoy en digital hay que incitar, ser alarmante de buena manera. Para ese tema de palabras, “narcos”. Por ejemplo, “narcos invaden Costa Rica”. Temas de alarma, no de mentira. El contenido tiene que decir o explicar lo que se está diciendo quizás en el título, pero sí que incite al clic, porque hoy en día la batalla del clic es fundamental (Fernández, entrevista personal, 2024).

Con el análisis de la tabla se muestran algunas diferencias marcadas por los estilos de formato, que cada uno a su modo ha encontrado su espacio en un nicho que requiere distintos estilos, pero con un mismo fin: informar.

### **Proceso creativo**

Cercone (2024), director del medio de comunicación, cuenta que *'Welcome To Chepe'* se graba los jueves, dado que les es conveniente porque los miércoles se emite la habitual

conferencia de prensa de Casa Presidencial donde se anuncian las “varas grandes”, y el domingo se emite el episodio. Juntan toda la información posible hasta el último minuto antes de grabar, con excepciones de días en los que tienen que volver a encender cámaras por informaciones relevantes de último momento.

El proceso se distribuye entre varias personas, quienes se encargan de tareas como guion, grabación, postproducción, publicación y difusión en las diferentes redes sociales. También se gestionan contenidos extra, con los conocidos “*call to action*” (llamados a la acción) que invitan a los usuarios a interactuar con los contenidos, haciendo clic para ser dirigidos a YouTube, así como a videos cortos en formatos como reels y tiktoks.

Quesada (2024) periodista y presentadora del espacio narra que el proceso de grabación tarda aproximadamente 30 minutos. A nivel periodístico, ella se encarga de recabar información y montarlo en un guion, donde la experiencia le ha dado más fluidez para saber qué informaciones se ponen como inserción, en texto o sobre su locución, así como fotos de actores y figuras públicas, sin embargo, relata que en cuanto al humor; el toque final lo da su director Pietro Cercone, con extractos de películas, series y “memes”, por su conocimiento de la cultura popular.

Aunque sí hay espacio para la improvisación que surge en el momento, menciona que el tono, las expresiones faciales y las bromas van pensadas desde que se formula el guion, aunque el guion hay espacio para la improvisación que surge.

Grabamos casi inmediatamente después de cerrar el guion, entonces esa improvisación como que surge en las leídas del guion o cuando estamos terminando como que veíamos algo y yo como: “ah mae, ¿sabés que sería vacilón?” o “¿sabés que sería gracioso?”. Entonces, como que la improvisación surge en esa inmediatez de que se cierra el guion y se graba como a los cinco minutos de que se cerró el guion. Entonces, como que tal vez ahí es donde más se mide (Cercone, entrevista personal, 2024).

Por su parte, Barrientos (2024) en el programa ‘*DaWik*’ comenta que su proceso es largo, debido a que es una sola persona encargada de hacer todo desde 0 hasta el producto

final. Es decir, desde recolectar información, redacción del guion, grabación, edición, hasta el posteo en la plataforma Spotify y su difusión en los distintos canales, proceso el cual le toma unas 13 horas.

Principalmente porque debo pensar -editando videos (sic) por ejemplo- en cómo mantener la atención de la gente, ya que ahora TikTok e IG Reels le exigen a uno mucho dinamismo a la hora de hacer los videos y han cambiado la capacidad de la gente de poner atención por largos periodos de tiempo, entonces eso hace que la edición deba ser dinámica y atrayente para quien ve el video (Barrientos, entrevista personal, 2024).

En este caso, la cita anterior hace referencia a su trabajo en las otras plataformas, donde busca que las personas vayan a escuchar sus episodios y así generar afluencia hacia la base principal de su trabajo periodístico que son los podcasts.

## **Plataformas**

A la hora de querer iniciar un proyecto, en este caso, un medio de comunicación, parte del estudio de mercado debe ir orientado a la plataforma donde se va a ejecutar. Aunque puede ser multiplataforma, como los medios analizados, sus programas principales van direccionados a una plataforma a la que se le dedicará el tiempo y las metodologías para que la edición sea acorde a los estándares de la plataforma y lo que consumen los usuarios. Es por esto por lo que dentro del análisis se cuestionó a los periodistas y directores el por qué eligieron mostrar sus productos noticiosos en las plataformas de YouTube en el caso de *'Welcome To Chepe'* y *'DaWik'* en Spotify.

Cercone (2024) expresa que todo *No Pasa Nada* como objeto nace pensado para ser audiovisual, esto principalmente por el respaldo académico de él como director, que estudió cine en el extranjero. Además, que durante el estudio aplicado se previó que todos los productos de Internet iban direccionados a este tipo de formato y la atención eran los vídeos. Brinda ejemplos como TikTok e Instagram Reels, además de la fuerza que cobró YouTube en pandemia.

Por su parte David Barrientos cree que Spotify, en formato de podcast le brinda una libertad total:

La posibilidad de explicar con calma los temas; mi apuesta fue el podcast como forma emergente de informarse ya que permite hacer otras cosas mientras lo escuchamos (ejercicio, cocinar, trabajar, bañarse, etc.) entonces eso me permite ingresar a la rutina de las personas (Barrientos, entrevista personal, 2024).

Para Fernández (2024) la experiencia va dando las herramientas necesarias. Independientemente de la plataforma que se elija, cada medio tiene su nicho y si continúa realizando su trabajo es porque encontró formarse un espacio, sin embargo, la clave está en la actualización constante, no dar siempre lo mismo. “Cambiar un día, aunque sea un efecto, o las letras, o el color, o la forma en que entró, iniciar al revés, cambiarle algo; porque si no se vuelve repetitivo y no van a seguir buscando el contenido” (Fernández, entrevista personal, 2024).

La socióloga Segura (2024) cree que la escogencia de estas plataformas hace que se conecte con rango un etario en la población que se desvinculó en cierta parte de lo tradicional, como la radio y la televisión, y las usan como un medio de contacto directo.

Cada plataforma tiene su público y los creadores de contenido deben adaptarse a éstas y genera riqueza narrativa al presente trabajo el hecho de que los dos objetos de estudio se diferencien en ese aspecto, a pesar de las similitudes que comparten, porque su contenido va por la misma dirección, pero parte de bases distintas, con narrativas audiovisuales únicas y cada una generando un impacto diverso tratando agendas similares.

### **Comentarios de los usuarios**

Una de las características y ventajas de los contenidos en redes sociales es la cercanía con el público y la posibilidad de conocer directamente sus percepciones sobre los productos creados. Esto también puede tener aspectos negativos, ya que, al intentar complacer las opiniones subjetivas de la audiencia (que a veces puede incluir a detractores), se puede perder la línea narrativa y la identidad del medio de comunicación.

Delfino (2024) comenta que, como director de un medio de comunicación, se esfuerza por responder todos los mensajes positivos y ser receptivo a las críticas constructivas. Por ejemplo, explicó que antes su contenido solía incluir muchos modismos en inglés debido a su experiencia previa trabajando en centros de atención de llamadas. Relató que una vez una usuaria le señaló que muchos de sus contenidos contenían palabras en inglés, lo que dificultaba la comprensión de parte del público, lo que podría generar una sensación de exclusión. A partir de este comentario, decidió hacer el cambio, lo que resultó beneficioso. Sin embargo, también trata de no dejar que los demás le digan cómo hacer su trabajo, algo que, según él, le sucede con mucha frecuencia. “Pero el valor que hay en saber escuchar, pero saber qué escuchar, a qué le presto atención y a qué aplica, es incuestionable” (Delfino, entrevista personal, 2024).

Esto es un factor inherente en redes sociales, la crítica constante. Para Quesada (2024) como productora de *‘Welcome To Chepe’*, cree que se trata de un balance entre lo que ella como periodista cree que es de relevancia para el público y lo que sus usuarios también desean escuchar. Además, sentencia con una frase que marca ese balance del que hablaba. “Creo que, como lo podría asumir, es que los comentarios nos podrían agregar contenido, pero nunca quitarlo, nunca evitar que hablemos de algún tema” (Quesada, entrevista personal, 2024).

Por parte de Barrientos (2024), se menciona que algunas veces influyen los comentarios de los usuarios.

A continuación, se muestra una tabla con los 20 contenidos analizados de los dos medios de comunicación, con un desglose detallado de los recursos audiovisuales utilizados en cada programa, además de las técnicas utilizadas.

**Tabla 6:** Análisis de contenido del objetivo 5: Producción Audiovisual

Título	Minutaje	Imágenes-Videos-Sonidos	Técnicas narrativas	Formato de edición
<b>CONTENIDOS DE ‘NO PASA NADA’</b>				
<p><i>¿LOS ENGAÑARON? Chaves Bots ESCÁNDALO Baruch Arresto de Trump Tráfico de Influencias Desenmascarado</i></p>	<p>1:25 al 5:50 y 10:50 al 20:30</p>	<p><b>Imágenes:</b> Logo del medio, de un robot, de Rodrigo Chaves, Federico Cruz, Federico Cruz y Rodrigo Chaves abrazándose, captura de noticia de CRHoy, Federico Cruz en Ecuador, Leonel Baruch. <b>Videos:</b> Presentadora en cámara, escena película “Yo Robot”, de tipo humor de mujer insultando en un avión, mensaje político de Chaves, declaración de Yafit Ohana, esposa de Leonel Baruch a Noticias Columbia, Gabriel Aguilar en la Asamblea Legislativa, diputada del PLN Andrea Álvarez en la Asamblea. <b>Sonidos:</b> Inserciones de Federico Cruz, programa Quién Quiere Ser Millonario.</p>	<p>Multiplataforma  Storytelling.</p>	<p>Video.</p>
<p><i>¿¿PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!? Ferry a El Salvador, huelga estudiantil y Más   Welcome to Chepe</i></p>	<p>6:50 al 14:20</p>	<p><b>Imágenes:</b> Logo del medio, capturas de distintas noticias relacionadas a la ministra Anna Katharina Müller. <b>Videos:</b> Presentadora en cámara, declaraciones de Chaves sobre pruebas FARO en 2022, Kenneth Baldí presentando No Pasa Nada noticia sobre FARO en 2022, vídeo grabado por estudiantes manifestantes en Casa Presidencial, presidente conversando con estudiantes manifestantes, la ministra Müller declarando en la Asamblea Legislativa.</p>	<p>Multiplataforma  Storytelling.</p>	<p>Video.</p>
<p><i>¿¿No quieren bajar el marchamo?! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMIENTOS</i></p>	<p>11:40 al 16:54</p>	<p><b>Imágenes:</b> Logo del medio. <b>Videos:</b> Presentadora en cámara, Intervención de diputada Paola Nájera PPSD en la Asamblea, Rodrigo Chaves en conferencia de prensa, declaraciones de Pilar Cisneros.</p>	<p>Multiplataforma  Storytelling.</p>	<p>Video.</p>

<i>Y MÁS    Welcome to Chepe</i>				
<i>¿¡HÉROES DE LA TERCERA GUERRA MUNDIAL!? Christian Bulgarelli, inseguridad y MÁS   Welcome to Chepe</i>	3:00 al 9:10	<b>Imágenes:</b> Logo del medio, tipografía roja resaltando una cifra millonaria en colones, tipografía blanca en mayúscula con el período de tiempo, Christian Bulgarelli, exministra de comunicación Patricia Navarro, captura de noticia sobre investigaciones de Rodrigo Chaves en Fiscalía, foto de Chaves y Federico Cruz. <b>Videos:</b> Presentadora en cámara, Declaraciones de exministro de comunicación, Jorge Rodríguez, vídeo antiguo de Pilar Cisneros cuando era periodista en Teletica, en entrevista con Rodrigo Arias, vídeo de Casa Presidencial con Chaves y Natalia Díaz como protagonistas.	Multiplataforma  Storytelling.	Video.
<i>¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más...   Welcome to Chepe</i>	1:55 al 3:55  Y  13:33 al  17:00	<b>Imágenes:</b> Logo del medio, Rodrigo Chaves, Arnoldo André Tinoco, ministro de Relaciones Exteriores, imagen de Rodrigo Chaves con el slogan del partido PPSD editado a “PEOR ES NADA”.  <b>Videos:</b> Presentadora en cámara, Extracto de episodio del programa animado ‘Padre de Familia’ haciendo humor poniendo el retrato del presidente sobre el protagonista, extracto de episodio del programa animado ‘Capitán Calzoncillos’, Rodrigo Chaves en entrevista en el Foro Económico Mundial, tomas del accidente ocurrido en septiembre del 2022, vídeo de Tik Tok con el declaraciones del presidente y distintas capturas de noticias e imágenes, Tik Tok con extractos de Noticias del 13 sobre declaraciones de la expresidenta del PANI Gloriana López.	Multiplataforma  Storytelling.	Video.
<i>¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpiadas Y</i>	10:50 a  18:50	<b>Imágenes:</b> Logo del medio, Foto de diputada Luz Mary Alpízar, foto de diputado Carlos Felipe García, foto de diputada Rosaura Méndez, foto de diputada Dinorah Barquero, foto de diputada Pilar Cisneros, foto de diputado Daniel Vargas Quirós, foto de diputado Waldo Agüero, foto de diputado Manuel Morales Díaz, foto de diputada María Marta Padilla, foto de diputado Jorge Rojas, foto de diputada Paola Nájera, Ada	Multiplataforma  Storytelling	Video.

<i>Más  Welcome to Chepe</i>		<p>Acuña, foto de diputado Alexander Barrantes Chacón, imagen de fondo para las inserciones.</p> <p><b>Videos:</b> Presentadora en pantalla, Inserción de Rodrigo Chaves en conferencia de prensa, inserción de Pilar Cisneros en declaraciones a la prensa, inserción de Dinorah Barquero en control político de la AL.</p> <p><b>Sonidos:</b> Locución de Karol Quesada.</p>		
<i>La Peor CRISIS De Inseguridad ¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación</i>	14:55 a 22:00	<p><b>Imágenes:</b> imagen de fondo para inserciones, logo del medio, foto de presidente salvadoreño Nayib Bukele.</p> <p><b>Videos:</b> Presentadora en pantalla, Inserción de Rodrigo Chaves en declaración a los medios de prensa, inserción de Rodrigo Chaves en conferencia de prensa, entrevista a Rodrigo Chaves con AFP.</p> <p><b>Sonidos:</b> Locución de Karol Quesada</p>	Multiplataforma Storytelling	Video.
<i>¿Droga Tica Llega A Europa!? Diputados EXPULSADOS, Chaves se va a Panamá ¡Protestas Pro-Palestina!</i>	1:40 a 7:50 21:00 a 23:30	<p><b>Imágenes:</b> Captura de pantalla de nota de La Nación, imagen del Ministerio de Seguridad donde se observan kilos de cocaína decomisada, imagen de fondo para inserciones, pantallazo de nota de la Cadena Ser de España, pantallazo de tweet publicado por la policía Rotterdam, Países Bajos; imagen de los escáneres de droga de APM Terminals, foto de ministro Mario Zamora, foto de exviceministro Eduardo Trejos, foto de kilos de cocaína decomisada, imagen de bolsa un gramo de cocaína, gráfico del Semanario Universidad sobre decomiso de cocaína en el país.</p> <p><b>Videos:</b> Presentadora en pantalla, inserción de Rodrigo Chaves en declaración a los medios en Limón, conferencia de prensa de Mario Zamora, conferencia de prensa de Rodrigo Chaves, Nota</p>	Multiplataforma Storytelling	Video.

		<p>de NTN 24 sobre Chaves y presidente de Panamá Laurentino Cortizo en el Darién.</p> <p>Sonidos: Locución de Karol Quesada, sonido de transición, música de fondo de la nota de NTN 24.</p>		
<p><i>¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!?</i></p> <p><i>¡Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes</i></p>	2:00 a 8:30	<p><b>Imágenes:</b> Logo del medio, foto de Mario Zamora, imagen con frase de Mario Zamora, texto sobre meta de reducción de homicidios para 2030, imagen con frase de Rodrigo Chaves, foto de Rodrigo Arias, imagen con frase de Rodrigo Arias.</p> <p><b>Videos:</b> Presentadora en pantalla, video de fondo en pantalla verde, inserción de Rodrigo Chaves en conferencia de prensa.</p> <p><b>Sonidos:</b> Locución de Karol Quesada, sonido de transición</p>	<p>Multiplataforma</p> <p>Storytelling</p>	Video.
<p><i>¿Que Chaves dijo QUÉ!?</i></p> <p><i>GRABACIONES sECRETAS (sic)</i></p> <p><i>¡Tenemos drama con La Nación! CR CARISIMO Y Más</i></p>	00:00 a 10:40	<p><b>Imágenes:</b> Logo del medio, Foto de exministra Patricia Navarro, collage de fotos de Rodrigo Chaves, Federico Cruz y Christia Bulgarelli, Texto sobre dinero de licitación con el BCIE, imagen de fondo para inserciones,, artes de reportaje ‘Audios de la Presidencia’ de La Nación, foto de ministro Jorge Rodríguez, imagen con frase de Christian Bulgarelli, imagen con frase de comunicado de Casa Presidencial pronunciándose acerca de audios publicados por La Nación, foto de presidente del BCIE Gisella Sánchez.</p> <p><b>Videos:</b> Presentador de fondo, colaborador en pantalla, video de transcripción de audio de Rodrigo Chaves grabado por Patricia Navarro, video de videojuego de fondo, video de plastilina de fondo, pantallazo de podcast ‘Ponete al Día’,</p>	<p>Multiplataforma</p> <p>Storytelling</p> <p>Escena cómica</p>	Video.

		<p>inserción conferencia de prensa de Rodrigo Chaves, inserción intervención de Pilar Cisneros en el Plenario relacionada a los fondos del BCIE, entrevista de Pilar Cisneros a Rodrigo Arias en Telenoticias años 2009, cuestionando usos de fondos del BCIE para temas privados.</p> <p><b>Sonidos:</b> Locución de Karol Quesada, locución de Sebastián Campbell, sonido de transición.</p>		
<b>CONTENIDOS DE ‘LA HORA TICA’</b>				
<i>DaWik   Favorecimientos   4 agosto 2023   Ep.47</i>	10:50 a 18:50	<p><b>Sonidos:</b> Locución de David Barrientos, música de fondo, inserción de Gabriel Aguilar en comparecencia ante el Congreso, Inserción de Andrea Álvarez en comparecencia de Gabriel Aguilar, inserción de Monserrat Ruiz en comparecencia de Gabriel Aguilar, Inserción de Oscar Izquierdo en comparecencia de Gabriel Aguilar, música de transición</p>	-Uniplataforma -Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Trabajar menos, ganar igual   1 setiembre 2023   Ep.50</i>	18:13 al 22:03	<p><b>Sonidos:</b> Locución de David Barrientos, música de fondo, efecto de eco para inserción, sonido de diálogo de la serie Pokémon: “el equipo Rocket ha vuelto a perder”, música de transición.</p>	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Veto Presidencial   15 setiembre 2023   Ep.52</i>	3:56 al 7:17	<p><b>Sonidos:</b> Locución de David Barrientos, música de fondo, inserción de Rodrigo Chaves hablando de proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Jonathan Acuña de proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Eli Feinzaig de proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Paulina Ramírez de proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, música de transición.</p>	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Amenazas en la Caja   22 setiembre 2023   Ep.53</i>	9:16 al 11:36	<p><b>Sonidos:</b> Locución de David Barrientos, música de fondo, música de transición</p>	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Narcos   29 setiembre 2023   Ep.54</i>	8:40 al 14:30	<p><b>Sonidos:</b> Locución de David Barrientos, música de fondo, inserción de Rodrigo Chaves hablando sobre resello a proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Rodrigo</p>	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.

		Chaves arremetiendo contra Luz Mary Alpizar por votar a favor del resello a proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Pilar Cisneros arremetiendo contra Luz Mary Alpizar por votar a favor del resello a proyecto de ley para sacar a CR de la lista gris de la UE, inserción de Gloria Navas defendiendo a Luz Mary Alpizar luego de que Pilar Cisneros la acusara de traidora, inserción de Francisco Nicolás defendiendo a Luz Mary Alpizar luego de que Pilar Cisneros la acusara de traidora, inserción de Luz Mary Alpizar respondiendo a las acusaciones de Pilar Cisneros, inserción de Rodrigo Arias pidiendo a Chaves que respete al Congreso.		
<i>DaWik   La coca sigue saliendo   13 octubre 2023   Ep.55</i>	1:04 al 4:42	<b>Sonidos:</b> Locución David Barrientos, Declaraciones de Rodrigo Chaves sobre cargamentos de cocaína salidos del país, Declaraciones del ministro de Seguridad Mario Zamora, música de fondo.	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Se enojó Kiko   24 noviembre 2023   Ep.58</i>	00:00 al 6:42	<b>Sonidos:</b> Locución David Barrientos, declaraciones de Rodrigo Chaves, música de fondo.	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Los audios de Presidencia   8 diciembre 2023   Ep.60</i>	1:05 al 11:05	<b>Sonidos:</b> Locución David Barrientos, Declaraciones de Rodrigo Chaves, Conversaciones de exministros de comunicación Patricia Navarro y Jorge Rodríguez y el presidente Rodrigo Chaves, en audios filtrados por Navarro, música de fondo.	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Un gobierno choreco   15 diciembre 2023   Ep.61</i>	1:15 al 6:15	<b>Sonidos:</b> Locución David Barrientos, Conversación entre Ariel Robles, diputado de FA y Federico Cruz en comparecencia en la Asamblea Legislativa, Audio del presidente Rodrigo Chaves, música de fondo.	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.
<i>DaWik   Un disparate presidencial   22 diciembre 2023   Ep.62</i>	7:10 al 12:30	<b>Sonidos:</b> Locución David Barrientos, Entrevista de Rodrigo Chaves sobre la CIDH y el aborto, Inserción de Marvin Carvajal, experto en Derecho Judicial, música de fondo	Uniplataforma Storytelling	Edición para formatos en audio.

Fuente: Elaboración propia.

Al concluir la tabla se vislumbra una diversidad de recursos audiovisuales utilizados, por lo que, pese a ser contenidos relativamente cortos, entretienen a las personas antes de que deslicen hacia otros vídeos o plataformas.

En la era digital, un minuto se vuelve oro y lo que hace distintos a las personas de éxito en redes sociales es mantener al usuario entretenido, ya que si no lo hace tiene posibilidades de entretenerse en otros sitios de internet.

Los periodistas de los medios de comunicación analizados, concluyen en las entrevistas que lo que los hace diferentes y los ha mantenido conectados con las personas es su identidad, su transparencia y cercanía. “Y si usted hace algo, si encuentra un formato de éxito y le apasiona, usted ya tiene el número ganador” (Fernández, entrevista personal, 2024).

Para Cercone (2024) el análisis de los flujos de información, tendencias, temáticas y formatos del extranjero que pudieran trasladar a Costa Rica es lo que los logra distinguir, y cuando alguien trata de imitarlos ellos salen de la línea con algo completamente nuevo, buscando la mejor forma de llegar al público.

Mientras que para David Barrientos como director de La Hora Tica sus distintivos se basan en:

La honestidad con la audiencia sin duda es uno de esos elementos; creo que otro es el tipo de lenguaje que utilizamos, el cual es cercano y entendible para la gente; y otro es que nos hemos adaptado a la forma en que la gente consume contenido (Barrientos, entrevista personal, 2024).

Por lo que mencionan sus directores, estos medios de comunicación trabajan para ganarse un espacio con el público joven y con más poblaciones que les reconozcan el trabajo periodístico moderno y disruptivo, sin perder las bases de justicia en la información.

Con esto dicho, se observa que tanto No Pasa Nada, con su programa ‘*Welcome To Chepe*’, como La Hora Tica, con el podcast ‘*DaWik*’, tienen sus respectivas metodologías de trabajo en las distintas ramas analizadas que los diferencian entre sí, tomando como punto de partida el análisis que realizan sobre la información relacionada con Rodrigo Chaves. Si bien

estos medios comparten similitudes o afinidades en sus formatos, también es cierto que existen factores que los distinguen y los hacen únicos para los respectivos nichos a los que llega su contenido. Esto contribuye, entre otros aspectos, a una pluralidad estilística que está al servicio del público, permitiéndole valorar el trabajo de estos medios, especialmente cuando abordan temas relacionados con el presidente de la República.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Como parte del primer objetivo de esta investigación, que buscaba describir el lenguaje periodístico utilizado por los comunicadores de los medios digitales No Pasa Nada y La Hora Tica al tratar noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática, se concluye que estos medios tienen un estilo particular en su comunicación.

Como se observó en el transcurso de esta investigación, tanto No Pasa Nada, con su programa *'Welcome To Chepe'*, como La Hora Tica, con el podcast *'DaWik'*, utilizan un lenguaje coloquial con tintes mayormente humorísticos y sarcásticos. A través de recursos como adjetivos, hipérbolos, símiles, alusiones y metáforas, construyen su forma de comunicar la información al público.

Asimismo, se identificaron ciertas diferencias entre ambos medios, esto porque algunos tonos o figuras lingüísticas aparecen en mayor o menor medida según los contenidos analizados. Por ejemplo, en La Hora Tica era más común utilizar un tono confrontativo en comparación con No Pasa Nada. De igual manera, se puede constatar que en *'Welcome To Chepe'* se observó un mayor uso de la ironía que en *'DaWik'*.

Por otro lado, se identificó que el uso abundante del lenguaje coloquial en ambos productos incluye términos característicos de ese estilo, siendo éstos parte esencial de su marca. Destacan en especial los costarrriqueñismos, que aparecen en gran medida en ambas producciones, resaltando la palabra “mae” como la más utilizada.

Asimismo, ambos programas emplean barbarismos en la construcción de su lenguaje, siendo recurrente el uso de palabras de otros idiomas, principalmente del inglés. Estos recursos forman parte del lenguaje cotidiano de muchos jóvenes inmersos en el mundo de Internet y la cultura popular.

Pese al uso generalizado de términos coloquiales, existen diferencias entre ambos productos, como en el uso de palabras consideradas soeces, donde No Pasa Nada las usa más que La Hora Tica. Aunque el programa producido por No Pasa Nada utiliza estos términos con más frecuencia, no es un recurso recurrente, pero sí se detecta en mayor medida que en La Hora Tica.

También es importante señalar que este estilo de comunicación es parte esencial para el éxito de estos programas. Como lo indicaron los entrevistados, el uso de este tipo de lenguaje permite que su audiencia se sienta cómoda con el producto e incluso pueda identificarse con él. Esto aporta valor a las producciones, como señaló un experto consultado, que mencionó que estos recursos ayudan a que el contenido funcione y se entretenga para un nicho específico, tratando temas tediosos, como los relacionados con la política.

Tomando en consideración lo relatado anteriormente, el tipo de lenguaje empleado por los objetos de estudio es un valor agregado que enriquece estos proyectos, esto porque permite que el contenido se sienta más cercano a las personas que lo consumen. Como se mencionaba páginas atrás, el papel de la audiencia ha cambiado por completo en la era de Internet en comparación con los tiempos analógicos. Los consumidores ya no son simples espectadores; ahora pueden interactuar directamente con el contenido e incluso con las figuras que están al frente de estos proyectos. Esto se debe a que la posibilidad de comentar, responder o interactuar con estos nuevos contenidos o periodistas está a un clic de distancia, a diferencia de antaño, cuando las vías de comunicación eran muy limitadas y difíciles de acceder, como las tradicionales secciones de "cartas al editor" que todavía circulan en varios medios tradicionales

Esta interacción permite que el público sienta que tiene un espacio no solo para informarse, sino también para confiar en quienes les brindan esa información, presentada con un lenguaje más cotidiano y no con el tono ceremonial de antaño, que, si bien no es incorrecto, genera una menor cercanía con la audiencia, como lo destaca el análisis de una de las expertas que aportó su perspectiva en esta investigación. El periodista de La Hora Tica señalaba que uno de los factores del éxito de su espacio es que puede ser parte de la rutina del oyente, y el lenguaje es fundamental de esa rutina. Así, ambos formatos buscan que la audiencia sienta una conexión con muchas de sus características identitarias, siendo el

lenguaje una de las principales, lo cual aporta un valor positivo a estos proyectos independientes.

En relación con el segundo objetivo, que buscaba identificar las fuentes de información utilizadas por los medios digitales No Pasa Nada y La Hora Tica para el tratamiento periodístico de las noticias relacionadas con el presidente Rodrigo Chaves como figura mediática, se determinó que las fuentes utilizadas en los programas de ambos medios juegan un papel importante en su contenido.

Dado que *'Welcome To Chepe'* y *'DaWik'* son programas que se publican una vez por semana, las fuentes de información tienen un rol determinante, porque ambas producciones se nutren de fuentes ya contrastadas o de conocimiento público, como notas de prensa de medios de comunicación, canales oficiales del Estado o instituciones públicas, además de bases de datos y estudios realizados por diversos organismos tanto nacionales como internacionales.

Se destaca que *'Welcome To Chepe'* y *'DaWik'* comparten el uso de fuentes similares. Por ejemplo, en el caso de los medios de comunicación, ambos acuden a fuentes como La Nación, CRHoy, Semanario Universidad o AmeliaRueda.com. No obstante, es importante señalar que se observó una mayor variedad de fuentes, al menos en el apartado de medios de comunicación, en el caso de No Pasa Nada. En el análisis de contenido y en la comunicación personal con ambos medios, se identificó que No Pasa Nada usa más medios para extraer información.

En cuanto al uso de bases de datos, se observó que ambos medios también han recurrido a bases similares, como las de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) o la Asamblea Legislativa.

Respecto a fuentes oficiales, ambos medios acuden a fuentes directas, como comunicados de prensa provenientes del Gobierno o transmisiones en medios oficiales, como los canales de la Asamblea Legislativa y Casa Presidencial, así como las conferencias de prensa del presidente Rodrigo Chaves.

Además, ambos medios realizan trabajo de campo, buscando obtener información relacionada con el presidente a través de consultas a fuentes directas o contactando a expertos en los temas tratados u otras figuras políticas, como los diputados de la República.

Es importante señalar que el uso de estas fuentes de información por parte de estos medios también tiene incidencia en el panorama político del país. Como se mencionó previamente, el presidente Chaves es una figura polarizante en el debate de la opinión pública del país. El mandatario ha tenido conflictos con algunas fuentes a las que recurren No Pasa Nada y La Hora Tica, fuentes cuestionadas por él y por la ciudadanía, como se evidenció en la encuesta de PROLEDI y mencionada en esta investigación. Esto implica que conocer las fuentes de información utilizadas por estos medios no solo es una formalidad para entender cómo crean sus contenidos, sino también para saber en qué tipo de información se basan al construir el contenido que brindan al público y sobre qué fundamentos construyen los criterios que expresan en el material que producen.

Esto tiene una mayor incidencia, cuando se toma en cuenta lo expuesto por el Instituto Reuters de la Universidad de Oxford, que señala que el público se comporta de una forma u otra con determinada información brindada por los medios de comunicación dependiendo del lado del espectro político (izquierda, centro o derecha) en que se encuentren. Diego Delfino también mencionó en la comunicación personal que sostuvo para efectos de esta investigación, que hay ocasiones donde la recepción del público a determinada información se ve marcada por el pensamiento ideológico del público.

Entonces, si hay medios de comunicación como La Nación o CRHoy que funcionan como fuente de información para el contenido de *'Welcome To Chepe'* y *'DaWik'*, que el presidente ha señalado de manera negativa y que, además, el nivel de confianza del público en estos medios es baja (La Nación con 2,79% y CRHoy con 1,69%) según los datos analizados por el PROLEDI, esto podría tener una incidencia en quienes consumen esas producciones. Esto porque en buena medida ambos programas se nutren de la información que exponen esos conglomerados de la comunicación. Esto no implica necesariamente que dichos medios realicen un mal trabajo, sino que reflejan la polarización política y el filtro ideológico de cada persona, como señaló el Instituto Reuters en el estudio citado en esta investigación.

Por último con lo que respecta a este objetivo, en referencia a lo señalado anteriormente, si bien es cierto que No Pasa Nada, con *'Welcome To Chepe'*, y La Hora Tica, con *'DaWik'*, son ejemplos de cómo el periodismo está evolucionando hacia nuevos horizontes en cuanto a la forma en que se desarrolla la profesión, no deja de ser un fenómeno, cuanto menos paradójico, que estas plataformas independientes, aunque busquen desmarcarse de medios ya consolidados a los que recurren como fuentes de información, encuentren en ellos un lugar común de donde extraer contenido para sus producciones.

Que esto ocurra responde a que el formato de estos medios consiste en recopilar la información y comprimirla en un espacio semanal, en lugar de realizar publicaciones inmediatas; además del reducido grupo de personas que laboran en estos medios. Por ejemplo, en No Pasa Nada hay un equipo de entre diez y doce colaboradores, sin embargo, para el espacio informativo de *'Welcome To Chepe'*, la única encargada de la recopilación de información y el ejercicio periodístico es Karol Quesada. En el caso de *'DaWik'*, únicamente dos personas se encargan de la construcción informativa del espacio: David Barrientos y una periodista que colabora en el programa.

Después del tercer objetivo, que plantea determinar los instrumentos de verificación de hechos empleados por los medios digitales objetos de estudio, después de los aplicados, se establece que ambos comparten la metodología de verificar informaciones mediante el contraste de las fuentes.

Es decir, el trabajo de verificación de estos periodistas se realiza desde la recolección de información, donde al no ser medios que generan datos, sino, que los tratan, hace que tengan más tiempo de asegurarse que la información presentada sea correcta, por lo que a través de distintos medios de comunicación costarricenses de trayectoria se contrasta información, que el trabajo diario de un medio, concuerde con la metodología de otro y así, junto con la consulta a bases de datos de entidades y conversaciones esporádicas con expertos, hace que brinden una información justa.

Aunque no tuvo que recurrir a esto, el equipo de No Pasa Nada sabe de sus límites y responsabilidades deontológicas, por lo que como protocolo ante un error en el tratamiento

de la información en perjuicio de una persona o entidad se sustentan de los artículos 66-69 de la Ley de Jurisdicción Constitucional sobre el Derecho de Rectificación o Respuesta.

Según explicaron los directores Pietro Cercone y David Barrientos, el hecho de ser un medio independiente, proyectos que nacieron en redes sociales y fueron auspiciados por ellos mismos, además de donaciones de la sociedad, hace que el presupuesto para costear una tecnología o Inteligencia Artificial que realice esta clase de trabajos esté fuera del alcance, por lo que esto hace que salga a flote el profesionalismo, la experiencia periodística y reglas de manual, un trabajo hecho “a mano” que les resulta efectivo para ser un medio con respaldo de confiabilidad.

Por parte del cuarto objetivo, sobre determinar el encuadre realizado por los medios de comunicación alrededor de la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves, se concluye que cada medio tiene una identidad muy marcada, en los marcos narrativos de cada uno se diferencian por su estilo, con elementos disruptivos y un tratamiento encuadrado a su nicho.

Para destacar en el análisis, se determinó que en el 100% de los contenidos estudiados los medios de comunicación contextualizan el tema, lo que aporta a una ciudadanía informada, a un trabajo periodístico justo y a evitar confusiones, los periodistas dan todo lo que se debe tener para entender la noticia y que cada persona forme su propio juicio.

En la mayoría de los contenidos no se brindaron propuestas de solución a los temas informados, es decir, los medios más allá de informar no se involucran tanto en las competencias de los entes o personalidades expuestas, en las ocasiones en que sí, son más comentarios que pueden interpretarse como explicativos o reclamos a la institucionalidad del país.

Cabe recalcar un recurso que utilizan mucho los comunicadores, que es la comparación de actores con otros personajes ya sean de la realidad o la ficción y con eventos, estos en gran parte para aligerar los contenidos políticos con humor, así como para entre líneas generar debate sobre algún acto o situación mediática realizada por la élite política del país.

Al concluir con el análisis de este objetivo, se destacan principalmente dos puntos, el primero es que los medios se rigen por su línea e identidad, el encuadre está relacionado con la misión de cada medio de comunicación y su nicho, por lo que el hecho de que exista diversidad de formas de presentar una información lo que proporciona es un enriquecimiento a la democracia y otra oportunidad para que más personas se informen del acontecer nacional.

Como punto número dos, no existe una regla de oro para manejar las informaciones, el periodismo cambió y evolucionó y esto no hace que ni los medios tradicionales estén mal al no emitir juicios de valor o mantener una postura neutra, ni tampoco los objetos de estudio pueden ser juzgados por emitir opiniones, al final son formas y no a todos les puede gustar por lo que lo que debe imperar es la libertad de elegir la plataforma por la cual cada persona se quiere informar.

Los encuadres existen y están bien mientras se informe desde el respeto, sin que la libertad de expresión choque con los derechos de otra persona y que los medios ayuden a combatir la desinformación, con un periodismo más que objetivo, justo.

Para finalizar con los resultados de los objetivos, según el quinto, que contrastaba las narrativas audiovisuales de ambos medios, se establece una diferenciación importante en las dinámicas de trabajo por la plataforma utilizada y la cantidad de colaboradores.

Por parte de *'Welcome To Chepe'* se esclareció un mayor uso de recursos audiovisuales, además de que la dinámica de trabajo recae mayormente en una persona en cuanto a la redacción de guion y labor periodística, sin embargo, la postproducción y mejoramiento del producto final si lleva el toque de varias personas del equipo.

Mientras que, David Barrientos de *'DaWik'*, en Spotify realiza un trabajo de audio muy preciso para poder atraer a las personas y generar emociones a través del formato de podcast, con efectos de sonido, locución variada, tonos y narraciones entretenidas.

Los periodistas de los dos objetos de estudio recurren a un sensacionalismo meditado, con palabras clave en títulos, frases llamativas, miniaturas en vídeos, recurso muy valorado en la era digital y las plataformas utilizadas, para generar afluencia hacia sus páginas, sin necesidad de mentir, solo llamar la atención.

Los comentarios de los usuarios forman parte de la naturaleza de las redes sociales y más en contenidos polarizantes como la política, sin embargo, ambos periodistas entrevistados mencionaron que lo saben manejar de manera que reciben los comentarios que les aporten valor a sus productos y oportunidades de mejora, pero nunca cambiar su identidad y su forma de trabajar por usuarios que buscan de forma negativa acabar con sus narrativas.

También ambos medios de comunicación realizan dentro de la edición su labor periodística, una labor de horas que consiste en colocar inserciones de los actores involucrados, así como una edición fresca, entendible y de calidad audio y audiovisual óptima para que la sociedad pueda informarse y entretenerse con contenidos altamente importantes como las decisiones políticas del presidente Rodrigo Chaves.

Por último y con referencia a la hipótesis planteada en esta investigación que postula que el tratamiento periodístico de los medios de comunicación No Pasa Nada y La Hora Tica funciona como un juego de comunicación política parcializado respecto a las noticias relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves, los investigadores determinan que es correcta.

Esto porque, como se pudo ver a lo largo de esta investigación; los recursos analizados como el lenguaje, encuadre, o los aspectos relacionados a la producción y todos sus complementos respaldan esta información. Sin ir más lejos, las propias fuentes directas señalan que en determinados momentos no solo buscan informar a su público, sino tomar partido ante los hechos que señalan con referencia al trabajo del presidente Rodrigo Chaves Robles y esto no representa necesariamente un aspecto negativo.

En primera instancia, se determinó que las fuentes contextualizan la información dando las versiones de las partes implicadas siguiendo el principio periodístico de la equidad o como se le denomina comúnmente "*fairness*".

Como segundo punto, se pudo recabar que los objetos de estudio buscan propiciar un espacio de debate y fomentar el pensamiento crítico entre su audiencia y cualquier persona que se encuentre con estos contenidos. Desde los encargados de los objetos analizados, hasta los mismos expertos consultados para esta investigación, avalan lo afirmado con

anterioridad. Esto, además, propicia que la audiencia se interese por los temas políticos del país y se siente identificados con las personalidades que están al frente de estos proyectos.

Además, existe un sentido de responsabilidad entre quienes están al mando de estos espacios, ya que buscan emitir una opinión informada y basada en hechos comprobados para sustentar su criterio. Enfatizan que, cuando no disponen de los elementos necesarios para formar una opinión, se limitan únicamente a informar al público.

Por último, resulta necesario indicar que, estos formatos propician que se ejerza el género periodístico de opinión, lo que estimula que este tipo de periodismo se practique en mayor cantidad y frecuencia en otros espacios. Ejerciendo este tipo de periodismo, los comunicadores procuran que haya un entorno de diálogo e intercambio de ideas entre su audiencia.

## **Recomendaciones**

En primera instancia, se recomienda que No Pasa Nada y La Hora Tica mantengan su formato, y siempre que encuentren opciones para innovar, implementen esos nuevos recursos o formatos, sin perder su esencia. Este tipo de proyectos no solo representan la nueva era del periodismo, sino que también ofrecen un espacio para los géneros de opinión e interpretación. Este tipo de formatos son escasos en el país. Además, vale la pena mencionar que estos medios de comunicación alternativos, por su naturaleza son espacios de cercanía y en ocasiones de identificación con la audiencia.

Por otro lado, se recomienda que tanto No Pasa Nada como La Hora Tica implementen métodos de verificación más personalizados. Tal como expresaron quienes están a cargo de estos espacios, no siguen métodos específicos, sino que se rigen por procesos propios del periodismo, lo cual no es negativo; pero la implementación de herramientas de verificación facilitaría el trabajo, ya que son proyectos independientes con menos personal que un conglomerado de la comunicación.

Del lado de periodismo como profesión, después del trabajo realizado, se recomienda que se redoblen los esfuerzos por propiciar espacios de información, debate e interpretación justa, real, sin afinidades, ni banderas, solo con la finalidad de combatir la desinformación

que penetra en cada rincón de las redes sociales y solo con un trabajo profesional se puede mantener la reputación de la carrera y que se le dé el valor del rol que ha cumplido, cumple y seguirá cumpliendo en la sociedad.

Así también, evitar un conflicto dentro de la profesión por las pluralidades que existen al momento de informar a la población, tal como se presentó, existe incluso un mutualismo donde periodistas toman el trabajo de otros periodistas como referencia para sus trabajos, sin robar ideas o contenidos, sino, dando crédito al trabajo de los otros, por lo que más que una rivalidad, estas nuevas plataformas pueden propiciar una competencia sana, donde cada vez más medios se retan a explorar nuevas áreas, sin necesidad de cambiar su identidad, una evolución que la naturaleza de la profesión demanda.

Mientras que ese mismo conflicto se evita en la sociedad, se insta a la población a no reproducir los ambientes tóxicos de las redes sociales, sino, respetar las formas de informarse que elige cada ciudadano y buscar también cada uno con sus comentarios aportar al debate, antes de desmeritarlo, generar reacciones y propuestas edificantes, además de postular comentarios de manera informada y no con aras de censurar medios o a periodistas solo porque no son del agrado de cada uno.

También se recomienda mantener una sociedad informada, porque un pueblo que está consciente del país en el que vive, los derechos de los que goza y las libertades que le pueden ser arrebatadas es un pueblo que no se va a dejar engañar con discursos endulzantes o engaños de ciertas élites, por lo que más que buscar un medio que diga solo lo que cada quien quiere oír, se insta a informarse, sin importar la plataforma o el estilo, aquel que brinde un periodismo justo, con dualidad de actores y discursos, aquellos que permitan formar un criterio informado.

Por otra parte, se recomienda a futuros investigadores profundizar en este tipo de fenómenos, dado que existe una falta de conocimiento a nivel de investigación académica sobre estos temas. Estos proyectos son cada vez más comunes, no solo en materia política, sino en todas las ramas de la información. Si se considera únicamente el fenómeno social y político analizado en este trabajo, los futuros autores podrían abordar distintas aristas que no se trataron aquí o que, al menos, no se exploraron con tanta profundidad, como investigar el

papel que juegan estos proyectos en fenómenos sociopolíticos como el auge del populismo. Incluso, podrían analizar otras producciones de estos medios de comunicación.

Por otro lado, los nuevos investigadores podrían indagar cómo desarrollan estos proyectos su trabajo al tratar información de otras figuras políticas de renombre del país, como la diputada Pilar Cisneros Gallo, entre otros. Asimismo, este fenómeno se puede analizar desde una perspectiva contraria, tomando ejemplos de proyectos similares que podrían tener un discurso menos incisivo hacia el presidente Chaves o estudiar ambos enfoques.

Por último, se recomienda a la carrera de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) que le dé mayor visibilidad a este tipo de medios de comunicación y cómo representan un ejemplo de hacia dónde se está moviendo la profesión, al seguir las tendencias y el funcionamiento de las redes sociales. Además, es importante mostrar la existencia de otros tipos de periodismo, en los cuales es válido emplear el humor y un lenguaje más cotidiano, donde, además, se puede explorar y desarrollar el género de opinión. Aprovechando que la institución presentó un nuevo plan de estudios para la carrera con cursos como Periodismo Digital o a través de charlas personalizadas en las clases y foros universitarios, se puede transmitir el conocimiento necesario para comprender qué son estos medios y el trabajo que realizan.

Conocer estos casos no debe quedarse solo en el ámbito teórico, en entender qué se hace actualmente en el periodismo, sino tomarlos como ejemplos de opciones de salida profesional en el gremio, ya sea independiente, mediante emprendimiento o formando parte de proyectos similares.

Asimismo, es necesario que, a través de las nuevas clases de Periodismo Político, Opinión Pública y Desarrollo del Pensamiento Crítico, se dé a conocer el papel que juegan este tipo de proyectos en el debate público de Costa Rica, por los motivos expuestos previamente en este trabajo. De igual manera, dado que en estos espacios y otros similares se suelen emitir criterios con tintes de humor, sarcasmo e ironía, es importante abordar los alcances de formular una opinión con estos elementos como periodista, tomando como punto

de referencia el ordenamiento jurídico que rige el país, en la clase de Comunicación, Ética y Legislación.

### Referencias bibliográficas

- Albertini, E., Ruiz, A. (2008). Fuentes de información: Concepto, clasificación y modos de atribución. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/36422>
- Alvarado, R., Herrera, A., (2020). LOS MEDIOS COMUNICACIÓN DIGITALES Y JÓVENES BABAHOYENSES EN TIEMPOS DE PANDEMIA. *Revista Magazines de la Ciencia, Vol. 5, N° CISE 2020, PP. 309-323.* [https://www.researchgate.net/publication/356388568\\_LOS\\_MEDIOS\\_COMUNICACION\\_DIGITALES\\_Y\\_JOVENES\\_BABAHOYENSES\\_EN\\_TIEMPOS\\_DE\\_PANDEMIA](https://www.researchgate.net/publication/356388568_LOS_MEDIOS_COMUNICACION_DIGITALES_Y_JOVENES_BABAHOYENSES_EN_TIEMPOS_DE_PANDEMIA)
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. *La Trama de la Comunicación*, 15(), 67-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927065004>
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso; *Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales; Más Poder Local*; 30; 1-2017; 36-42. <http://hdl.handle.net/11336/68048>
- Banco Central de Costa Rica. (s.f). SINPE Móvil. <https://www.bccr.fi.cr/sistema-de-pagos/servicios-brindados-a-clientes/sinpe-m%C3%B3vil>
- Barrientos, D. (Anfitrión). (2022-presente). La Hora Tica [Podcast]. Spotify. [https://open.spotify.com/show/4blZMXb2s0wwH192gRxPXc?si=DER2XUj\\_RESNmbBT487wTg](https://open.spotify.com/show/4blZMXb2s0wwH192gRxPXc?si=DER2XUj_RESNmbBT487wTg)
- Barrientos, D. (Anfitrión). (2022-presente). *La Hora Tica* [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/6tpRwi9PSbdvkr3eOySRMo?si=cfb07966e0248f0>
- Behar O. (2021). Las fuentes periodísticas. *Periodismo universitario en el siglo XXI. Unimedios: un laboratorio de innovación y creación para la formación de comunicadores.* Volumen III. <https://libros.usc.edu.co/index.php/usc/catalog/download/460/663/8712?inline=1>
- Bermúdez, M. (2024). Denuncias penales contra presidente Rodrigo Chaves llegaron a 49 tras su segundo año y aumentan su frecuencia. *Semanario Universidad.* <https://semanariouniversidad.com/pais/denuncias-penales-contrapresidente-rodrigo-chaves-llegaron-a-49-tras-su-segundo-ano-y-aumentan-su-frecuencia/>
- Bisso Albán, Í. (2020). Análisis del tratamiento periodístico que los diarios el comercio y expreso, en sus plataformas web, realizaron acerca del matrimonio igualitario a partir del caso Susel Paredes [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/9976>

- Caminos, J. (2007). Elementos definitorios del Periodismo Digital. Estudios sobre el mensaje periodístico ISSN-e 1988-2696, N.º 13, 2007, págs. 317-336. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2558472>
- Caminos, J. (2007). Elementos definitorios del Periodismo Digital. *Estudios sobre el mensaje periodístico ISSN-e 1988-2696, N.º 13, 2007, págs. 317-336.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2558472>
- Canani, J. (2023). *Tratamiento periodístico en las noticias de la crisis política del Perú publicadas en la web del diario Trome, año 2020.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Jaime Bausate y Meza]. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/160/browse?type=author&v alue=Canani+Contreras%2C+Johana+Milagros>
- Carazo Barrantes, C. (2018). PERIODISMO Y AGENDA SETTING: UNA DISCUSIÓN SOBRE EL INTERÉS POR ASUNTOS PÚBLICOS DE LA CIUDADANÍA. *Revista De Ciencias Sociales*, (160). <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i160.34805>
- CDR Canal 2. (2018). Entrevista con Diego Delfino y David Barrientos @Matices 30 01 2018. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NDf4ZiIY8x8>
- Centro de Asuntos Internacionales de Barcelona (2022). Rodrigo Chaves Robles. *Líderes políticos.* <https://www.cidob.org/lideres-politicos/rodrigo-chaves-robles>
- Cervi, Laura; Tejedor, Santiago; Recoder-Sellarés, Maria-José (2024). “Qué opinan los periodistas de las herramientas de verificación potenciadas por Inteligencia Artificial [What do journalists think of verification tools powered by Artificial Intelligence]”. *Infonomy*, 2(2) e24027. <https://doi.org/10.3145/infonomy.24.027>
- Chacón, A. (2023). *Análisis de las notas relacionadas al informe de Labores del primer año de Gobierno del presidente Rodrigo Chaves Robles emitidas por Noticias Monumental en el mes de mayo de 2023.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Internacional de las Américas]. <http://repositorio.uia.ac.cr/items/4697525d-f679-43e5-a8f8-86ac0156f6af>
- Chinchilla, S. Cambroner, N. (2021). Banco Mundial sancionó a Rodrigo Chaves por acoso sexual. *La Nación.* <https://www.nacion.com/el-pais/politica/banco-mundial-sanciono-a-rodrigo-chaves-por/3M37XZ5KDBCF7EUCESKF6FAFGY/story/>
- Díaz, J. (2016). La independencia del periodismo alternativo en internet. [Tesis de Bachillerato, Universidad Abierta de Cataluña]. <http://hdl.handle.net/10609/45481>
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El Profesional de la Información (EPI) Vol. 19, n.º 6.* <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/issue/view/835>

- Donate, C. (2020). Periodismo deportivo en YouTube, una nueva realidad: Miguel Quintana y La Media Inglesa. [Tesis de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/21374>
- En Tendencia. (22 de octubre de 2024). No más deepfakes con tecnología que derrota la desinformación. *Delfino Cr.* <https://delfino.cr/2024/10/no-mas-deepfakes-con-tecnologia-que-derrota-la-desinformacion>.
- Entrevistas1. (2014). Jorge Ramos entrevista con Mario Vargas Llosa parte 2 (Septiembre 2014). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QwMlyKsSWp0>
- Espín, M. (2019). Análisis (Sic) del lenguaje periodístico (sic) del cronista Jose Delgado. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica De Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7071>
- Falcón, J., Quispe, R. (2021). *Análisis del lenguaje periodístico de la columna 'Matices del semanario Hildebrandt en sus Trece' sobre la segunda vuelta electoral, Lima - junio 2021.* [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/91384>
- Fenoll, V. (2011). USUARIOS ACTIVOS Y PASIVOS. LA INTERACTIVIDAD DE LA AUDIENCIA EN LOS MEDIOS DIGITALES. EL CASO DE LA FÓRMULA 1 EN VALENCIA. *Revista de Ciencias Sociales, núm. 51, octubre-diciembre, 2011, pp. 1-26.* <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950247002.pdf>
- Fernández, R. (2023) La nueva era del periodismo deportivo. Análisis de los canales de Twitch 'Jijantes FC' y 'El Chiringuito Tv'. [Tesis de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/64150>
- García Higuera, Rubén. (2020). Libertad de expresión, equidad y democracia: análisis de la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. *Andamios, 17(42), 17-57.* <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.734>
- Goffman, E. (2006). Frame analysis: Los marcos de la experiencia (J. L. Rodríguez, Trad.). Harper & Row. (Trabajo original publicado en 1974). [https://www.academia.edu/42941483/Goffman\\_E\\_2006\\_1975\\_Los\\_marcos\\_de\\_la\\_experiencia](https://www.academia.edu/42941483/Goffman_E_2006_1975_Los_marcos_de_la_experiencia)
- González, H., González, M. (2010). Importancia de las características y funciones presentes en el lenguaje periodístico de los medios impresos de Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XVI, núm. 1.* <https://www.redalyc.org/pdf/280/28016297003.pdf>
- Hamui, A., Varela, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica, vol. 2, núm. 5.* <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. McGraw Hill. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>

- Herrero-Díaz, Paula, Pérez-Escobar, Marta, & Varona Aramburu, David. (2022). Competencias de verificación de contenidos: una propuesta para los estudios de Comunicación. *Revista de Comunicación*, 21(1), 231-249. <https://dx.doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a12>
- Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo. (2024). Perspectivas del público sobre la confianza en las noticias. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024/perspectivas-del-publico-sobre-la-confianza-en-las-noticias>
- Ipsos. (2023). Global Trustworthiness Index 2023 (Índice Global de Confianza 2023). Ipsos. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/Ipsos\\_Global\\_Views\\_on\\_AI\\_and\\_Disinformation\\_full\\_report.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/Ipsos_Global_Views_on_AI_and_Disinformation_full_report.pdf)
- Ipsos. (2023). Global Views On A.I. And Disinformation (Análisis de datos: Noticias falsas en la era de la IA). Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-ar/analisis-de-datos-noticias-falsas-en-la-era-de-la-ia>
- Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación; Universidad Austral. Facultad de Comunicación; *Austral Comunicación*; 2; 1; 6-2013; 1-25. <http://hdl.handle.net/11336/86202>
- La Hora Tica. (2024). La Hora Tica. Patreon. <https://www.patreon.com/lahoratica>
- La Hora Tica. (San José). LinkedIn. Recuperado el 3 de junio de 2024. <https://www.linkedin.com/company/lahoratica/>
- León, W., Vélez, G. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 148, diciembre 2021 - marzo 2022* (Sección Diálogo de saberes, pp. 295-312). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8619172>
- Ley de la Jurisdicción Constitucional [LJC]. Artículos 66-69. 19 de octubre de 1989 (Costa Rica). [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=38533](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=38533)
- Lluch, A. (2014) *ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA MONARQUÍA ESPAÑOLA EN PRENSA DIGITAL: De las grandes cabeceras a los medios nativos digitales*. [Tesis de Grado, Universitat Jaume I]. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/99647>
- Lorenzo, R. (2018). El periodismo en la era digital. *Centro de Investigación en Lectura y Escritura*. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/73489>
- Marmol, E. (2018). *Tratamiento Periodístico sobre las noticias referidas a Violencia contra la Mujer en la Página Web del diario El Comercio en Lima durante febrero de 2018*

[Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/26644>

- Martínez, A. (2021). Exministro de Hacienda, Rodrigo Chaves, lanza su candidatura a la presidencia. *Delfino.cr*. <https://delfino.cr/2021/07/exministro-de-hacienda-rodrigo-chaves-lanza-su-candidatura-a-la-presidencia>
- Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/27589601\\_Fuentes\\_de\\_informacion\\_y\\_credibilidad\\_periodistica](https://www.researchgate.net/publication/27589601_Fuentes_de_informacion_y_credibilidad_periodistica)
- Mendoza, C. (2017). *Tratamiento del periodismo digital en la agenda informativa del periódico El Financiero, durante el I Cuatrimestre del 2017*. [Tesis de Bachillerato, Universidad Internacional de las Américas]. <http://repositorio.uia.ac.cr/items/52305b3a-1e28-4e93-8ab6-0d4512121c97>
- Miranda, U., Acosta, Z. (2009). Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa. *Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud*. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>
- Mora, A. (6 de febrero de 2022). Abstencionismo histórico: más del 40% del padrón electoral no salió a votar este domingo. *Delfino.cr*. <https://delfino.cr/2022/02/abstencionismo-historico-mas-del-40-de-la-poblacion-no-salio-a-votar-este-domingo>
- Mora, C. (2022). Pilar Cisneros justifica uso de su imagen debido a que Rodrigo Chaves es “desconocido”. *CRHoy.com*. <https://www.crhoy.com/nacionales/pilar-cisneros-justifica-uso-de-su-imagen-debido-a-que-rodrigo-chaves-es-desconocido/>
- Mora, J. (2024). ‘La Hora Tica’: el portal de noticias políticas creado por el chiquillo de ‘RG Elementos’. *La Nación*. <https://www.nacion.com/revista-dominical/la-hora-tica-el-portal-de-noticias-politicas/AUN24RMERJAX5BIHFTMHPPNM6Y/story/>
- Morales, E. (2016). El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. *Correspondencias & Análisis*, N° 6. <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/180/158>
- Moreno, P. (2014). Lenguaje periodístico, implicaciones lingüísticas y contenidos especiales. *Primer Congreso Internacional Infoxicación: mercado de la información y psique, Libro de Actas*. <https://idus.us.es/handle/11441/30534>
- Murillo, A. Rodrigo Chaves se acerca a la mitad de su mandato con 37 causas penales por 11 posibles delitos. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/pais/rodrigo-chaves-se-acerca-a-la-mitad-de-su-mandato-con-37-causas-penales-por-11-posibles-delitos/>
- No Pasa Nada. (2020). Tenemos que hablar... YouTube. [https://youtu.be/0j8vxcB1CUw?si=9kjsjZo5JJ2vCY\\_8](https://youtu.be/0j8vxcB1CUw?si=9kjsjZo5JJ2vCY_8)

- No Pasa Nada. (2022). NO PASA NADA LIVE | TERCER ANIVERSARIO 2022. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MkLnrsANcts>
- No Pasa Nada. (2024). NO PASA NADA. Patreon. <https://www.patreon.com/nopasanadaoficial>
- No Pasa Nada. (San José). LinkedIn. Recuperado el 3 de junio de 2024. <https://www.linkedin.com/company/no-pasa-nada/?originalSubdomain=cr>
- Observatorio de Comunicación Digital. (2024). Radiografía de la Comunicación Digital de la Administración Chaves Robles entre el 01 De julio de 2024 y el 30 de septiembre de 2024. Universidad Latina. <https://www.ulatina.ac.cr/area-de-investigacion/grupos-de-investigacion/observatorio/reportes/25>
- Parra, I. (2022). Periodismo de investigación en YouTube. Análisis del trabajo periodístico de Carles Tamayo Rico. [Tesis de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58685>
- Patreon. (2023). ¿Qué es Patreon? Patreon. <https://support.patreon.com/hc/es-es/articles/204606315--Qu%C3%A9-es-Patreon>
- Pereyra, R., Alonso, E. (2022). El tratamiento informativo del proceso electoral 2019 en Argentina. Análisis de portales digitales; Obercom; Observatorio; 16; 3; 9-2022; 134-156. <http://hdl.handle.net/11336/222061>
- Pérez-Díaz, P. (2023). Capítulo 4. La cultura de la verificación periodística frente a la desinformación digital y sus efectos polarizadores. *Espejo De Monografías De Comunicación Social*, (10), 69–87. <https://doi.org/10.52495/c4.emcs.10.p96>
- Prada, O. et al. (2019). GESTIÓN EDITORIAL: TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA. *Sapienza Organizacional*, 6(11), 200-219. <https://www.redalyc.org/journal/5530/553066143009/553066143009.pdf>
- Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información. (2023). I Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación: <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2023/informe-de-libertad-de-expresion-version-final-2-de-octubre-2023-651b353c7b1e5.pdf>
- Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información. (2024). IV INFORME DEL ESTADO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN COSTA RICA. <https://proledi.ucr.ac.cr/iv-informe-del-estado-de-la-libertad-de-expresion-en-costarica/>
- Real Academia Española. Barbarismo. En Diccionario del Estudiante. Recuperado el 15 de octubre de 2024. <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/barbarismo>

- Reporteros Sin Fronteras. (3 de mayo de 2024). La Libertad de Prensa en el Mundo 2024. <https://rsf.org/es/clasificacion/puntuacion-pol?year=2024>
- RepreTel Costa Rica. (2020). Ex ministro de Hacienda explicó las razones de su salida. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Jlrnvu2gkPI>
- Rodrigo Chaves. (2021). El nuevo pilar del progreso. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5Y--xuWWrKk>
- Rost, A. (2004). La actualidad múltiple en el periódico digital. ReaserchGate. [https://www.researchgate.net/publication/279886669\\_La\\_actualidad\\_multiple\\_en\\_el\\_periodico\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/279886669_La_actualidad_multiple_en_el_periodico_digital)
- Rost, A., Bergero, F. (2012). *Periodismo En Contexto de Convergencias*. PubliFadecs. [https://www.researchgate.net/publication/272168077\\_Periodismo\\_en\\_contexto\\_de\\_convergencias](https://www.researchgate.net/publication/272168077_Periodismo_en_contexto_de_convergencias)
- Sánchez, S. (2024). No Pasa Nada: El medio no convencional que informa a quienes les huyen a las noticias. *La Nación*. <https://www.nacion.com/revista-dominical/no-pasa-nada-el-medio-no-convencional-que-informa/3U4LI3GLHBH75LY2XXLL6U2RZA/story/>
- Sandí, F. (4 de mayo de 2024). Derecho de respuesta: Presidencia no reprendió al Sinart por noticias negativas. *La Nación*. <https://www.nacion.com/el-pais/derecho-de-respuesta-presidencia-no-reprendio-al/Q5YZBPZ6BBBWXP54YVAXYT2M/story/>
- Saucedo, F., Sánchez, J. (2021). Periodismo digital, reconfigurando los modelos de negocio y representando un nicho de mercado para emprendedores. *International Review Of Communication And Marketing Mix*, 2(4), 81–92. <https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM/article/view/16768>
- Suarez, L. (2020). *El tratamiento periodístico en los reportajes televisivos* [Universidad de San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8180>
- TribucleMedia VideoVault (2015). "El periodismo y el lenguaje" Mario Vargas Llosa en el #FIE2015. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NIVk1IMjH1A>
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2022). Biografía del candidato presidencial del Partido Progreso Social Democrático, Rodrigo Chaves Robles. <https://www.archivodigital.go.cr/index.php/biograf-a-del-candidato-presidencial-del-partido-progreso-social-democr-tico-rodri-go-chaves-robles>
- Tribunal Supremo de Elecciones. (2022). Cómputo de Votos y Declaratorias de las Elecciones. [https://www.tse.go.cr/pdf/elecciones/computovotos\\_febrero\\_abril\\_2022.pdf](https://www.tse.go.cr/pdf/elecciones/computovotos_febrero_abril_2022.pdf)

Universidad de Costa Rica. (2023). I Encuesta sobre libertad de expresión y confianza en medios de comunicación. <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2023/informe-de-libertad-de-expresion-version-final-2-de-octubre-2023-651b353c7b1e5.pdf>



	Preparación de los datos para el análisis (elaboración de tablas, gráficos, síntesis)																		
Interpretación de resultados y conclusiones	Análisis e interpretación de los datos																		
	Redacción de informe parcial																		
	Redacción de informe final																		

*Fuente: Elaboración propia.*

## Anexo 2 -Instrumento de recolección de información: Análisis de contenido

**Tabla 8:** Análisis de Contenido

Nombre del contenido	Fecha de realización	Programa
<p><i>¿LOS ENGAÑARON? Chaves Bots ESCÁNDALO Baruch Arresto de Trump Tráfico de Influencias Desenmascarado</i></p>	<p>5 de agosto de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¿¡PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!?! Ferry a El Salvador, huelga estudiantil y Más   Welcome to Chepe</i></p>	<p>12 de agosto de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¡¿No quieren bajar el marchamo?! Aprobada Jornadas 4x3, ALLANAMIENTOS Y MÁS    Welcome to Chepe</i></p>	<p>19 de agosto de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¿¡HÉROES DE LA TERCERA GUERRA MUNDIAL!?! Christian Bulgarelli, inseguridad y MÁS   Welcome to Chepe</i></p>	<p>26 de agosto de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más...   Welcome to Chepe</i></p>	<p>23 de septiembre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>

<p><i>¡Conversaciones con narcos! La Aprobación De Proyectos De Ley, Olimpiadas Y Más  Welcome to Chepe</i></p>	<p>30 de septiembre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>La Peor CRISIS De Inseguridad ¿Mintió Pilar Cisneros? Admite Bulgarelli Rol En Licitación</i></p>	<p>7 de octubre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¿Droga Tica Llega A Europa!? Diputados EXPULSADOS, Chaves se va a Panamá ¡Protestas Pro-Palestina!</i></p>	<p>15 de octubre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¿Renunció Rodrigo Chaves a Gritos!? ¿Encontramos FENTANILO y COCAÍNA LIQUIDA! Mujeres Influyentes</i></p>	<p>26 de noviembre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>¿Que Chaves dijo QUÉ!? GRABACIONES sECRETAS (sic) ¡Tenemos drama con La Nación! CR CARISIMO Y Más</i></p>	<p>10 de diciembre de 2023</p>	<p>Welcome To Chepe (No Pasa Nada)</p>
<p><i>DaWik   Favorecimientos   4 agosto 2023   Ep.47</i></p>	<p>4 de agosto de 2023</p>	<p>DaWik (La Hora Tica)</p>

<i>DaWik   Trabajar menos, ganar igual   1 setiembre 2023   Ep.50</i>	1 de septiembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Veto Presidencial   15 setiembre 2023   Ep.52</i>	15 de septiembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Amenazas en la Caja   22 setiembre 2023   Ep.53</i>	22 de septiembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Narcos   29 setiembre 2023   Ep.54</i>	29 de septiembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   La coca sigue saliendo   13 octubre 2023   Ep.55</i>	13 de octubre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Se enojó Kiko   24 noviembre 2023   Ep.58</i>	24 de noviembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)

<i>DaWik   Los audios de Presidencia   8 diciembre 2023   Ep.60</i>	8 de diciembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Un gobierno choreco   15 diciembre 2023   Ep.61</i>	15 de diciembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)
<i>DaWik   Un disparate presidencial   22 diciembre 2023   Ep.62</i>	22 de diciembre de 2023	DaWik (La Hora Tica)

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Anexo 3.** Instrumento entrevista semiestructurada 1. Equipo de No Pasa Nada

**Fecha:** lunes 21 de octubre de 2024

**Hora:** 10:30 am

**Lugar:** Plataforma digital Google Meets.

**Entrevistadores:** Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega.

**Entrevistados:** Pietro Cercone Mora y Karol Quesada Noguera.

#### **Introducción a la entrevista**

Como parte de la investigación académica para la obtención del grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de la Américas, los investigadores Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega realizarán una entrevista al director del medio de comunicación No Pasa Nada, Pietro Cercone Mora y la periodista Karol Quesada Noguera, con el objetivo de que los entrevistados brinden información que ayude a esclarecer los puntos de análisis de este trabajo referente al tratamiento periodístico que hace el medio en programa *'Welcome To Chepe'*, con respecto a las informaciones relacionadas al presidente Rodrigo Chaves Robles como figura mediática.

La entrevista constará de 2 bloques, donde se realizarán preguntas referentes al contenido de *'Welcome To Chepe'* en áreas como la producción del contenido, la línea editorial o las fuentes de información. Al ser una entrevista semiestructurada, puede que la entrevista se vea sujeta a cambios en los tópicos que se tratan, añadiendo algunos que salgan a colación conforme avance la conversación, así como descartar otras preguntas que pudieron responderse previamente a la realización de estas.

La selección del entrevistado se debe es una de las fuentes directamente involucradas con esta investigación.

#### **Características de la entrevista**

- La entrevista durará entre 30 minutos y 40 minutos. Además, se reiterará que el uso de los datos recabados será con fines académicos.

#### **Preguntas**

##### **Bloque 1: Generalidades del medio de comunicación.**

- Pietro, en La Nación usted contaba que era importante crear la línea editorial junto con los colaboradores y no imponer esa visión de director de medio como sucede en medios más tradicionales. ¿Por qué es tan importante esto a la hora de empezar a trabajar con los colaboradores?

## **Bloque 2: Producción y formato**

- Como encargada de este espacio, ¿cómo es su rutina de trabajo? En el día a día, sobre todo, si nos puede especificar cuando va a tratar temas del presidente.
- ¿Suele consultar bases de datos para avalar los distintos temas que se hablan sobre el presidente en general?
- Ahora más enfocado a la línea editorial ¿cuál cree que es el valor agregado del programa de que aparte de informar, se agrega el toque personal de la periodista?
- Con *'Welcome To Chepe'*, ¿cómo es ese proceso de producción? ¿Cuánto tardan en todo ese proceso de recolectar la información, de las fuentes, revisar los medios, luego el proceso de grabar y editar?
- No Pasa Nada ha apostado por producir la mayoría de su contenido en formatos de video. Sin embargo, en el caso concreto de *'Welcome To Chepe'*, ¿por qué se opta por el formato de video? ¿Qué considera que hace funcionar este formato para su audiencia?
- Como director de No Pasa Nada, ¿cuál cree que sea la clave del éxito del formato de *'Welcome To Chepe'* y del medio en general?

**Observaciones:** Al cierre de la entrevista se agradecerá el tiempo del invitado y se reiterará la posibilidad de volver a contactar al entrevistado.

#### **Anexo 4.** Instrumento entrevista semiestructurada 2. David Barrientos Villalobos

**Fecha:** martes 15 de octubre de 2024

**Hora:** -

**Lugar:** Google Gmail.

**Entrevistadores:** Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega.

**Entrevistado:** David Barrientos Villalobos.

#### **Introducción a la entrevista**

Como parte de la investigación académica para la obtención del grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de la Américas, los investigadores Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega realizarán una entrevista al director del medio de comunicación La Hora Tica, David Barrientos Villalobos, con el objetivo de que el entrevistado brinde información que ayude a esclarecer los puntos de análisis de este trabajo referente al tratamiento periodístico que hace el medio en el programa *'DaWik'*, con respecto a las informaciones relacionadas al presidente Rodrigo Chaves Robles como figura mediática.

La entrevista constará de 5 bloques, donde se realizarán preguntas referentes al contenido de *'DaWik'* en áreas como la producción del contenido, la línea editorial o las fuentes de información.

La selección del entrevistado se debe a que es una de las fuentes directamente involucradas con esta investigación.

#### **Características de la entrevista**

- La entrevista durará entre 45 minutos y 1 hora. Además, se reiterará que el uso de los datos recabados será con fines académicos.

#### **Preguntas**

##### **Bloque 1: Fuentes de información**

- Sabemos que usted está a cargo del espacio *'DaWik'*. En términos generales, ¿cómo definiría su rutina de trabajo para recopilar la información que luego presenta en los videos?

- ¿A qué tipos de fuentes suelen acudir cuando tratan información relacionada con el presidente Rodrigo Chaves?
- ¿Cuántas fuentes consulta para corroborar la información relacionada al presidente Chaves que es publicada en los videos de *'DaWik'*?
- ¿Su metodología de trabajo consiste en esperar a que la información se confirme antes de crear los contenidos, o prefieren buscar inmediatez utilizando fuentes cercanas?
- ¿Con qué frecuencia realizan trabajo de campo, como entrevistas o consultas a fuentes relacionadas con las informaciones sobre el presidente Rodrigo Chaves?
- ¿Forma parte de grupos de prensa o canales de comunicación donde se proporciona información sobre el trabajo del presidente?
- ¿Tienen una fuente de confianza estable o esta cambia dependiendo de la noticia?
- ¿A cuáles medios de comunicación acude para recopilar la información relacionada al presidente Chaves que es publicada en los videos de *'DaWik'*?
- De los medios de comunicación que mencionó anteriormente, ¿por qué elige específicamente esos medios como fuentes de información?
- ¿Han tenido alguna experiencia negativa con la información recolectada de una fuente específica?
- ¿El tratamiento periodístico se basa en información previamente tratada por medios nacionales o en fuentes primarias, como conferencias de prensa, comunicados del gobierno o comunicaciones personales?

## **Bloque 2: Fuentes documentales**

- ¿Qué bases de datos o fuentes documentales utilizan para preparar los contenidos?
- ¿Cómo evalúan la confiabilidad de una página o fuente recurrida sobre otra?
- ¿Cuentan con algún procedimiento o manual para la recolección de información?
- ¿Tienen contacto directo con otros medios de comunicación nacionales para proveer o recolectar información?
- Cuando hablan de una información específica que hace referencia al presidente, ¿qué tipo de fuentes documentales o bases de datos suelen consultar?
- ¿El manejo de las fuentes de información sobre el presidente Rodrigo Chaves es diferente al de otras informaciones?

### **Bloque 3: Instrumentos de verificación de información**

- ¿Qué elementos de verificación emplean para tratar las informaciones?
- Para cada noticia relacionada con el presidente Rodrigo Chaves, ¿cuáles instrumentos de verificación utiliza?
- ¿Tienen algún procedimiento o manual que marque los pasos para verificar la información?
- ¿Cuál es el proceso para determinar qué información se expondrá en los videos y cuál será descartada?
- ¿Existe un protocolo en caso de tener que rectificar contenidos que contengan información imprecisa?
- ¿Qué tipo de seguimiento se les da a las noticias luego de ser publicadas en las plataformas digitales?

### **Bloque 4: Línea editorial y encuadre**

- En *'DaWik'*, además de brindar información, usted también opina sobre los temas. ¿Cuál es el valor agregado de emitir un criterio, además de informar?
- Cuando opina sobre el trabajo del presidente Chaves, ¿qué elementos considera para emitir su criterio?
- ¿El encuadre de las noticias sobre Rodrigo Chaves tiene un tratamiento especial para generar reacciones en las personas o en el debate político del país?
- Como director del medio y encargado de producir los contenidos, ¿hasta qué punto se permite opinar sobre temas relacionados con el presidente?
- ¿Ha aplicado autocensura en algún momento al opinar sobre temas relacionados con el presidente Chaves?
- ¿Los comentarios u opiniones de la audiencia tienen influencia en la forma en como crean los contenidos?
- En varias entrevistas, ha comentado que el género de opinión es parte de la esencia de La Hora Tica y ha expresado su interés particular en este formato. ¿Cree que parte del éxito del medio se debe a que se aleja de la línea "tradicional" del periodismo al permitirse opinar?

### **Bloque 5: Producción y formato.**

- En entrevista con el diario La Nación, usted comentó que se encargará de escribir el guion, editar y publicar los programas de La Hora Tica ¿Cómo es el proceso de edición de los contenidos?
- ¿Qué tanto se permite en cuanto a libertad creativa en la edición del programa, especialmente cuando trata información sobre el presidente Chaves?
- ¿Cuál es la metodología de trabajo para publicar los contenidos en las plataformas?
- ¿Cuánto tiempo se demora en producir el programa hasta que se publica en las plataformas?
- La Hora Tica ha apostado por hacer contenido en formatos de audio y video. Sin embargo, en el caso concreto de *'DaWik'*, ¿por qué ha optado por el formato de audio? ¿Qué considera que hace funcionar este formato para su audiencia?
- ¿El uso de determinados audios humorísticos forma parte del mensaje que desea transmitir? ¿Considera que su uso es parte esencial del programa?
- Como director de La Hora Tica y encargado del espacio *'DaWik'*, ¿cuál cree que sea la clave del éxito del programa y del medio en general?

**Observaciones:** Al cierre de la entrevista se agradecerá el tiempo del invitado y se reiterará la posibilidad de volver a contactar al entrevistado.

### **Anexo 5.** Instrumento entrevista semiestructurada 3. Joseph Fernández Vargas

**Fecha:** miércoles 9 de octubre de 2024      **Hora:** 3:30 p.m.

**Lugar:** Plataforma digital Google Meets.

**Entrevistadores:** Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega.

**Entrevistado:** Joseph Fernández Vargas.

#### **Introducción a la entrevista**

Como parte de la investigación académica para la obtención del grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de la Américas, titulada “*Análisis del tratamiento periodístico de los medios digitales alternativos No Pasa Nada en su sección de ‘Welcome to Chepe’ y La Hora Tica en su sección ‘DaWik’ relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023*”, los investigadores Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega realizarán una entrevista al periodista y creador de contenido digital, Joseph Fernández, con el objetivo de que el entrevistado brinde desde su perspectiva como experto en formato digitales, su percepción sobre diversos puntos de análisis de este trabajo referente al tratamiento periodístico que hacen los medios digitales No Pasa Nada en su programa ‘*Welcome To Chepe*’ y La Hora Tica con ‘*DaWik*’, con respecto a las informaciones relacionadas al presidente Rodrigo Chaves Robles como figura mediática.

La entrevista constará de 4 bloques, donde se realizarán preguntas referentes al contenido de estos programas en áreas como el formato de edición, producción y el fenómeno a nivel periodístico y cultural que suponen estos medios. Al ser una entrevista semiestructurada, existe la posibilidad de que la entrevista se vea sujeta a cambios en cuanto a los tópicos que se trataran, añadiendo algunos que salgan a colación conforme avance la conversación, así como descartar otras preguntas que pudieron ser respondidas previamente a la realización de las mismas.

La selección del entrevistado se debe a que cumple con el perfil de fuente indirecta para la investigación en calidad de experto.

#### **Características de la entrevista**

- La entrevista tendrá una duración de entre 30 minutos a 60 minutos de duración. Asimismo, se especifica que los datos proporcionados por el entrevistado serán utilizados con fines académicos, por lo que se solicita confirmar su consentimiento para su uso.

## **Preguntas**

### **Bloque 1: Formato y éxito del contenido digital**

- ¿Qué considera que hace que formatos como los de medios digitales estén teniendo tanto éxito en la actualidad?
- ¿Por qué cree que los medios apuestan por estos tipos de contenido en particular?
- ¿Por qué piensa que estos formatos digitales logran conectar tan bien con las audiencias jóvenes?

### **Bloque 2: Títulos, miniaturas y su influencia**

- ¿Hasta qué punto considera que influyen las miniaturas en el rendimiento de estos formatos en redes sociales?
- ¿Qué rol considera que juegan los títulos en el éxito de los contenidos digitales?

### **Bloque 3: Estrategia de plataformas y promoción**

- ¿Hasta qué punto influyen las plataformas escogidas en el éxito de un medio digital?
- ¿Hasta qué punto considera que la promoción de contenido ya sea orgánica o pagada, influye en el éxito de los medios digitales?

### **Bloque 4: Publicación y forma de crear los contenidos**

- Estos medios suelen subir un video a la semana, el mismo día, a la misma hora. Tienen un horario de publicación definido. Desde su experiencia, ¿qué tan importante es este elemento para retener y crear audiencia?
- ¿Es cierto que la cercanía y la interacción directa con la audiencia influyen en el éxito de estos formatos?
- En su opinión, ¿Qué tan importante es prestar atención a los comentarios de la audiencia a la hora de crear el contenido?

**Observaciones:** Al cierre de la entrevista se agradecerá el tiempo del invitado y se reiterará la posibilidad de volver a contactar al entrevistado.

**Anexo 6.** Instrumento entrevista semiestructurada 4. Diego Delfino Machín.

**Fecha:** lunes 14 de octubre de 2024.                      Hora: 11:30 a.m.

**Lugar:** Plataforma digital Google Meets.

**Entrevistadores:** Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega.

**Entrevistado:** Diego Delfino Machín.

**Introducción a la entrevista**

Como parte de la investigación académica para la obtención del grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de la Américas, titulada “*Análisis del tratamiento periodístico de los medios digitales alternativos No Pasa Nada en su sección de ‘Welcome to Chepe’ y La Hora Tica en su sección ‘DaWik’ relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023.*”, los investigadores Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega realizarán una entrevista al periodista fundador y director de Delfino.cr, Diego Delfino Machín, con el objetivo de que el entrevistado brinde desde su perspectiva como experto en formato digitales y temas de política, su percepción sobre diversos puntos de análisis de este trabajo referente al tratamiento periodístico que hacen los medios digitales No Pasa Nada en su programa ‘*Welcome To Chepe*’ y La Hora Tica con ‘*DaWik*’, con respecto a las informaciones relacionadas al presidente Rodrigo Chaves Robles como figura mediática.

La entrevista constará de 4 bloques, donde se realizarán preguntas referentes al contenido de estos programas en áreas como el formato de edición, producción y el fenómeno a nivel periodístico y cultural que suponen estos medios, así como su impacto en la opinión pública. Al ser una entrevista semiestructurada, existe la posibilidad de que la entrevista se vea sujeta a cambios en cuanto a los tópicos que se trataran, añadiendo algunos que salgan a colación conforme avance la conversación, así como descartar otras preguntas que pudieron ser respondidas previamente a la realización de estas.

La selección del entrevistado se debe a que cumple con el perfil de fuente indirecta para la investigación en calidad de experto.

**Características de la entrevista**

- La entrevista tendrá una duración de entre 30 minutos a 60 minutos de duración. Asimismo, se especifica que los datos proporcionados por el entrevistado serán utilizados con fines académicos, por lo que se solicita confirmar su consentimiento para su uso.

## **Preguntas**

### **Bloque 1: Impacto del formato en el clima político**

- Con el clima político tan caldeado que vive Costa Rica, ¿qué cree usted que aportan este tipo de formatos periodísticos?
- En este mismo clima político, ¿considera importante que los periodistas tomen partido en determinadas situaciones?
- Costa Rica enfrenta un contexto político complejo que, al mismo tiempo, es un caldo de cultivo para el humor. Desde su perspectiva, ¿cuál es la línea que no se debe cruzar al informar con humor?

### **Bloque 2: Opinión y humor en el periodismo político**

- Ser presidente conlleva una gran exposición mediática, lo que convierte a los mandatarios en blanco tanto de elogios como de críticas. En el caso del presidente Chaves, ¿hasta qué punto cree usted que los periodistas deben tomar partido en cuestiones políticas?
- ¿Hay un agregado extra en el hecho de opinar en determinadas circunstancias?
- En el país es escaso los formatos de opinión en los distintos medios. ¿Es importante darle mayor espacio a este género periodístico?
- Hace algunos años, Jaime Bayly fue cuestionado sobre si el uso del humor en el periodismo político trivializa la política. Bayly aseguraba que esa acusación era injusta, porque los propios políticos eran quienes adecentaban la política. Desde su experiencia, ¿es adecuado hacer humor cuando se abordan temas serios y complejos?

### **Bloque 3: Impacto en la audiencia joven**

- Desde su punto de vista, ¿cree usted que este nuevo estilo de periodismo está logrando que los jóvenes se interesen más en los asuntos políticos del país?

- ¿Qué tan importantes son para usted los comentarios y la interacción de la audiencia en el trabajo periodístico?
- ¿Considera que la interacción y cercanía con la audiencia juegan un papel fundamental en el trabajo periodístico de una plataforma independiente?

**Bloque 4: Línea editorial.**

- Como director de su medio, ¿qué tan importante es para usted construir una línea editorial colaborativa?
- Como director, ¿considera que hay un límite en cuanto a la libertad de opinión de un colaborador?

**Anexo 7.** Instrumento entrevista semiestructurada 5. Nataly Segura Molina**Fecha:** miércoles 23 de octubre de 2024**Hora:** -**Lugar:** Plataforma WhatsApp.**Entrevistadores:** Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega.**Entrevistada:** Nataly Segura Molina.**Introducción a la entrevista**

Como parte de la investigación académica para la obtención del grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de la Américas, titulada “*Análisis del tratamiento periodístico de los medios digitales alternativos No Pasa Nada en su sección ‘Welcome to Chepe’ y La Hora Tica en su sección ‘DaWik’ relacionadas con la figura mediática del presidente Rodrigo Chaves durante el período comprendido entre agosto y diciembre del 2023*”, los investigadores Andrés Díaz Bermúdez y Andrey Zúñiga Vega realizarán una entrevista a la socióloga de la Universidad Nacional (UNA), Nataly Segura Molina, con el objetivo de establecer desde las bases de la Sociología un punto de conexión entre las nuevas formas de comunicación periodística y la inclinación de las personas por informarse en estas plataformas que rompen con los esquemas tradicionalistas.

**Características de la entrevista:**

- La entrevista constará de 2 bloques, donde se realizarán preguntas referentes al estilo de comunicación de los dos medios de comunicación antes mencionados, así como del comportamiento humano en esta era información digital.
- Dado a que la entrevista se realizará vía WhatsApp, dentro del documento, además de las preguntas, se adjuntará un enlace a un archivo de Google Drive donde se colocará apoyo audiovisual con extractos de los programas Welcome to Chepe de No Pasa Nada y DaWik de La Hora Tica, con el fin de ejemplificar algunas de las interrogantes que se realizarán.

- Asimismo, se especifica que los datos proporcionados por la entrevistada serán utilizados con fines académicos, por lo que se solicita confirmar su consentimiento para su uso.

## **Preguntas**

### **Bloque 1: Comunicación y lenguaje**

- ¿A qué atribuye el éxito de estos nuevos espacios periodísticos y la migración de las personas a informarse por modelos más disruptivos?
- ¿Las personas se pueden llegar a identificar más con este tipo de comunicadores por el uso de lenguaje popular y coloquial, antes que con los medios de comunicación tradicionales?
- ¿El público conecta con este tipo de contenidos sarcásticos o irónicos por la personalidad “pachotera” del ser costarricense?
- -Al informar sobre hechos políticos que pueden ser “cansados” o “aburridos” para algún sector de la población con técnicas audiovisuales mezcladas con humor hace más digerible un contenido que históricamente se ha tachado como “serio” y “formal”?
- ¿Cuál es el límite en el que la comunicación irreverente, con humor y disruptiva pasa a rozar en comportamientos o normas humanas “mal vistas” por la sociedad?

### **Bloque 2: Comportamiento humano**

- ¿Cree que este tipo de contenidos más parcializados contribuyen a generar discusiones más reiteradas y exaltadas por los usuarios?
- ¿Considera que las personas optan por informarse en medios de comunicación con respaldo de veracidad y justicia o por aquellos que les digan lo que quieren escuchar?
- ¿Este tipo de formatos puede llegar a tener éxito con un nicho de población más adulta o cree que está creado solo para una generación de adultos-jóvenes?
- ¿Considera que estos nuevos modelos de periodismo político contribuyen a atraer a la población joven y que esta se interese más en temas políticos que les conciernen directamente y marcan el futuro del país?

**Observaciones:** Se agradece el tiempo de la entrevistada y se reitera que los datos que brindó se utilizarán con fines académicos.

**Anexo 8.** Entrevista semiestructurada 1: P y K.

**-Entrevistadores:** Pietro, en La Nación usted contaba que era importante crear la línea editorial junto con los colaboradores y no imponer esa visión de director de medio como sucede en medios más tradicionales. ¿Por qué es tan importante esto a la hora de empezar a trabajar con los colaboradores?

**-Entrevistado 1:** Vamos a ver, hay una nueva tendencia que me parece importante en el periodismo y es que los periodistas tienen el mismo peso o un peso similar a el medio, ¿qué quiero decir con eso? Durante muchos años vos leías el New York Times, o leías el Washington Post, o leías CNN, y lo que estabas leyendo era CNN, no estabas leyendo por ejemplo 538 a Nate Silver, ¿qué pasa con eso? Eventualmente en los últimos 10 años la tendencia ha sido que periodistas han crecido su marca personal, sus boletines independientes y se lanzan al agua, Nate Silver por ejemplo es un gran ejemplo, en el que él sale de 538, que es una encuestadora y hace análisis político en Estados Unidos, y se monta como ‘*The Silver Bulletin*’ y empieza a desarrollar su propia línea editorial.

Entonces, ¿qué creo yo? Yo creo que puede haber un empate entre estas dos cosas, entre que el medio tenga un reflejo importante de verificación, de seriedad, que yo creo que el periodismo independiente, independiente como tal de una sola persona que realiza un trabajo, eso a veces es difícil, además de que las herramientas que se le puede dar a... (abre la ventana) Además de que las herramientas que un periodista por sí solo va a tener van a ser menos que las que va a tener una persona que trabaja por una empresa, entonces por un lado sí mantener ese respaldo editorial, ese respaldo periodístico, esas herramientas que se le pueden dar, un equipo de trabajo robusto para lograr las cosas, pero también que la voz del periodista valga por la voz del periodista y se entienda que esas personas tienen una forma de pensar, una forma de elaborar y pues al final del día que nosotros los contratamos por ellos.

Ellos vienen a No Pasa Nada porque vimos que era importante que ellos mantuvieran la persona que son y el profesionalismo que llevan y la experiencia que llevan, tanto como porque No Pasa Nada, es un medio respetado y que tiene una cierta línea editorial.

**-Entrevistadores:** En algún momento, dentro del trabajo que usted realiza, ¿hay algún filtro con el tema de las opiniones?

**-Entrevistado 1:** Creo que hay un entendimiento profesional de dónde hay ciertos límites, que yo te pueda decir como que existen como lineamientos básicos, hay lineamientos

periodísticos del “*fairness*” que se respetan por supuesto, si vamos a ir una noticia, revisar las dos partes, la cantidad de fuentes que se utilizan para corroborar una fuente. Los lineamientos profesionales periodísticos básicos se cumplen al pie de la letra, es algo que yo al no ser periodista me respaldo de los periodistas de la empresa para que ellos puedan darme a mí esos criterios profesionales.

Y luego creo que hay un entendimiento ético y moral también a nivel de la empresa en el cual mantenemos ciertas líneas que son más conversadas que establecidas, que yo te pueda decir a vos, porque además mucho sucede en el día a día, es muy difícil trazar una línea con algo que no sabes qué va a pasar, qué emoción te va a evocar, qué respuesta va a suceder, más cuando estamos pasando como por momentos particularmente únicos en narrativas globales y nacionales. Tal vez hay ciertas cosas que, si tratamos de diferenciarnos, sucesos y amarillismo como tal es una cosa que tratamos de distanciarnos bastante, no lo tratamos como empresa, no es nuestro interés, bueno, ahí está Karol que puede responder un poquito más sobre esto.

Pero sucesos y amarillismo digamos algo como que tratamos de distanciarnos bastante a nivel empresarial y ciertas otras cosas como de glorificar o traer atención a ciertos temas simplemente como por el “*headline*” o por el interés, un poco más del amarillismo de nuevo, pero ¿qué te digo? Una política de la empresa, por agarrar una que me viene a la cabeza es cuando hay un tirador en Estados Unidos es nunca enseñar la cara, nunca mencionar el nombre, nunca elevar a la persona de ninguna manera para que no, que eso es a veces algo que sucede en muchos medios, se repercute en la imagen y está claro bajo múltiples estudios psicológicos que eso a veces puede animar a otras personas porque se les da atención, se les da atención y la gente como ¡ah mae yo voy a salir en tele también! Es difícil que te dé aquí como todos los alineamientos éticos y morales, pero sí creo que es distanciarnos de ese tradicionalismo amarillista tal vez y de sucesos y enfocarnos más como en los valores creo compartidos de todos nosotros que al final son muy caso por caso, pero sí hay un alineamiento que ocurre regularmente.

**-Entrevistadores:** Karol, como encargada de este espacio, ¿cómo es su rutina de trabajo? En el día a día, sobre todo, si nos puede especificar cuando va a tratar temas del presidente.

**-Entrevistada 2:** Todos los días se comienza haciendo una lista de noticias. Es lo que hago yo, entonces me meto primero obviamente al canal de Casa Presidencial, a ver qué han dicho.

Y uno sabe más o menos por semanas como los ministerios o las áreas del Poder Ejecutivo que están más como en auge, ahorita con el presupuesto, obviamente el Ministerio de Hacienda se revisa muy frecuentemente. Ahorita, inclusive con lo de Israel, se revisa muy frecuentemente COMEX. Cuando se estuvo con la parte de comunicación, se revisa el Ministerio de Educación y así, yo intento revisar todos.

Como entenderán, soy una única persona para todo el país. Entonces intento como poner, hay como prioridades de lo que se está hablando durante la semana. Ya después, por lo mismo de Media Independiente, porque no podemos cubrir todas las partes, hago una revisión de los medios, que es como Observador, La República, Delfino, La Nación, El Guardián, El Mundo CR y La Hora de Juanito Mora. Por ahí es donde reviso más que todo. También tengo aplicaciones de noticias que me dicen las que más se han movido en el país. De otros medios, ya sea de radio o medios más independientes, para mantenerlo así. Y después en Twitter, por supuesto, que tengo una lista de personajes públicos que comentan mucho de la política y de medios para... como para hacer una lista en general de lo que está pasando en el país y después comenzar a priorizar de cuántos temas me da tiempo a mí de llevar.

**-Entrevistadores:** ¿Y consulta directamente con alguna fuente en algún tema específico?

**-Entrevistada 2:** Sí, con el Ministerio de Comunicación lo hemos intentado varias veces, nunca hemos tenido respuesta. Entonces, se mantiene, hoy en día se mantiene más, y esto es algo muy lastimoso del periodismo de Costa Rica, y que se pone peor con cuantos medios más aparecen.

Pero entre más grande la institución, menos probable es que haya respuesta. Entonces, en algunos temas que sí son más grandes, pues igual sí se intenta hablar con los ministerios, cuestiones así, pero si no se puede, lo que hacemos es intentar buscar de lo que les dicen a otros medios, que es cuando vos ves como: “sí, el señor presidente reaccionó a esto ante Amelia Rueda, ante el Mundo CR, al Guardián le dijo esto en la entrevista, a Telediario le dijo esto”, como pues, ya que tal vez a nosotros no somos su primera línea de interés en entrevista, tomarlo de lo que les dicen a otros medios.

Ya de instituciones más pequeñas, o que sí son más personales en la respuesta, llámese Cruz Roja, por ejemplo, Bomberos, y así, si se tiene una comunicación más directa con ellos, porque contestan por WhatsApp, entonces sí se pueden hacer más consultas y obtener más respuestas, con los diputados también. Hemos intentado con el oficialismo, por ejemplo, sí

hubo respuesta, mentira, de una de ellas, de Pilar Cisneros nunca hubo respuesta, de Ada Acuña sí hubo respuesta, pero igual nunca se pudo concretar. Entonces, sí, con los diputados sí intentamos mantener un poco más la relación y la comunicación directa que ellos también lo deben.

**-Entrevistadores:** ¿Suele consultar bases de datos para avalar los distintos temas que se hablan sobre el presidente en general?

En alguna noticia respecto de la inseguridad o algo por el estilo. en esas situaciones, sí hemos verificado, por ejemplo, qué entiende el OIJ, cuáles son las cifras, como ese tipo de base de datos, sí se ha utilizado. Y también en temas económicos, creo, que, si hay alguna referencia de índices de inflación, o...

**-Entrevistada 2:** Sí, claro. INEC, Banco Mundial, OCDE también sacan muchos datos, OIJ que tiene esto abierto, el CEPIA, por ejemplo, que tiene una gran base de datos...

**-Entrevistado 1:** El año con la mayor cantidad de homicidios en récord o algo por el estilo, entonces, por supuesto, es ver cuál es la fuente, ese es el OIJ, qué están diciendo, cuánto están midiendo y demás.

La inflación bajó, la inflación interanual bajó. Ok, bueno, ¿a dónde están sacando ese dato? En ese sentido, la corroboración con bases de datos de ese estilo, creo que sí. A nivel ya como histórico e investigativo de nuestra parte, como propiciar datos, es donde creo que tal vez por recursos independientes nos cuesta un poco más y tenemos que respaldarnos más por lo que ya se dijo, o sea, literalmente ha salido de la boca del presidente en conferencias de prensa o demás, o lo que está diciendo la Asamblea por medio, de nuevo, de comisiones o los mismos diputados.

**-Entrevistadores:** ¿Existe algún protocolo en caso de tener que rectificar algún contenido que hayan expuesto en distintas secciones o han tenido la experiencia que les haya tocado hacer esto?

**-Entrevistada 2:** Estando yo, no se ha tenido que hacer, sobre todo porque no manejamos un contenido tan inmediato. ¿Verdad? No sacamos usualmente... o sea, nuestro objetivo como medio nunca va a ser el primer medio en sacar la noticia, sino ser el medio que explica mejor la noticia. Entonces, eso tiene sus pros y sus contras a nivel periodístico y creo que uno de estos pros que puedo mencionar es que, usualmente, cuando ya nosotros hablamos del tema,

como te digo, ya se revisaron diferentes medios, ya se revisaron diferentes documentos, diferentes datos y demás. Entonces, realmente, hoy en día, nunca nos ha pasado.

Lo que la Ley establece es que en el momento en que pase, si llegase a pasar, se tiene que hacer por medio... o sea, se tiene que hacer de la misma forma en la que se dijo, la comunicación o la información errónea. Entonces, si sucede en *'Welcome to Chepe'*, que se publica el domingo, entonces lo que habría que hacer es publicarlo al siguiente domingo, publicar en el mismo horario, con el mismo formato, con la misma intención, publicar que se cometió un error y que se dijo X, Y, que la información más bien era A, B.

No sé si anteriormente ha pasado, pero por lo menos en el caso en el que nosotros hemos estado, no ha sucedido. Creo que lo más que ha sucedido es un video que habíamos sacado Rodrigo Chaves, que bueno, la gente empezó a decir que se había sacado un poco de contexto, que a nuestro parecer se había publicado lo suficiente para estar en contexto el video. Lo que se hizo fue que a la siguiente semana dijimos, explicamos esto, que a nuestro parecer se había sacado bien el video por esto y esto, pero que les dejábamos el video completo, entonces para que la gente sacara sus propias conclusiones de si el video había dicho eso o no. Creo que es lo más cercano que hemos tenido en mi período en una rectificación.

**-Entrevistado 1:** Tuvimos una experiencia en el 2020, sí, como a mediados del 2020, Chaves no era presidente en ese entonces, antes de Chávez, del caso Aldesa, en el cual, el parafraseo que utilizamos de Aldesa, lo terminamos corrigiendo.

**-Entrevistadores:** Ahora más enfocado a la línea editorial ¿cuál cree que es el valor agregado del programa de que aparte de informar, se agrega el toque personal de la periodista?

**-Entrevistada 2:** Creo que a la hora de comentar un... primero a nivel de comunicación hace que el tema sea más cercano a las personas, es decir, si yo me paro al frente de la cámara y nada más digo: “esta Y, X es la noticia, muchas gracias” al final se vuelve en lo que todos los otros medios hacen, que no es que sea incorrecto, pero que ya existe y al final es lo que ha dejado que las personas jóvenes se dejen de informar, se aburran al respecto, al final lo haría un noticiero más que pueden ver todos los días a las 7 p.m., ¿verdad? Pero a nivel informativo inclusive creo que permite no decirle a la gente cómo pensar, sino que escuchen con datos una opinión informada.

Creo que es muy fácil pensar que la gente va a formar sus propias opiniones y va a tener su propio análisis si se considera que la persona es una persona que se mantiene informada de

manera diaria y que lee noticias y que sabe todo lo que está pasando, sin embargo, ese no es nuestro público por lo que igual a la hora de nosotros emitir un criterio intentamos dar como diferentes, o sea primero meter diferentes datos, intentar meter el ministro de Hacienda dijo esto mientras que los otros dijeron esto y esto es lo que nosotros sacamos de esto, entonces también crea un espacio, lo que a mí me parece, me gustaría pensar que sucede, es un espacio crítico, en el que vos ves los comentarios de *'Welcome To Chepe'*, bueno aunque hay algunos que solo son ofensivos, en general, hay unos que lo que buscan es discutir esto o estar de acuerdo con esta opinión, creo que lleva la conversación más allá de esto fue lo que pasó sino que ok esto fue lo que pasó y qué verdad, esto qué me genera, esto qué me importa, esto qué produce, esto etcétera.

**-Entrevistado 1:** Creo que precisamente eso, nosotros desde un principio, bueno y realmente no fui yo, creo que realmente la voz que definió más *'Welcome To Chepe'*, fueron Kenneth Baldí y Alejandro Mederas que fueron los dos que pionizaron el concepto, siempre habíamos conversado, teníamos un concepto similar anterior que se llamaba *'Lo Importante'*, en el cual un periodista que se llamaba Joel Álvarez fue el que lo encabezó durante casi un año, sobre el tema internacional de Costa Rica, pero la idea era seguir mucho los pasos de shows como *'The Daily Show'* con Jon Stewart o *'Last Week Tonight'* con John Oliver o youtubers como Philip DeFranco inclusive, en el cual, como dice Karol, se trata de traducir de una manera en la que todos hablamos, todos conversamos, todos decimos las cosas, pero no simplemente la información de un telediario.

Entonces creo que era un poco eso y con el tiempo pues agarra como el humor y la personalidad de cada persona que está atrás del escritorio, inclusive creo que puedes ver la diferencia entre si en algún momento lo hizo Kenneth, lo contó Karol, a mí me ha tocado hacerlo y cada segmento va a tener como un poco la opinión de cada persona y un poco el sentido del humor o la forma de escribir de cada uno.

**-Entrevistadores:** Y con Rodrigo Chaves como figura mediática en el país, ¿hay un tratamiento especial con las noticias alrededor de él que busque generar reacciones o un debate político en el país a partir de los contenidos de *'Welcome To Chepe'*?

**-Entrevistada 2:** No, yo diría que no, más bien si algo, si vieras nuestras reuniones de *'Welcome To Chepe'* usualmente más bien, intentamos hablar lo menos que se pueda de estos temas, y yo sé que no suena real porque al final todos los episodios terminamos hablando de

estos, pero ya cuando llevamos dos semanas hablando fuerte de eso, nosotros más bien decimos como, no, o sea, hay que cambiar de tema. Lo que pasa es que, de nuevo, al ser un medio pequeño, tenemos que priorizar los temas que afectan a nivel nacional, y no creo que el hecho de que Rodrigo Chaves sea una persona más mediática o que sea más llamativa por esta pelea de Chaves y anti-Chaves sea lo que lleva a que nosotros hablemos tanto de él, sino que son los temas que él discute o que él lleva a la mesa lo que hace que tengamos que hablar tanto de él. Al final sería exactamente lo mismo si esta figura que está tomando las decisiones que está tomando Chaves ahora, positivas o negativas, sería lo mismo si las hiciese Pancho Mora o si las hiciese María Quesada, ¿verdad?

O sea, al final, por lo menos a mí me gustaría pensar que no tenemos, no escogemos las noticias por el personaje, sino por el contenido de la noticia, que lastimosamente en un guion de siete, ocho páginas máximo, pues terminan siendo, sí, muy políticas y muy nacionales, pero, por ejemplo, puedes ver, o sea, yo entiendo que su análisis es de *'Welcome To Chepe'*, pero a nivel de medio creo que sirve ver, por ejemplo, el podcast, en el que la gran mayoría de noticias, más bien, no son de Rodrigo Chaves, porque tenemos más espacio para dar, yo doy tres noticias diarias, entonces tal vez una es de Chaves dos veces a la semana, lo que pasa es que esas noticias son las que tienen que entrar en *'Welcome to Chepe'*, porque son las que son relevantes para todo el público de Costa Rica.

**-Entrevistado 1:** Y yo ahí añadiría que tal vez el mejor ejemplo de esto es, previo a que entrara Rodrigo Chaves durante el gobierno de Carlos Alvarado, y por varios meses, casi que la figura prioritaria de *'Welcome To Chepe'* fue Daniel Salas, por ejemplo, que era por mucho la persona de la que más se hablaba en el país, era el gran tomador de decisiones, entonces realmente lo que Kenneth hablaba todo el día era: “mae, Daniel Salas cerró los negocios para el Día del Padre”, “mae, Daniel Salas dice que tenemos que poner la máscara”, “mae, Daniel Salas...”, y al final del día él era el tomador de decisiones, ¿verdad? Grande y ahora resulta que el protagonista de esa historia estos años ha sido más Chaves, pero sin duda el show se cambia y se mueve dependiendo de quién es la persona tomando esas decisiones importantes para todo el país.

**-Entrevistadores:** ¿Hasta qué punto es importante para ustedes tomar en cuenta los comentarios a la hora de crear los contenidos?

**-Entrevistada 2:** Yo siempre he hablado mucho de que un beneficio que tenemos en el periodismo de hoy en día, que tiene muchas cosas difíciles, tiene muchas cosas positivas, es que podemos estar ahí con la audiencia, podemos saber qué es lo que quieren escuchar, qué es lo que no quieren escuchar, qué es lo que les molesta. Lastimosamente, por ejemplo, ahora la gente nos dice mucho que hablamos demasiado de Chaves, que ya están hartos de escuchar de Chaves y demás, pero al final no es algo que podamos dejar de hablar, pero intentamos, por ejemplo, en base a eso, diversificar un poquito el contenido, es lo que hemos intentado hacer.

A veces igual hay comentarios muy positivos, muy positivos aunque tengan un fondo negativo, en el sentido que pueden ser críticas constructivas que al final a mí me gusta mucho tomar, vengan desde un lugar negativo o positivo o hay temas que a veces como ay les faltó hablar de este tema, por ejemplo, por qué no hablan de esto Y aunque a mí no me parezca relevante, entonces, sí, yo lo puedo hablar porque es un tema que al final se está hablando en nuestro público y que también, no sé, creo que tiene que ser un balance entre que yo tengo que informar lo que yo de manera periodística creo que es lo más importante, pero también entre lo que mi público al final quiere escuchar.

Hace un tiempo hice un editorial hablando un poco más de contenido gracioso, pero al final se tienen que hacer contenidos para que todo el mundo se quiera informar. Entonces, eso viene mucho de comentarios también, como te decía, algunos temas que a mí no me parecen tan 100% relevantes, pero que nuestro público está pidiendo y que está criticando, que no tenemos ahí, bueno, le hacemos un contenido de estos. Creo que, como lo podría resumir, es que los comentarios nos podrían agregar contenido, pero nunca quitarlo, nunca evitar que hablemos de algún tema.

**-Entrevistadores:** Con *'Welcome To Chepe'*, ¿cómo es ese proceso de producción? ¿Cuánto tardan en todo ese proceso de recolectar la información, de las fuentes, revisar los medios, luego el proceso de grabar y editar?

**-Entrevistado 1:** Bueno, Karol te puede contar de la parte editorial, digamos, como más de escribir, pero en general es hasta el último minuto. Básicamente se graba los jueves, cierra el guion alrededor del mediodía, 11 de la mañana, depende un poquito de qué esté pasando.

Ha pasado un par de veces que tenemos que regrabar porque pasó algo y por la frecuencia y la forma de este gobierno trabajar, nos resulta conveniente los jueves, porque los miércoles

siempre lo conferencia de prensa y anuncian todas las varas grandes. A veces termina pasando, al OIJ les gusta llamar los viernes, no sé por qué, entonces como que nos faltan algunas varas los viernes, pero casi siempre se termina todo el jueves, y apenas se cierra el guion, se pasa a postproducción, y postproducción empieza a editar, y se va terminando el episodio completo, como viernes en la noche, se sube a YouTube en algún momento, Natalie en su horario nocturno de edición, a preferencia de ella, lo termina subiendo y nosotros del lado de Lauren y mío, nos encargamos de todo lo que es el posteo y ahí es donde se manejan como los toneos. el título, verdad, todo para volverlo más amigable para YouTube, que eso es como toda otra parte, pero sí, es como, bueno, como te explicó Karol ya va viendo los temas día a día y cerramos el guion jueves antes de grabar, apenas, esperando que no pase nada más, y podamos cubrir absolutamente todo. La grabación... ¿qué durás ahora Karol? ¿Media hora?

**-Entrevistada 2:** Sí, como 30 minutos.

**-Entrevistadores:** A nivel narrativo, ¿usted va dando indicaciones con respecto a inserciones, contenido humorístico y demás que haya que colocar o cómo es la metodología?

Respuesta:

**-Entrevistada 2:** Voy a ser bien honesta, a nivel periodístico, digamos que yo agrego la mayoría, Pietro también agrega, pero digamos que a nivel periodístico, yo agrego la mayoría, yo voy escribiendo mi guion, bueno, mi editora y yo tenemos ya como una forma de ponerlo en el guion, de manera que sea inserción, o de manera que sea como “*overlay*”, lo que yo estoy hablando, o que ponga, que escriba el texto, y así, pues ya tenemos toda esa ciencia, entonces, yo usualmente soy la que agrego la parte periodística, es decir, que es lo que, las partes donde uno ve, es que yo digo como, esto fue lo que dijo Chaves dos puntos y viene el video, esas partes las agrego yo, también las fotos de los diputados o figuras públicas importantes, las agrego yo, las noticias, esta parte la agrego yo.

Yo intento, somos un equipo, yo intento hacer algunas partes graciosas, pero yo en cultura pop tengo cero conocimiento, entonces, ahí es donde entra mayormente, digamos que el equipo, pero en una gran mayoría, por cuestiones como de orden, de que no todos podemos ver el guion, lo agrega Pietro, que es el que ya agrega como la parte de, bueno, algunos videos igual periodísticos, pero digamos que Pietro en su mayoría agrega esta parte como de memes, la parte graciosa, la parte de videos no relacionados, digamos, de alguna parte de una película,

de una serie y demás, esa parte usualmente, es decir, la agrega Pietro después de, o mientras está leyendo el guion, ese es su área de “*expertise*”.

**-Entrevistadores:** ¿Hay momentos donde ustedes se permiten salirse del guion?

Respuesta

**-Entrevistada 2:** Creo que, o sea, ya hoy en día, después de un año y medio de hacer el guion, ya yo cuando lo estoy leyendo, yo misma voy agregando las bromas, ¿verdad? Yo creo que antes era más difícil y yo iba hablando en el video y yo... pude haber dicho eso, pero, yo ahorita ya hago el guion pensando en cómo lo voy a decir y qué voy a decir, en el guion vos ves inclusive como emojis, por ejemplo, o cuestiones así, que me guíen a mí a decirlo como ya a mí se me vino a la cabeza inicialmente.

Hay algunas partes que podrían ser improvisadas, tal vez todavía cuando estoy grabando... y digo: “ ¡uy!, aquí pude haber agregado algo”, entonces nada más lo digo en el momento, pero ya el guion ya lo tengo tan mentalizado en cómo lo voy a decir, cómo lo voy a hacer, que el guion ya viene muy incluido con el tono que vamos a tener, en la cara que voy a hacer, en la broma que voy a decir, todo porque muchas veces se complementa con algún video que yo haya puesto.

**-Entrevistado 1:** Si creo que también hay algo ahí en lo que te decimos que grabamos casi inmediatamente después de cerrar el guion, entonces esa improvisación como que surge en las leídas del guion o cuando estamos terminando como que mae veíamos algo y yo como ah mae sabes qué sería vacilón o sabes qué sería gracioso, entonces como que la improvisación surge en esa inmediatez de se cierra el guion y se graba como a los cinco minutos de que se cerró el guion, entonces como que tal vez ahí es donde más se mide.

**-Entrevistadores:** ¿Por qué en primera instancia se apostó que ‘*Welcome To Chepe*’ fuera en video y no en otro formato?

**-Entrevistado 1:** Mae todo No Pasa Nada como objeto, es video primero. El punto de la empresa es ser un medio digital principalmente visual, eso por, bueno, primero mi “*expertise*”, yo estudié cine, entonces ahí es donde está tal vez como la obiedad más grande. Y segundo, porque hace cinco años fue donde pensé y me atrevo a decir, medio aposté bien, era donde iban toda la atención de las personas, hacia video, video, video. Después de empezar, TikTok se reforzó bueno, ‘*IGTV*’ pasó a ‘*Reels*’, YouTube tomó una fuerza monumental, la pandemia, todo el mundo se puso a ver videos y creo que sí, fue la decisión

correcta. Pero *'Welcome To Chepe'* nace en video porque previo a *'Welcome to Chepe'* ya todo No Pasa Nada era vídeo.

**-Entrevistadores:** ¿Por qué ustedes creen que conectan con la audiencia?

**-Entrevistada 2:** Bueno, de mi lado, yo creo que, primero lastimosamente tiene que ver mucho con la edad y no resulta algo 100% positivo, pero es en que la gente que no se quiere informar y es nuestro público meta, son personas que tienen alrededor de nuestra edad. Entonces, por un lado, se sienten reconocidos o se sienten escuchados, se sienten como presentes, escuchando a una persona como similar a su edad hablando de estos temas, creo que hace sentir como que sí hay un espacio para ellos. También, desde el otro lado, yo vengo de otra carrera, antes de comunicación, que estuve muchos años y que era una carrera en la que uno se metía de lleno, hay carreras que si vos vas a Ciencias Políticas probablemente están super enterados de las noticias, inclusive Administración van a estar enterados de las noticias, yo vengo de medicina en donde se vive un espacio demasiado cerrado en el que no importa nada afuera de Medicina, por la naturaleza de la carrera y porque al final son temas que se sienten muy ajenos a la política, por ejemplo.

Entonces, yo creo que eso a mí me ha permitido mucho ver qué es lo que a la gente le interesa y qué es lo que a la gente no le interesa, que de nuevo nuestro público son estas personas que no se quieren informar, que no sienten que tienen un espacio para saber qué está pasando en el país, sino que literalmente viven en redes sociales, tal vez tienen cierto interés, pero aun cuando los medios de comunicación hoy en día tienen páginas en redes sociales, no son páginas o no son medios hechos para redes sociales, lo cual devuelve una tarea, informarse. Creo que lo que nosotros hemos intentado hacer y creo que hacer es que no se sienta como una tarea más el informarse, sino que bueno, es una parte de responsabilidad ciudadana, pero de igual forma me entretiene mientras me están informando. Váyase a *'Welcome To Chepe'*, que sí es full noticias, pero que se intenta meter chistes, se intenta meter sarcasmo, se intenta meter un lenguaje más cercano a estas generaciones o por redes sociales que se intenta inclusive hacer vídeos como graciosos ¿verdad? Como más *"trends"* que es lo que se ha estado haciendo últimamente o vídeos más con noticias como interesantes, que somos el país más amigable del mundo, que bueno es algo más fácil de digerir que noticias para entonces meter ahí en medio noticias y que la gente pues tal vez de manera medio obligatoria escuche algunas de las cosas importantes del país, pero con contenido conocido para ellos, estos

videos hablando, estos sketches y demás, y no tener que sentarse a leer, que lastimosamente a la gente no le gusta más hacer.

**-Entrevistado 1:** Sí mae. Yo creo que lo expusiste muy bien Karol, todo eso, y creo que a nivel de empresa el enfoque ha sido crear un medio, más allá de un proyecto audiovisual independiente o un solo canal de comunicación de información, la marca de la empresa ha sido muy importante desarrollar desde que iniciamos en el 2019, con modelos a seguir muy claros de referencias que nos gustaban en Estados Unidos, desde perspectivas de marcas exitosas, haciendo análisis empresarial, eso es mucho el enfoque que tenemos, entonces siempre estamos buscando cuál es la mejor forma de llegar al público que le queremos llegar, no solo por la calidad del tipo de información, sino en el cómo le vamos a llegar, qué estamos haciendo, cambiando el formato, distanciándonos de los más, cada vez que sentimos que alguien está copiándonos o haciendo algo similar, ¡boom!, brincamos a hacer algo totalmente diferente y que sea más difícil de copiar, sea más difícil de llegar nosotros.

Entonces, eso es un poco, o sea, creo que es, pensamos muy activamente desde todos los lados de la empresa, cómo diseñar un producto para que logre esa conexión que vos estás hablando, o sea, no es tanto por coincidencia o por formato específico, sino porque hay un diseño muy pensado, te diría que semanal, mensualmente, de cómo lograr eso, analizando diferentes medios internacionales, analizando flujos de información, analizando tendencias, analizando temáticas y formatos que están funcionando afuera, principalmente para poder jalarlos y tratar nosotros de utilizarlos acá.

**-Entrevistada 2:** Y creo que hay algo que hemos mencionado mucho y es la poca cantidad de personas que tenemos, que no tenemos una persona para un subárea de Costa Rica y otro de economía, digamos, y otro de política y otro de demás, pero creo que algo positivo es que, al final, al ser un equipo tan pequeño, hacer cambios es muy fácil, o sea, adaptarnos es muy fácil, no necesitamos mandarlo de aquí al departamento y después elevarlo a aquel departamento y después hacer una directriz, y después lo que sea. O sea, decidimos hacer “trends” de TikTok hace tres semanas y solo fue como... hagamos uno y hagámoslo.

Y ya, creo que tenemos esa facilidad para ver algo positivo en el equipo pequeño, esa facilidad de adaptarnos a cómo se mueven las redes sociales, que se mueven de manera fugaz todas las semanas, es algo diferente.

**\*Observaciones y despedida\***

## Anexo 9. Entrevista semiestructurada 2: D.

**-Entrevistadores:** Sabemos que usted está a cargo del espacio '*DaWik*'. En términos generales, ¿cómo definiría su rutina de trabajo para recopilar la información que luego presenta en los podcasts?

**-Entrevistado:** La definiría como retadora y ocupada. Es un trabajo constante de estar al tanto de lo que sucede en el país en los temas que cubrimos en '*DaWik*'.

**-Entrevistadores:** ¿Realiza este trabajo con la ayuda de colaboradores o la labor recae completamente sobre usted?

**-Entrevistado:** Hasta hace poco era solo yo. Un par de meses atrás una amiga mía me edita el podcast y otro colega periodista recopila alguna información para el guion final que monto yo. La grabación y edición de los videos sí la hago yo solo.

**-Entrevistadores:** ¿A qué tipos de fuentes suelen acudir cuando tratan información relacionada con el presidente Rodrigo Chaves?

**-Entrevistado:** Generalmente me entero de información por los comunicados de prensa, conferencias, declaraciones que él da, etc. También de vez en cuando veo noticias en otros medios y doy el respecto crédito cuando es así.

**-Entrevistadores:** ¿Corroboras la información brindada con dos o más fuentes?

**-Entrevistado:** Siempre.

**-Entrevistadores:** ¿Su metodología de trabajo consiste en esperar a que la información se confirme antes de crear los contenidos, o prefieren buscar inmediatez utilizando fuentes cercanas?

**-Entrevistado:** La mayoría del tiempo espero a que la información se confirme, ya que '*DaWik*' no está metido en el "mercado" de la inmediatez, sino en el de tomarse el tiempo para explicar con calma lo que sucede. Ha habido momentos -pocos- en los que sí me pongo yo a confirmar la información antes que otros medios.

**-Entrevistadores:** ¿Con qué frecuencia realizan trabajo de campo, como entrevistas o consultas a fuentes relacionadas con las informaciones sobre el presidente Rodrigo Chaves?

**-Entrevistado:** Trabajo de campo tipo salir de mi casa e ir a buscar entrevistas, nunca; pero llamar por teléfono, conseguir audios, etc., eso lo hago muy seguido.

**-Entrevistadores:** ¿Forma parte de grupos de prensa o canales de comunicación donde se proporciona información sobre el trabajo del presidente?

**-Entrevistado:** Sí.

**-Entrevistadores:** ¿Tienen una fuente de confianza estable o esta cambia dependiendo de la noticia?

**-Entrevistado:** Depende mucho de la noticia. Tengo más fuentes dentro de la Asamblea que dentro de Presidencia.

**-Entrevistadores:** ¿A cuáles medios de comunicación acude para recopilar la información relacionada al presidente Chaves que es publicada en los podcasts de 'DaWik'?

**-Entrevistado:** La Nación, Semanario Universidad, CRHoy, AR.com, entre otros.

**-Entrevistadores:** De los medios de comunicación que mencionó anteriormente, ¿por qué elige específicamente esos medios como fuentes de información?

**-Entrevistado:** Porque creo que en términos generales hacen un trabajo decente, serio, responsable.

**-Entrevistadores:** ¿Han tenido alguna experiencia negativa con la información recolectada de una fuente específica?

**-Entrevistado:** No, realmente no.

**-Entrevistadores:** ¿El tratamiento periodístico se basa en información previamente tratada por medios nacionales o en fuentes primarias, como conferencias de prensa, comunicados del gobierno o comunicaciones personales?

**-Entrevistado:** Casi todas fuentes primarias, y algunas otras veces de otros medios.

**-Entrevistadores:** ¿Qué bases de datos o fuentes documentales utilizan para preparar los contenidos?

**-Entrevistado:** Muchos estudios (OCDE, Agencias ONU, INEC, Servicios Técnicos Asamblea, etc.)

**-Entrevistadores:** ¿Cómo evalúan la confiabilidad de una página o fuente recurrida sobre otra?

**-Entrevistado:** Yo tengo mucha desconfianza de los datos que uno se encuentra en redes u otros medios, entonces generalmente busco confirmar si el dato es real yendo a la fuente directa (un estudio, un comunicado, una persona experta).

**-Entrevistadores:** ¿Cuentan con algún procedimiento o manual para la recolección de información?

**-Entrevistado:** Realmente no.

**-Entrevistadores:** ¿Tiene contacto directo con otros medios de comunicación nacionales para proveer o recolectar información?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** Cuando habla de una información específica que hace referencia al presidente, ¿qué tipo de fuentes documentales o bases de datos suelen consultar?

**-Entrevistado:** Depende del tema pido yo mismo información a presidencia (sic), entonces uso la respuesta que me dan. En otras ocasiones cuando se trata de desmentir algo que el Presidente (sic) dijo, recorro a estudios, datos, proyectos de ley, servicios técnicos de la Asamblea, etc.

**-Entrevistadores:** ¿El manejo de las fuentes de información sobre el presidente Rodrigo Chaves es diferente al de otras informaciones?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** ¿Qué elementos de verificación emplea para tratar las informaciones?

**-Entrevistado:** Realmente ninguno más allá de leer lo que dicen los informes o los estudios y contrastarlas con las declaraciones dadas por alguna autoridad.

**-Entrevistadores:** Para cada noticia relacionada con el presidente Rodrigo Chaves, ¿utiliza varios instrumentos de verificación o solo uno?

**-Entrevistado:** No uso ninguno específico.

**-Entrevistadores:** ¿Tienen algún procedimiento o manual que marque los pasos para verificar la información?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** ¿Cuál es el proceso para determinar qué información se expondrá en los podcasts y cuál será descartada?

**-Entrevistado:** Lo primero es que sea de los temas que cubrimos en el podcast (política, economía, derechos humanos, Asamblea, ambiente, educación, desempleo, etc.). Luego respondo a la pregunta de si es de interés público. Luego reviso si puedo explicar bien el tema (es vital para mí entenderlo bien antes para así poder explicarlo bien) y eso tiene que ver con el tiempo que tengo esa semana -no me dedico a esto a tiempo completo- para poder hablar con fuentes, escuchar personas que saben más que yo, etc.

**-Entrevistadores:** ¿Existe un protocolo en caso de tener que rectificar contenidos que contengan información imprecisa?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** ¿Qué tipo de seguimiento se les da a las noticias luego de ser publicadas en las plataformas digitales?

**-Entrevistado:** No mucho, la verdad.

**-Entrevistadores:** En *'DaWik'*, además de brindar información, usted también opina sobre algunos temas relacionados al presidente. ¿Cuál es el valor agregado de emitir un criterio, además de informar?

**-Entrevistado:** Creo que noticieros que juegan de neutrales hay muchos, noticias meramente informativas hay en todo lado. El valor agregado de dar mi opinión es crear debate, formar conversaciones, que la gente discuta sobre lo que yo digo o no digo y sobre la información que doy. El periodismo de opinión siempre ha sido mi preferido y creo que hay riqueza cuando escuchamos las opiniones de los demás y las discutimos.

**-Entrevistadores:** Cuando opina sobre el trabajo del presidente Chaves, ¿qué elementos considera para emitir su criterio?

**-Entrevistado:** Me importa mucho siempre tener la mayor cantidad de información sobre X o Y tema para emitir mi opinión; si no termino de entender un tema o si la verdad de dicho tema aún no la he logrado obtener, tiendo a no opinar.

**-Entrevistadores:** ¿El encuadre de las noticias sobre Rodrigo Chaves tiene un tratamiento especial para generar reacciones en las personas o en el debate político del país?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** Como director del medio y encargado de producir los contenidos, ¿hasta qué punto se permite opinar sobre temas relacionados con el presidente?

**-Entrevistado:** Opino sobre todo lo que quiera emitir una opinión y sobre lo que tenga la suficiente información para hacerlo de forma responsable.

**-Entrevistadores:** ¿Ha aplicado autocensura en algún momento al opinar sobre temas relacionados con el presidente Chaves?

**-Entrevistado:** No.

**-Entrevistadores:** ¿Los comentarios u opiniones de la audiencia tienen influencia en la forma en como crea los contenidos?

**-Entrevistado:** Algunas veces, sí.

**-Entrevistadores:** ¿Cree que parte del éxito del medio se debe a que se aleja de la línea "tradicional" del periodismo al permitirse opinar?

**-Entrevistado:** Sin duda.

**-Entrevistadores:** En entrevista con el diario La Nación, usted comentó que se encargará de escribir el guion, editar y publicar los programas de La Hora Tica ¿Cómo es el proceso de edición de los contenidos?

**-Entrevistado:** Largo jaja (sic), principalmente porque debo pensar -editando videos (sic) por ejemplo- en cómo mantener la atención de la gente, ya que ahora TikTok e *IG Reels* le exigen a uno mucho dinamismo a la hora de hacer los videos y han cambiado la capacidad de la gente de poner atención por largos períodos de tiempo, entonces eso hace que la edición deba ser dinámica y atrayente para quien ve el video.

**-Entrevistadores:** ¿Qué tanto se permite en cuanto a libertad creativa en la edición del programa, especialmente cuando trata información sobre el presidente Chaves?

**-Entrevistado:** Total libertad. Hago lo que quiero y lo que se me ocurra que puede ser chiva hacer.

**-Entrevistadores:** ¿Cuál es la metodología de trabajo para publicar los contenidos en las plataformas?

**-Entrevistado:** No tengo una establecida, pero generalmente publico un video por día como desde viernes hasta lunes; luego de eso lo que vaya saliendo lo voy publicando.

**-Entrevistadores:** ¿Cuánto tiempo se demora en producir el programa hasta que se publica en las plataformas?

**-Entrevistado:** Si contamos todo desde la búsqueda de información, la redacción del guion, grabar y editar, podríamos decir que toma unas...13 horas.

**-Entrevistadores:** La Hora Tica ha apostado por hacer contenido en formatos de audio y video. Sin embargo, en el caso concreto de *'DaWik'*, ¿por qué ha optado por el formato de audio? ¿Qué considera que hace funcionar este formato para su audiencia?

**-Entrevistado:** La posibilidad de explicar con calma los temas; mi apuesta fue el podcast como forma emergente de informarse (sic) ya que permite hacer otras cosas mientras lo escuchamos (ejercicio, cocinar, trabajar, bañarse, etc.) entonces eso me permite ingresar a la rutina de las personas.

**-Entrevistadores:** ¿El uso de determinados audios humorísticos forma parte del mensaje que desea transmitir? ¿Considera que su uso es parte esencial del programa?

**-Entrevistado:** Sí y sí. LHT siempre ha intentado meter algún elemento de humor en sus contenidos, a veces lo hacemos bien y otras no tanto jaja (sic) pero siempre ha estado.

**-Entrevistadores:** Como director de La Hora Tica, ¿cuál cree que sea la clave del éxito de 'DaWik' y el medio en general?

**-Entrevistado:** La honestidad con la audiencia sin duda es uno de esos elementos; creo que otro es el tipo de lenguaje que utilizamos, el cual es cercano y entendible para la gente; y otro es que nos hemos adaptado a la forma en que la gente consume contenido.

***\*Observaciones y despedida\****

### **Anexo 10. Entrevista semiestructurada 3: J.**

**-Entrevistadores:** Joseph, usted que pasó de un medio tradicional como era Canal 6 a dedicarse a crear contenido ¿por qué se cree que ahora los periodistas están apostando por hacer ese tipo de salto de crear ya medios que funcionan en las redes sociales y en plataformas digitales? Por ejemplo, en su caso, que es solo un canal de YouTube y no, digamos, un canal o un medio con una página web, sino algo ya más centrado en redes.

**-Entrevistado:** El punto, yo creo, central creo que es el poder hacer con el tiempo de uno lo que uno desee, porque al final, como es nuestro propio medio o nuestro propio canal, por decirlo de alguna manera, o nuestra propia red donde se está monetizando, que eso también es importante, uno no se va si nos va a monetizar, ¿verdad? No respiramos, no vivimos de gratis. Creo que el control del tiempo es un tema fundamental, principalmente en medios grandes, yo que estuve trabajando para dos de manera simultánea, que era monumental, y Repretel la exigencia, o no la exigencia, la demanda de tiempo que necesitan esos medios es alta, entonces por ahí puede ir. El tema de decidir cuándo y cómo, principalmente porque también el cómo es fundamental, las restricciones que se pueden tener para crear contenidos, es totalmente distinto a un medio, a ya uno propio, uno decide cómo hacerlo y cuánto tiempo dura hacerlo. En un medio tradicional eso cuesta mucho, teniendo en cuenta que somos varios compañeros, que el tiempo se tiene que repartir, en el caso mío, de un canal con los editores, y que no todos podemos hacer todo al mismo tiempo. Entonces, yo considero que el punto fundamental es lo del tiempo, y el marcar ciertas diferencias.

**-Entrevistadores:** Si nos pudiera explicar ¿por qué cada vez más este tipo de proyectos en redes sociales; ¿están pegando, están teniendo éxito, están dando frutos para quienes toman este camino?

**-Entrevistado:** Yo creo que el punto principal, bueno, antes de contestarle, creo que todos los temas pueden ser relevantes, lo que pasa es que no todos los temas los periodistas los hacen relevantes. Ahí puede haber un punto primordial, fundamental.

¿A qué voy? Yo, en el caso de La Hora..., ¿cómo era?... La Hora... La Hora Tica. Yo he visto productos que, a mí, que no soy un fiel seguidor del tema político, me llama la atención por cómo lo explica o cómo lo contextualiza. Y eso es un punto fundamental, porque a veces los temas parecen aburridos, pero es porque el contexto no lo tenemos claro, no lo entendemos, entonces, al final, quedamos desinformados porque no entendemos a profundidad. Pero el

punto fundamental es ese, el tema del contexto, de volver el tema relevante y el cómo hacerlo, el diferenciarse, es primordial en este tipo de contenidos y creo que ese es el auge.

Que ha encontrado nichos o personas que dicen, mira, está pasando algo político, pero voy a este medio porque éste me lo explica como a mí me gusta. A veces caemos en temas, igual, vuelvo a lo mismo, por temas de tiempo, no se puede durar tres horas haciendo una nota porque hay muchos compañeros, sino que hay que ir maximizando recursos y demás, entonces no se puede llegar a tanta profundidad. Pero en ese tipo de medios nuevos que se están creando, la profundidad es hasta donde la persona desee y el tiempo que la persona desee.

Entonces, yo creo que el trabajo se vuelve más, podemos decir, en unos puntos más entretenido, en otros puntos más profundo y en otros puntos puede acumular hasta las dos facetas.

**-Entrevistadores:** Usted decía algo interesante que es el tema de que la gente siente como cierta conexión con este tipo de formatos. Podemos ir ya a lo que son figuras del entretenimiento, por ejemplo, ‘streamers’ o creadores de contenidos, la gente siente una cierta cercanía. ¿Qué tan importante y relevante es esto para estos proyectos?

**-Entrevistado:** Es fundamental. Todas las personas tienen una personalidad y quizás uno puede hacer clic con esa personalidad e incluso aunque sea totalmente contraria como uno es.

Voy a poner dos ejemplos: “El Xokas”, como creador de contenidos es totalmente..., se revela ante el mundo, perdón la palabra, putea a todo el mundo, pero es el estilo de él y eso lo vuelve a él entretenido. Aunque uno no sea como él, a mi concepto lo vuelve entretenido. Él es un tema de entretenimiento totalmente y después ya vienen otros creadores de contenido que, por la forma de hacerlo, la forma de explicarlo, la forma de interpretarlo, de locutar, de la creatividad; eso hace la conexión con las personas. Por ejemplo, yo tengo canales de YouTube que yo lo sigo porque me encanta cómo crean el contenido y a veces es sólo entretenimiento. Entonces ahí está el punto, el cómo crean el contenido de lo que genera la conexión.

No importa si es un rebelde, no importa si es totalmente educado, no importa si lo que hace es la edición magnífica, todo. Hay muchos puntos de cómo hacerle clic a la audiencia y eso es lo que los creadores deben de buscar. Por ejemplo, en mi caso, cuando yo hago un..., no

es un tipo de sección de detalles ocultos, que agarro una foto y me hago el zoom y veo la cara del niño totalmente sorprendido, eso a mí son los contenidos que más me explota, por decirlo de alguna manera, o detalles que no se ven en una jugada, ¿verdad? La resalto, le hago zoom, cosas de ese tipo, es lo que a mí más me funciona. Entonces uno va encontrando como que sí, que no, yo apenas veo una foto donde puedo hacer eso, la guardo y yo sé que ya es un contenido propio.

Entonces los creadores de contenido saben qué funciona y por eso es por lo que lo vuelven a replicar, lo vuelven a replicar y lo vuelven a replicar con distintos temas.

**-Entrevistadores:** En una entrevista que le hicieron a Tano (Gaetano Pandolfo) él decía - palabras más, palabras menos- que el periodismo estaba en horas bajas, en decadencia. Sin embargo, ¿por qué particularmente estos nuevos medios pegan con las nuevas audiencias o estos creadores de contenido incluso a veces son preferidos por el público antes de informarse, no sé, en algún periódico determinado o medio de comunicación ya establecido?

*Se muestra en pantalla un video de No Pasa Nada donde se utiliza un lenguaje coloquial en uno de sus contenidos*

**-Entrevistado:** Hay un punto importante que quizás suele la audiencia confundir, que es que no todos los que crean contenido son periodistas. A partir de ese punto, quizás ahí donde venga el problema donde se dice que está en decadencia, pero es que creo que las dos personas que me presentaron no sé si serán periodistas. No sé, me genera duda, ¿verdad? Entonces habría que entrar en eso, porque hay muchos creadores de contenido que no son periodistas y dan temas informativos, y lo hacen de tema entretenimiento, porque tienen la facilidad. Entonces, a partir de ahí tenemos que hacer un balance quién es sí, quién es no, para hablar de decadencia.

Yo no hablaría de decadencia, yo hablaría de actualización. Yo recibí clases de periodismo, ahora que estoy dando clases en la UIA, recibí clases de periodismo donde a mí me enseñaron en 2009 todo el tema del formalismo. Yo hoy, dando una misma materia que yo recibí en 2009, yo no puedo ir a ese mismo formalismo. Estaría retrocediendo 14 años en actualización del periodismo a nivel actual. Cuando yo inicié, Facebook estaba, era un bebé en tema, en el país, en temas de información. Twitter era un bebé en temas de información. Todo era un

bebé en temas de información. 14 años después, yo no puedo enseñar lo mismo que me enseñaron a mí hace 14 años, 15 años. No puedo, porque todo ha evolucionado.

El tema ahora del *SEO*, el tema de las palabras claves, el tema de los adjetivos en los títulos para hacer los llamativos, el tema de..., no es sensacionalismo, pero si usted estaba en la clase y yo les decía, tenemos que rozarlo porque hay que incitar el clic. Todos esos temas juegan hoy en día. Si usted no incita el clic, usted ya está en desventaja ante quienes sí lo incitan. Y con el mismo tema, yo lo explicaba en la clase de Periodismo de Internet, entonces son situaciones que yo no puedo enseñar lo mismo de hace 14 años, 15 años, porque no es así. El periodismo ha recontra evolucionado. Quizás, estos últimos 15 años es la faceta de más evolución del periodismo en cuanto a herramientas para utilizar. Entonces, no diría que está en decadencia, diría que se está transformando y que en algún punto va a llegar a ya estabilizarse de cierta manera, teniendo en cuenta las herramientas que se están utilizando.

**-Entrevistadores:** Usted hablaba de evolución. Desde una perspectiva puramente periodística, ¿cree que esta transformación se ha convertido en una herramienta positiva para los nuevos medios y también para aquellos medios tradicionales que se están integrando a esa evolución?

**-Entrevistado:** A ver, yo no considero que algo esté malo o bueno, es solamente diferente. ¿Qué pasa? Que todos tienen un nicho. Si a esta muchacha eso no le funcionara, ya lo hubiera dejado de hacer. ¿Y por qué no sigue haciendo? Porque le funciona. Me imagino que le deben funcionar. Y las palabras si las utiliza, si es por entretenimiento, un punto. La política a muchos nos parece aburrida, a muchos, pero si la política a alguien la vuelve entretenida, es un éxito. Y ella lo puede haber logrado. Y el otro compañero del otro programa lo puede haber logrado. Ellos están logrando. Porque si no funcionara, no seguirían haciendo ese tipo de contenido. Eso es claro. ¿Para qué malgastar su tiempo? Si no estuvieran monetizando, no lo harían. Si nadie los ve, no lo harían. ¿Y por qué siguen haciéndolo?

Es que a veces las personas se cuestionan: “no, es que es muy chabacano, esas palabras no me gustan” pero ¿y si funciona? O sea, por poner palabras soeces o como usted lo quiera llamar, no le está haciendo daño a una persona. Si a usted no le gusta nada más, no lo vea. Pero hay gente que sí lo ve. Y ese es el tema que algunas personas no entienden y se enojan. No tienen por qué enojarse. Si tienen mil páginas de internet, ¿por qué se van a la que lo enojan? Eligen la otra. Para todos hay contenido. Si a ellos les funciona, pues bien. No es un

periodismo malo, nada más es un periodismo diferente. O un periodismo con entretenimiento, que hoy en día es fundamental. Hoy se lucha ante millones de entretenimientos: ante plataformas de “*streaming*”, ante videojuegos, ante películas, ante series, ante lo que usted quiera. Y si un tema que a usted le llama la atención como periodista y lo vuelve entretenido y tiene que usar esas palabras, ¿qué haría usted? ¿Sigue ganando dinero o para? Yo creo que la línea es muy delgada. La gente va a criticar, aunque usted haga la Santa Cena de nuevo. Pero todos van a tener un público, todos tienen un público, todos tienen un nicho. Y si a ella le funciona o a él le funciona, que sigan con eso. Si alguien critica, pues no lo vean. Pero eso es muy complicado. Las críticas van a existir siempre.

**-Entrevistadores:** Hablando de el tema de las críticas, tengo un video en el que ellos hablan sobre este tema para ilustrarlo, y que Joseph lo pueda ver.

*Se muestra video de No Pasa Nada en el que la presentadora habla de las críticas o comentarios negativos que reciben en sus contenidos*

**-Entrevistado:** Viendo lo que hace, viendo lo que hace, encontró un formato que la gente le gusta y a ella le apasiona, me parece, le gusta mucho la política y le apasiona. Y si usted hace algo, si encuentra un formato de éxito y le apasiona, usted ya tiene el número ganador. O sea, la diferencia, la diferencia..., esto no lo se puede hacer en televisión nacional, así de claro; no se puede hacer, sería imposible, pero las redes sociales, la actualización, la globalización lo permite. Y si a ella la ven, tiene un mercado de éxito que ella lo colonizó, lo inició a su manera, ¿verdad? Y eso es importante, porque el diferenciarse es lo que marca el ritmo de la actualidad. Si usted no se diferencia, pueden verlo en cualquiera. Y si se lo topó a usted, no verán, pero el punto es que, si se lo topó a usted, le dicen: “mirá, es diferente”, “mirá, es entretenido”, “mirá, algo pasa distinto”, ahí usted ya ganó uno, y después se le apareció otro, ganó dos, y así. Si esos vídeos no marcaran diferencia de alguna manera, como sea, con el estilo chabacano vulgar, como lo quieran llamar, pasaría desapercibido, pero no está pasando desapercibido y está teniendo éxito de cierta manera. Es como qué es bueno, qué es malo, es un tema muy subjetivo, al final son sólo gustos ¡y para gustos colores!

**-Entrevistadores:** En el tema de los títulos, porque incluso entre estos dos medios, hay ciertas diferencias. Le vamos a enseñar algunas capturas de pantalla con los títulos de los contenidos para que nos comente las ventajas, las desventajas que ve entre ambos, y el

impacto y hablar de su experiencia, ¿qué tan importante es el título a la hora de llamar la atención con su proyecto?

*Se muestra en pantalla una captura de pantalla con la miniatura y título del video de No Pasa Nada: “¡Corrupción! Rodrigo Chaves Y La ONU. Mediocridad En Tren Y Más... | Welcome to Chepe”*

**-Entrevistado:** Aquí lo clave en este que estoy viendo, la miniatura, “peor es nada”, digamos, vamos a ver, ella es un nicho muy tico. Si fuera muy internacional, la gente no entendería la foto del presidente. Nosotros, como ticos, entendemos. Entonces, ahí ya uno va entendiendo que el nicho es tico 100%, verdad, aunque en el título diga Rodrigo Chaves, por ejemplo, un peruano ve esto y no lo va a entender. Pero los títulos cambian, ¿verdad?

El tema de palabras claves, devuélvase un toque a la anterior... Palabras claves o palabras que generen algún impacto. “Corrupción”, eso es excelente en este tema, en adjetivos, en palabras de impacto. Yo les decía en la clase de Periodismo en Internet, hay que generar algún impacto, que llame la atención, que pongan alerta. Eso en redes sociales es primordial.

Ahí ya con “corrupción” lo está haciendo, y después ya viene más temas. “Rodrigo Chaves y la ONU”, “mediocridad en el tren” y más. Son temas, ahí, ¿verdad? Ella lo maneja a su manera porque el grupo de nicho que ella tiene va a entender quizás todos estos términos: “Rodrigo Chaves”, “la ONU”, todo. Pero si fuera un tema más global, habría que modificarlo de cierta manera.

*Se muestra en pantalla una captura de pantalla con la miniatura y título del video de No Pasa Nada: “¿¡PILAR CISNEROS ENSEÑA A MENTIR!? Ferry a El Salvador, huelga estudiantil y Más | Welcome to Chepe”*

Vamos a ver el otro, el usar mayúsculas: “Pilar Cisneros enseña a mentir”, es un título alarmante que incita al clic: “¿cómo? ¿Por qué enseña a mentir?” Después ya viene otro tema, “Ferry a El Salvador”, “huelga estudiantil y más”. Pero el: “Pilar Cisneros enseña a mentir”, es muy relevante, impactante. Ese tipo de títulos se suelen utilizar, como yo lo decía, incitar al clic es lo fundamental, no contar todo en el título, que ese es un cambio tremendo a la hora de hacer los títulos en digital, hoy en día. En 2009 me dijeron, cuente la noticia en el título.

Hoy en día no se puede contar porque si no, para la gente vaga de lectura, se informaría con el título, no le daría el clic, y con el clic se gana dinero, son cambios.

*Se muestra en pantalla una captura de pantalla con el título del podcast de La Hora Tica: “DaWik | Se enojó Kiko | 24 noviembre 2023 | Ep.58”*

**-Entrevistado:** Este también tiene nicho. Perdón por la ignorancia, “se enojó Kiko”, no sé a quién se referirá.

**-Entrevistadores:** Al presidente.

**-Entrevistado:** Ah, ok. Como tiene público muy de nicho, el público nicho sí lo puede entender.

**-Entrevistadores:** Dentro del episodio del podcast, él hace una comparación entre Kiko, el personaje del ‘Chavo del 8’ con una declaración que dio el presidente, que como en tono enojado les dice a los diputados que él no va a mandar más proyectos en materia de seguridad. Por ahí va.

**-Entrevistadores:** Imagino que en el texto debajo del podcast, vendría como la explicación.

**-Entrevistadores:** Sí, siempre viene una descripción de lo que se va a tratar en el podcast. Aquí está, de hecho.

**-Entrevistado:** Eso sí es importante, el tema podcast, ¿verdad? Yo no manejo podcast, pero sí es importante. Sí sigo podcast. Cuando... Siempre que manejo escucho podcast, no escucho radio ni nada, ni música, solo podcast, pero sí es importante para contextualizar el tema ya contextualizado, ya lo de arriba pasa desapercibido. Es importante siempre el tema del podcast, de la fecha, el episodio, cuál es, el nombre, o alguna palabra impactante ahí que pueda llamar la atención.

*Se muestra en pantalla una captura de pantalla con el título del podcast de La Hora Tica: “DaWik | Narcos | 29 setiembre 2023 | Ep.54”.*

**-Entrevistadores:** Este caso de La Hora Tica creo que nos viene bien. En el título únicamente se utiliza la palabra “narcos”, comparado a los títulos que le mostramos del otro medio, hay como más frases que son más impactantes como usted sugiere, ¿también encuentra que hay

una ventaja aquí, que es también como una buena estrategia hablando del nicho o se podría hacer como en otros formatos?

**-Entrevistado:** Es igual. Hoy en digital hay que incitar, ser alarmante de buena manera, ¿verdad? Para ese tema de palabras, “narcos”. Voy a decir alguna tontera: “narcos invaden Costa Rica”. Temas de alarma, no de mentira, ¿verdad? El contenido tiene que decir o explicar lo que se está diciendo quizás en el título, pero sí que incite al clic, yo se los insistía muchísimo porque hoy en día la batalla del clic es fundamental. No sé, voy a hacer un tema, sale una noticia de Keylor Navas, digamos que Keylor Navas contrata equipo, 2000 medios de comunicación en el mundo van a sacar la misma nota: “fulanito contrató a Keylor Navas”. ¿Cómo nos diferenciamos? ¿Cómo ganamos el clic a los 1999 medios más que van a sacar la misma noticia? Entonces es importante.

El tema aquí es que también hay que ver la diferencia, los dos programas que me están indicando, estoy segurísimo de que tienen un nicho ya totalmente establecido: rangos, edades, todo, personas que lo ven, lo escuchan. Entonces, ya la continuación; un episodio nuevo, un episodio menos, lo van a escuchar porque les gusta el contenido. El título sería solo importante para las personas que puedan acercarse como nueva, pero los que ya lo conocen van a seguir escuchándolo. Por ejemplo, yo tengo dos podcasts que yo sé que lo sacan programas creo que miércoles y jueves o no sé cuándo son, uno un día, otro el otro, y yo sé que ya esos días o no los escucho, se me olvidó, y voy escuchando viejos y después pongo los nuevos, entonces uno ya sabe cómo público que uno ya es usuario recurrente. Pero para los nuevos sí sería importante, hay una palabrita que incite: “vea, escúcheme”, “vea lo que tengo”, “o trate de”, “o deme la oportunidad” un título que le digan “deme la oportunidad”, “escúcheme y verá qué pasa”. Entonces, es importante siempre, siempre, siempre en digital el título es fundamental.

*Se muestra vídeo de No Pasa Nada con relación al uso del humor y las referencias a la cultura popular en sus contenidos.*

**-Entrevistado:** Si uno no vuelve el tema entretenido ya está perdido.

**-Entrevistadores:** ¿Cuál es la importancia de saber escoger una plataforma para el público determinado de cada proyecto?

Eso es que eso depende, lo que pasa es que yo me, por decirlo de una manera, me envié con YouTube por ahí el 2018, pero me envié porque encontré un canal que juega videojuegos de *'Mario Bros.'*, me encanta *'Mario Bros.'*, ¿verdad? Y lo hace muy entretenido porque mete memes, se llama "ZSJJ", es lo mismo, juega *'Mario Bros.'* y mete memes. A mí me parece súper entretenido, el "man" es súper bueno, es chileno el "man", juega y miles de vistas, todo lo que sube, como dos o tres vídeos por semana y miles de vistas siempre; miles, miles, y cientos de miles de vistas, y eso lo vuelve entretenido. Y yo dije: "mirá, estuvo muy entretenido". Después me envié porque estudié otra carrera y tenía un lapso demasiado, ya tengo que hacer algo, entonces me puse a ver YouTube y me envié, me envié, me envié, hasta que vi que monetizaba; etcétera, etcétera. Entonces, lo investigué. Investigué absolutamente y vi que los otros medios en este momento ninguno monetizaba fácilmente en Costa Rica.

Facebook creo que cuesta un mundo monetizarlo, hay que tener un montón de visualización y pide un montón de requisitos. Lo que es TikTok no monetiza aquí en Costa Rica, si mal no estoy, solo por tema de "batallas"; es que donen cosas, ¿verdad? Creo que, si mal no estoy, Instagram creo que algunas cuentas sí pueden monetizar, pero no estoy claro cuál es el otro formato... ¿Cuáles otros?... Facebook, X (antes Twitter); X no, Threads tampoco, pero YouTube sí, y era lo más fácil en ese momento. Fácil en el sentido de la documentación, no fácil en llegar, porque yo duré un año entero para llegar a monetizarlo, un año dándole y dándole y dándole hasta llegar a las 4000 horas y los 1000 suscriptores. 1000 suscriptores era sencillo en teoría, porque digamos que ya tenía gente en otras redes que me ayudaban a eso, ero las 4000 horas era súper complicado, acumular las 4000 horas en YouTube y siendo principiante es súper complicado. Yo duré un año entero. Yo inicié, me acuerdo un 1 de enero y el día de mi cumpleaños, 26 de diciembre, me llegó el correo que ya era apto para monetizar, ósea, casi 360 días duré exacto para monetizarlo. Y entonces ahí empieza ya el trabajo de enviar documentos, de que lo reciben, de que se lo rechazan, pero no es muy complicado, ¿verdad?

Yo me fui a YouTube por tema de monetización, no sé La Hora Tica por que escogió Spotify, me imagino que tiene patrocinador, no sé si tendrá patrocinadores sinceramente, pero los demás sí se deberían hacer por patrocinadores.

**-Entrevistadores:** Ellos utilizan Patreon, para el tema de las donaciones. El hace una introducción en cada podcast diciendo que pueden donarle por ahí o por SINPE Móvil.

**-Entrevistado:** Depende de cada persona, ¿verdad? La elección, por ejemplo, si yo estuviera en Estados Unidos., elegiría..., haría Twitch todos los días o cosas así porque monetiza fácil, no monetiza fácil, sino que monetiza con más practicidad, ¿verdad? O todo ese tipo de temas. Cada uno elige la plataforma de acuerdo con su conveniencia, en mi caso fue porque yo vi que en temas de papeleo no era complejo lograrlo. El tema de papeleo, ya lo de las horas es complejo, pero en tema de papeleo no era complejo y no es complejo. Veá, yo monetice en 2020 y hasta ahorita, tres, casi cuatro años después, me están pidiendo otra vez que envíe los documentos. O sea, son como cada tres años que uno tiene que reenviar el documento otra vez.

**-Entrevistadores:** Estos medios tienen un horario para hacer promoción de sus contenidos. Por ejemplo, en el caso de No Pasa Nada, suelen subir una historia a Instagram diciendo “subimos un nuevo episodio, aquí les dejamos el *‘link’*”, cosas por el estilo. ¿Ese tipo de promoción tiene un alcance real en la gente, se suele traducir eso luego a la hora de las vistas, de los comentarios, todas esas cosas que tienen que ver con el *“engagement”* de estos proyectos?

**-Entrevistado:** La promoción nunca va a ser mala, así lo vea una persona o dos, nunca va a ser mala. Sí hay que hacerla. Por ejemplo, me levanto a las 7:00 a.m., voy terminando eso a las 3:00 p.m., si hay Champions hasta las 5:00 p.m., y si hubo un partidazo y hay repercusión, termino hasta las 9:00 p.m., 10:00 p.m., trabajando porque es parte de la labor de contenido. Si uno no lo toma en serio esto, el algoritmo es muy cabrón, perdón la palabra, pero el algoritmo, si usted no sube, dicen: “ah no, ya se murió”. Entonces, ya le bajan las vistas. Hay que ser constante. Yo prácticamente llevo desde el 21 de noviembre del 2022 subiendo contenido diario todos los días, no he fallado ni solo día. Hoy en este 2024 estoy haciendo distinto. Los *“shorts”* los hago también en formato horizontal y también los subo porque son dos públicos totalmente diferentes. Hablar de *“shorts”* y hablar de video en YouTube son dos públicos totalmente diferentes, ¿verdad? Porque uno es que está pasando contenido, unos *“shorts”*, y el otro es que le apareció el video, y ahí es donde la miniatura debe ser importante también, ser impactante, ¿verdad? Que incita el clic.

El tema de que lo suban a la misma hora, mismo día, varía. Habría que ver las estadísticas, pero es más que todo porque es como un programa y la gente los está esperando. La promoción siempre va a ser importante, puede ser que le llegue a gente nueva, puede ser un tema que ese día sea impactante para una persona que nunca ha visto. Entonces, fulanita le dice: “Ay, mira, van a hablar del tema que usted me estaba hablando ayer”, entonces alguien nuevo se incorporó a la información y anunciar qué se va a hacer o qué se hizo ya es importante porque no sabemos si el público que siempre nos va a ver ya lo tenemos ganado, pero si el tema es importante para alguien que no tenemos ganado, eso es lo relevante. Entonces, cualquier promoción siempre va a ser fundamental. Los “*call to action*”, que lo habíamos visto, ¿verdad? También son fundamentales a la hora de llamar la atención de las personas.

Yo subo, por ejemplo, mi contenido, hago uno que es como una noticia, hago un “*live*” leyendo periódicos, y en la mejor noticia de ese día la resumo con memes, ahí metiendo escenas de películas y todo para hacerlo medio gracioso, ¿verdad? Porque si hacemos lo mismo que todos, caemos en la tentación o caemos en que no estamos tratando de diferenciarnos de alguna manera o hacer entretenimiento, porque hoy en día el Periodismo debe ser entretenimiento, si no todo se vuelve aburrido y nos van a ganar todas las plataformas de entretenimiento, que ahora son millones en el mundo.

**-Entrevistadores:** ¿Qué tan importante es hacerles caso a los comentarios de la audiencia a la hora de crear contenido?

**-Entrevistado:** Depende de dónde venga, porque como lo decía al principio, para gustos colores. Tuve un seguidor que al inicio me reclamaba mucho por la letra que estaba usando en mis miniaturas, que “esa letra estaba muy fea”, y seguía y yo no le daba pelota: “que esa letra está muy fea”, “que esa letra estaba muy fea”. Si ya varios dicen que la letra está muy fea, uno lo toma en cuenta, “mirá, algo debe estar pasando”. Pero si es uno, no hay que alarmarse. Pero eso la experiencia lo va dando, trabajar en un medio grande y estar ante la crítica constante, porque uno estaba siempre en los partidos, siempre estaba dando datos y quizás era del equipo rival favoreciéndolo, disminuyendo a su actual equipo, siempre iba a recibir crítica.

Al final, uno va entendiendo que no hay que hacerle tanto caso, el internet es el 0.01% de la vida real, entonces no hay que hacerle caso. Pero si ya hay una constancia, en algún punto sí

hay que encender las alarmas: “mirá, algo está pasando porque algo está sucediendo”. Pero es importante si es acumulativa la crítica, pero si es uno que otro, no creo que haya que tomarlo como relevante. Y también la actualización constante, el nuevo formato, no estar dando siempre lo mismo, cambiar un día, aunque sea un efecto, o las letras, o el color, o la forma en que entró, iniciar al revés, como sea, cambiarle algo, porque si no se vuelve repetitivo y no van a seguir buscando el contenido que uno hace.

*\*Observaciones y despedida\**

#### **Anexo 11.** Entrevista semiestructurada 4: D.D.

**-Entrevistadores:** ¿Por qué usted empezó a moderar el lenguaje, no digo que sea como la regla, pero por qué usted apostó por moderar la comunicación en el ‘Reporte’? ¿Había alguna razón de peso que tenga que ver con dar mejor la información o con llegar a más gente?

**Entrevistado:** Mae, es una buena pregunta, y de nuevo hago la acotación de que yo no es que piense que esté ni bien ni mal. En el caso particular nuestro, yo sí creo que estoy convencido que no hay nada más importante que la comunicación y que la comunicación si no es efectiva no es comunicación. Y para que sea efectiva tenés que tomar ciertas medidas que faciliten que el mensaje que quieres hacer llegar llegue, y que llegue a tanta gente como sea posible. Entonces, si tienes una visión realmente democrática de la comunicación y del poder transformador que tiene la comunicación, tenés que contemplar que hacer tu mejor esfuerzo por atribuirte la responsabilidad de facilitar la comprensión y el alcance de esa comunicación. Eso implica que, si bien te puedes tomar ciertas libertades para tratar de que el código sea más interesante, más atractivo, de nuevo más efectivo, si tenés que tomar en cuenta ciertas cosas.

Por ejemplo, yo soy... O sea, no van a conocer a personas más atea que yo, y sin embargo ayer cuando en el editorial aludí al tema del tercero de los Diez Mandamientos que es: “No usarás el nombre de Dios en vano”, lo hice con mucho respeto. O sea, como que dije: “ok, para hacer esto en un país tan creyente me llama la atención que con tanta facilidad las autoridades aludan a Dios en vano, en abierto irrespeto de uno de los mandamientos de la fe que se supone profesa”. O sea, incluso si yo referencio figuras como “La Negrita” puedo hacerlo con humor, como lo he hecho antes he dicho..., no sé: “Estoy a punto de convocar otra vez a la avioneta de ‘La Negrita’ para que bendiga nuestros cielos”. Lo hago con humor, pero no con irrespeto, y eso incluye utilizar términos que yo sé que a mí me son indiferentes, porque las palabras tienen el valor que yo les concedo. Entonces, a mí me insultan todo el tiempo, pero eso es como ‘X’, no hace ningún efecto, pero soy yo.

Yo tengo que entender que hay una audiencia allá afuera a la que si yo empiezo a utilizar palabrotas les puede generar un efecto negativo primero, y primero no es mi intención ofenderles, y segundo tampoco es mi intención excluirles. O sea, si yo les impongo un código que no atiende y comprende que ellos tienen un modo distinto, sin yo hacer una concesión y

hacer de mi texto algo digamos aburrido y extremadamente formal cuando esto es precisamente contra lo que yo voy, puedo incluirlos en la conversación.

Por ejemplo, ves dentro de la misma pregunta, antes yo utilizaba más palabras en inglés; eso es por un poco por mi deformación haber trabajado tantos años en “*call centers*” y otro poco por una mala lectura de mi audiencia, porque yo dije: “Bueno, el segundo país de Latinoamérica que mejor inglés tiene es Costa Rica”. Bueno, sí, eso sigue siendo cierto, pero eso no representa toda Costa Rica, y aunque fueran palabras, obviamente yo no usaba frases en inglés, usaba palabras que uno pensaría que son de uso común y aunque lo sean siempre había alguien en la audiencia que quedaba por fuera y me escribía, y me decía que no había entendido, y yo dije “no, esto es inaceptable”. O sea, yo no puedo partir de que todo el mundo, o sea; si decís “*Sunday*” de pronto todo el mundo lo entiende, o si decís “*Airbnb*”, pero hay otras palabras que parecieran de uso común que de pronto no necesariamente lo son. Entonces, si estás apostando por la claridad tenés que hacer ese ajuste y lo mismo aplica a ese tipo de términos.

Ahora, cuando yo digo de líneas que no cruzaría, no me refería específicamente a esto, que de fijo no vas a verme a mi ponerte un putazo en el ‘Reporte’. No, voy a encontrar otra forma de hacerlo divertido, pero no voy a utilizar esas palabras. Yo me refería a otras cosas porque yo siento que ellos van más allá en el sentido de que... -Un pequeño paréntesis-: si ustedes se dan cuenta en este momento de la discusión, la dinámica en torno a la prensa en Costa Rica se ha ubicado en “prensa canalla” y “prensa vasalla”, digamos. Siendo la “prensa canalla” los que abierta y editorialmente están posicionados en teoría -no lo estoy diciendo yo, ni me estoy atribuyendo a esa lectura- contra el presidente, y la “vasalla” los que están básicamente diciendo lo que el presidente quiere que digan. Entonces, todo bien, o sea; de nuevo, yo creo que cada medio tiene su línea editorial y puede hacer con ella lo que quiera, amén de la lectura que haga la ciudadanía, que con su pensamiento crítico decidirá si eso le parece bien o mal. Muchos, dado que ya están posicionados en uno o el otro lado del discurso, automáticamente: “dicen este medio bien y este medio mal”, ¿por qué? porque no lo representan, no lo llevan más allá. A lo que voy, es que nosotros no estamos ubicados en ningún lugar de ninguno de estos dos lugares del espectro. Yo puedo ser abiertamente crítico con Chaves y llamarlo a cuentas todos los días, pero de un mismo modo estoy llamando a cuentas a la Asamblea Legislativa, al Poder Judicial, a la Contraloría, a todos; como me

parece a mí que me corresponde. Entonces, yo creo que ellos van un poquito más allá en términos de cómo tratan la información con Chaves, porque sí puedes ubicar una agenda editorial específicamente diseñada para golpearlo, como se puede ubicar en algunos medios, y yo no estoy diciendo que eso esté mal, ¿ok? Lo que estoy diciendo es que a ese lugar nosotros no vamos, o sea, yo obviamente le doy durísimo, pero le doy a todos. No me no me esfuerzo a darle, si hace algo así lo acoto y lo cuestiono y lo critico, pero no ando buscando el titular, no ando buscando el ángulo, no ando haciendo de eso como una vara como que ya convierte a mi medio en que tengo una cuestión, yo no estoy enfrentado con él, lo critico como critiqué antes a Carlos. Esa es la diferenciación que yo quería hacer.

De lo que me llega, -y puede ser una lectura aislada-, de ambos medios; sí yo veo, y está todo bien con eso, que van más allá. O sea, si hay ya como un posicionamiento de golpear. Ojo que yo no escapo de parodiarlos, pero nuevo, a todos; o sea, no es como que yo no me voy a permitir decir que hay cosas del fiscal general que no me parece que estén mal, lo hice ayer en el editorial del domingo. Básicamente lo que dije es que estoy cansado de que culpemos de todo a Chaves, porque no es sólo culpa de él. Por supuesto que él es el denominador común, y es evidente que todas las semanas se está trabajando en polarizar el discurso, y que para él es súper efectivo. Lo que quiero decir es que los otros agentes de nuestra institucionalidad, flaco favor hacen al combate de la desinformación y la polarización, si caen en ese juego y de una u otra manera también se comportan de formas que yo considero son irresponsables en la democracia, y eso incluye la comparecencia del fiscal y ni hablar del comportamiento de la Asamblea Legislativa, y ahí di el ejemplo de Liberación Nacional, etcétera.

Entonces, perdón por extenderme tanto; pero a eso me refería con nosotros. Yo no me siento cómodo con la idea de que el medio asuma de cualquier forma una etiqueta, o una bandera política o ideológica. O sea, tenemos un compromiso y tenemos una línea bastante clara en términos de la búsqueda de la verdad, de la defensa de la participación ciudadana -incentivarla-, de la exigencia de rendición de cuentas, de los valores de la democracia, pero no tenemos una agenda pro o contra este o ningún otro gobierno, sino una agenda pro prácticamente de la democracia.

**-Entrevistadores:** Que existan ese tipo de propuestas que se atreven a ser un poco más irreverentes ¿contribuyen al mejoramiento de la democracia, ayudan a eso? O tal vez en un

tema más simple como decir: “ok, entre más medios existan mejor para la libertad de prensa y la democracia”.

**-Entrevistado:** En términos generales la respuesta es sí, ayudan, pero esa pregunta es un poco amplia, porque es como que me digas si Internet ayuda, si puede ayudar y puede no ayudar. Entonces, en términos generales, sí.

Yo soy defensor número uno de los espacios de irreverencia y cuestionamiento crítico desde el humor me parece elemental y parte fundamental de la libertad de expresión y de la libertad de prensa también, y me encantan muchísimos de esos espacios fuera del país. Entonces, “*the more the merrier*”, como dijiste ahora al final, yo sí creo que es sano y deseable que haya muchísimos medios de comunicación, que tengan distintas agendas ideológicas y editoriales, y que la gente pueda consumir tantos como les sea posible de acuerdo con su tiempo y su capacidad y su interés y ejercer su pensamiento crítico para tomar información de cada uno y contrarrestarle y demás. Yo con eso sigo 100% alineado.

Otra cosa es que, en alguna ocasión, por ejemplo, a ver mae; a mí ‘*Suave un Toque*’ me parecía brillante, me encantaba, pero sí tenía claro que, dijo yo: “uf mae, ahí puede que se hayan pasado dos rayitas”. O sea, porque hay un momento en el que estás haciendo la crítica, pero ya si trascendés y te vas un poquito más allá, tenés que tener mucho cuidado con lo que afirmas, con lo que decís; incluso, con las posibles, lamentablemente implicaciones legales. Por un lado, tenés que tener mucho cuidado de qué decís, cómo lo decís.

Las cosas hay que adecuarlas en su real dimensión. Por supuesto que puede haber sospechas, por supuesto que puede haber cuestionamientos, pero lo que vos no podés hacer es ser parte de un discurso polarizador.

Tenés que tener mucho cuidado con el ejercicio de tu profesión para no caer en esos tentadores lugares ¿por qué digo tentadores? Porque evidentemente si vos estás pensando en términos de impacto, y si para vos el impacto es el ruido, es la cantidad; te puedes ver seducido por discursos que terminan siendo también incendiarios. Que eso es algo que afortunadamente a nosotros no nos va a suceder porque primero yo no lo permitiría, pero segundo, esos no son los lineamientos que nos mueven. O sea, nosotros no, obviamente no hacemos lo que hacemos para generar impacto masivo, porque si así fuera, no sería un medio que no tiene sucesos, que no tiene Saprissa, que no tiene la Liga, que no tiene chismes, que no tiene farándulas, que no tiene espectáculos. Siempre yo recalco esto: Si de entrada este

medio decidió que no iba a producir los tres contenidos más consumidos por la población costarricense, de una vez dejó muy claro que no está obsesionado por generar el impacto de ese tipo de impacto, que es ruido, que es como humo, que es como un montón de gente ahí, enojada. No queremos participar de nada que sea ni enojar, ni distraer a la población.

Todo lo contrario, es más bien informar a la población y darle elementos para que tome mejores decisiones y en la medida de lo posible hasta donde podamos defenderla, para que tenga una mejor calidad de vida. Entonces, la respuesta corta es sí, sí creo que hacen lo que vos me planteaste que pueden hacer, y sí creo que deben de existir, y siempre me alegro cuando surgen nuevos de estos espacios. Incluso los “*sketches*” cómicos que hace este mae, creo que se llama Rodrigo Villalobos, que es como actor. Son divertidos y son necesarios, o sea, eso a mí me parece que aporta mucho valor, pero el riesgo está en que no caigás en discursos que ayuden a promover un ambiente, digamos, incendiario. Si estás empujando el pensamiento crítico, si estás poniéndonos un espejo para ver nuestras propias carencias, para hacernos reflexionar en términos de qué manera somos también parte del problema, todo bien, yo feliz con eso. Y por supuesto, llamar a cuentas al poder, siempre, siempre mae, por supuesto. Al poder no se le aplaude, se le revisa.

Así que yo feliz y te subrayo, aunque no estoy muy familiarizado con lo que ha estado haciendo David recientemente, yo quiero el éxito para La Hora Tica, quiero el éxito para No Pasa Nada y me alegra mucho que existan esos espacios. Quiero que surjan otros similares y que se consoliden. Sé que es muy desafiante porque el mercado costarricense es muy particular, pero aplaudo y celebro la existencia de esfuerzos como estos que ustedes están estudiando en este momento.

**-Entrevistadores:** ¿Cree usted que es una buena opción para las personas más jóvenes que no están tan familiarizadas o no se quieren como informar por medios, incluso hasta digitales, que ya no se podría decir ni tradicionales, que se informan más por este tipo de medios, como más humor, más mofa, pero al final de cuentas se están informando?

**-Entrevistado:** Totalmente de acuerdo. Vea el caso de Estados Unidos. En algún momento se hizo un estudio de opinión en el segmento de estudiantes universitarios y se determinó que la mayoría de ellos estaban informándose con el ‘*Daily Show*’ de Jon Stewart, y Jon Stewart siempre parodió eso diciendo, bueno, es el colmo. O sea, ¿en qué momento un comediante tiene más credibilidad que la prensa? Y la prensa siempre se incomoda, ¿verdad? La prensa

es súper, ¿verdad? “*touchy*”. Y a mí me pareció fascinante y maravilloso y que mucho decía. Ahora, obviamente el ‘*Daily Show*’ tenía cierto estándar, que es a lo que yo aludo. O sea, vos tenés que aprovechar esa herramienta y ejercerla con responsabilidad. O sea, no puedes caer en la desinformación, que es lo que estamos más bien combatiendo. Si se hace desde la comedia y la parodia y el sarcasmo, yo lo aplaudo y lo celebro. El cuidado que hay que tener es hacerlo con ciertos estándares profesionales que permitan, como decís vos, acercar a esa población a la información, aunque sea con ese formato. Más bien ese formato está pensado para eso. Y yo eso lo aplaudo y lo reconozco.

Si te das cuenta, existen otros espacios, creo que, en TikTok, no sé si son tan formales o no, pero digamos, también orientados al público joven, que hacen lo mismo desde el otro lugar, porque son más bien como “pro-chavistas”. Pero hay un carajo que no sé, no sé..., yo estoy un poco desinformado con las nuevas tendencias, pero se me olvida el nombre, pero es un mae como, no sé si llamarlo joven, pero tiene estudios, tiene, o sea, hay “tucción”, digamos. En el caso suyo, los dos o tres que yo he visto, pues es obvio que el mae está completamente alineado con el gobierno. Pero a lo que voy es que es el mismo recurso. O sea, el mae es..., es muy “*flashy*”, hay muy buena edición, hay muy buena locución. O sea, es un producto que tiene cierto estándar de calidad para funcionar en ese punto de la población.

Entonces, obvio, vuelvo a lo mismo. Lo ideal sería que la gente joven, pues, no solo viera que le repite lo que ella piensa, sino que se desafiara también a ver otro tipo de contenidos. Pero yo feliz de que exista. Si están mintiendo, es otra cosa. O sea, si están haciendo afirmaciones falsas para mí ya eso no es ni periodismo ni comunicación colectiva, es abiertamente irresponsabilidad. Pero el formato como tal y como lo aplica, yo lo celebro, sea de centro, sea donde sea.

**-Entrevistadores:** Quiero poner este ejemplo, de hecho, lo busqué ayer para recordarlo bien. A Jaime Bayly, hace unos años en una entrevista, le preguntaban sobre una acusación que le habían hecho debido a su sentido ideológico muy marcado. Le decían que, cuando hablaba de política con humor e irreverencia “adecentaba” la política. Sin embargo, el propio Bayly decía que esa acusación le parecía injusta porque, según comentaba, eran los propios políticos quienes “adecentaban” la política. Tal vez puedo intuir su respuesta por lo que dijo anteriormente, pero ¿qué tan difícil es hacer humor opinando de temas que la gente consideraría serios? ¿Qué fibras no hay que traspasar?

**-Entrevistado:** Es una muy buena pregunta. Y sí, intuiste bien porque evidentemente yo estoy totalmente de acuerdo con lo que dice Bayly, ¿verdad? Lo incómodo de la pregunta es que a mí no me gusta hablar de mí mismo, ¿verdad? Hablo, sí, del medio, porque eso es distinto, o sea, digamos, y evidentemente yo soy el director y lo que querrás, pero digamos es el trabajo del medio. Pero esta pregunta en realidad es bastante... O sea, me obliga a decirte que eso pasa por el filtro de cada uno de nosotros y que yo tengo mucha confianza en el mío. El uso del humor ha sido constante desde el primero de los reportes, ¿verdad? Y son temas delicados. Y yo tengo que saber si alguna, en alguna ocasión estoy abordando un tema donde no hay espacio para el humor. Y me ha sucedido un par de veces, no es frecuente.

En política casi siempre lo hay, casi siempre. Pero, qué sé yo, un caso, no sé si habrán notado, pero nosotros no tratamos sucesos de todo, o sea no hay notas de sangre en Delfino.cr, salvo que sean de marcadísimo interés público. Si pasa algo que diga, que, si hay que abordarlo, pues lo abordamos. Pero no estamos detrás de los choques y los homicidios y ese tipo de cosas. Pero si pasa algo como lo de la bebé en Paraíso de Cartago, creo que fue el año pasado, pues eso es un tema país, ¿verdad? Y eso hay que abordarlo. Y lo que implican a nivel de la institucionalidad y el manejo del PANI y el manejo de las autoridades.

Entonces, yo si le voy a entrar a algo así, voy a tener muchísimo cuidado, pero muchísimo cuidado. O sea, yo puedo ubicar cuáles temas tienen una sensibilidad particular para yo mismo marcarme los límites. El humor es constante, es de uso diario, cualquier cosa que escriba yo, porque incluso el editorial, que no necesariamente es un reporte, es otra sección, se llama *'Barbas en Remojo'*, yo igual ahí utilizo el humor, y en *'Café para Tres'* utilizo el humor. Y es un formato que está pensado específicamente para hacer de algo tan pesado como el acontecer diario, noticioso, algo accesible. O sea, sí está ideado para eso. La idea del 'Reporte' es ofrecer un servicio que a las personas les resuelva en cinco o diez minutos qué pasó el día anterior, de forma entretenida. Hay obviamente cierto arte en eso, porque tenés que lograr hilvanar los párrafos de modo tal que uno te lleve al otro, para tratar de llegar a la mayor cantidad de gente, porque habrá gente que detesta el formato, o sea, hay gente que quiere otra cosa, lo cual está totalmente bien. Pero sí tenés que tener la..., di, es un poco ostentosa la palabra, pero la sabiduría de hasta dónde lo llevas, en qué medida puedes utilizar el humor, y cómo, además, sin dejar de ser vos mismo, porque en Derecho, se estudia una cosa que se llama "La Cabeza del Juez", que básicamente es entender que, aunque el juez

aplica normas objetivas, no deja de estar marcado por la persona que es, y eso lo vemos hasta en la Sala Constitucional, por eso son siete.

Entonces, a lo que voy a decir es que uno reconoce que uno mismo tiene sus ideas subjetivas, su visión del mundo. Eso está muy claramente transmitido en el ‘Reporte’, porque es mi opinión, pero yo trato de que eso no implique que yo voy a forzar una narrativa. Porque yo lo que quiero es darle a la gente elementos para que piense por su cuenta, desde mi opinión, sí, yo estoy compartiendo mi criterio, pero no estoy forzándolo. O sea, no lo estoy llevando al extremo donde impongo, porque a mí no me interesa colonizar el pensamiento de nadie. Quiero dar tantos elementos como sea posible, y a veces las realidades son incuestionables. O sea, la “Ley Jaguar” era inconstitucional, punto, no es que yo me lo estoy inventando, y eso aplica entonces también al uso del humor, o sea, hay que tener el cuidado de saber cuándo, cómo y dónde, y de qué forma, me parece a mí.

Que ya te digo, es un poco como “auto atribúrmelo”, que ese balance lo he encontrado, o sea, yo no he tenido en siete años una situación donde yo haya dicho: “mae, me pasé”. O sea, me he preocupado más por algo que he dicho, por las implicaciones políticas, digamos, que, por haber hecho un mal uso del humor, porque yo no es que me quede en lo “safe”, ¿verdad? Porque hago bromas ahí, que pueden ser consideradas pesadas por alguien, pero sí sé muy bien que no me pasa, o sea, no, hay rayas que yo no cruzo. Yo no voy a tirarle al cuerpo directamente a alguien, por ejemplo, ese tipo de humor conmigo no va, voy a cuestionar las ideas, voy a cuestionar los comportamientos, pero no me vas a ver a mí poniendo ahí que, qué sé yo, un comentario sobre la dentadura de Chaves, o sea, eso no va en el ‘Reporte’, entonces sí manejo mis propios límites y creo que he logrado ser fiel a ellos.

**-Entrevistadores:** Para cerrar con el tema del humor. Retomando el último ejemplo, sobre Chaves, con el tema personal, ¿ese límite no lo cruza por ninguna circunstancia?

**-Entrevistado:** No, no importa quién sea, o sea, no; y eso lo incluye a él y a quien sea, o sea, no, ese tipo de comentarios no van. A las ideas, a las conductas, a los comportamientos, sí, por supuesto, y ahí uso el humor despiadadamente, si toca hacerlo. Pero tengo mis límites y creo que, mae, es como un código no escrito que está aquí adentro y que eso no sólo aplica al uso del humor, sino incluso a la línea editorial del medio. O sea, hay ciertas reglas internas que son muy claras de cuándo salimos y de qué forma salimos que se tienen que respetar. Primero la precisión y la certeza, tener absoluta certeza de que lo que estás diciendo es cierto.

Pero uno sí piensa en las implicaciones también y en el tono que se utiliza, y hay que tener mucho cuidado con eso, porque lo más importante siempre son las personas, y eso incluye a las personas con las que vos no estás de acuerdo. No podés poner en peligro la integridad de nadie ni írsele encima a la integridad de nadie, yo en eso no creo, ni me parece que facilite para nada, di el común denominador de lo que nos mueve, que se supone que es una democracia estable. Entonces, sí, la respuesta sí. Sí hay mucho cuidado con eso, sí hay reglas, como te digo, no escritas, di por dicha el 99.9% de los reportes los he escrito yo, y el 0.1% que ha escrito May, porque yo no estoy, yo he tenido la plena confianza de que no se va a pasar.

O sea, en este momento, ya te digo, para que yo ayer haya hecho la editorial, ha sido un llamado a cabeza fría y sentido común, es porque estoy viendo la cosa “descocherada” por todo lado, y me parece que la forma en que están reaccionando las distintas partes, con la excepción de Doña Marta, yo sí diría que Doña Marta en la Contraloría ha logrado mantenerse en lo técnico, digamos, o sea, ella no está buscando meterle un “*burn*” a Chaves. O sea, lo pone en su lugar, pero no se sale de lo técnico, en los otros sí he visto que se ha pasado, en la oposición hay diputados abiertamente irresponsables y violentos y tóxicos, que se han comportado de forma impresentable. Entonces, no creo que sea solamente el presidente, por supuesto que obviamente el presidente, como lo vemos miércoles con miércoles, se pasa, eso es evidente a todas luces. Pero es una situación que me parece que lo trasciende a él, y que no estamos leyendo bien, porque ustedes ven la violencia hasta en las redes sociales, o sea, la gente se insulta, nadie conversa, directamente van al insulto, eso es algo en lo que hay que prestar atención.

Entonces, más bien, por eso les digo, yo feliz de que haya muchos medios que le estén dando a la juventud elementos para informarse y para tomar decisiones. Que está muy polarizado el ambiente, lo está. La gente está muy enojada, así es. Entonces, de nuevo, insisto, con más razón hay que ejercer esta responsabilidad o este poder, por así llamarlo, con mucha responsabilidad. ¡Ya parezco el tío de Spider-Man!

**-Entrevistadores:** Entonces, ¿hasta dónde llega esa libertad que usted le da a los colaboradores? Porque entiendo que confía mucho en ellos.

**-Entrevistado:** Totalmente, sí, sin lugar a dudas. Yo, así como hago una curaduría de las noticias, hice una curaduría exhaustiva de las personas que involucré en el proyecto, para

tener la confianza de que no iban a salir con un “domingo 7”. Entonces, siempre les digo que todos son excelentes profesionales, ampliamente mejores que yo, pero que para mí es más importante que sean excelentes personas, ¿verdad? Tienen sus caracteres, tenemos nuestras diferencias, pero hay un consenso claro de cuál es la línea editorial del medio y cuál es la visión mía. Porque una cosa es la línea editorial del medio y otra cosa es mi visión. Entonces, ellos conocen mi visión. Mi visión pasa, por ejemplo, por... Yo les puedo decir qué pueden hacer y no hacer en representación del medio, con la camisa del medio. No les puedo decir qué pueden hacer como personas. Ellos pueden tomar sus decisiones incluso en el uso de redes, en sus cuentas personales. Pero conocen mi visión. Y mi visión es... Yo preferiría que no se pongan a polemizar en redes, ¿verdad? Y en términos generales, eso lo tienen claro.

Eso no quiere decir que a veces May tira algunas cosas en Twitter que yo digo “pucha, habría preferido que no lo hiciera”, pero puede hacerlo. O sea, sigue siendo su decisión. Y eso no necesariamente lo está haciendo... Obviamente la gente lo entiende a nombre del medio obviamente que puede venirnos. O sea, eso es inevitable. Y no es que, si eso está bien o está mal, o es justo o es injusto. Eso puede pasar. Una vez ‘Lucho’, que es editor de Wikipedia, tiene que seguir los estándares de Wikipedia. Y había un mae necio en Argentina editando un artículo en contra de los estándares de Wikipedia. Entonces ‘Lucho’ lo “baneó”, como corresponde a su labor de moderador de Wikipedia. Ese mae se tomó el trabajo de ubicar dónde vivía ‘Lucho’, dónde trabajaba, y nos lanzó un ataque de *DOS* al sitio y nos lo botó el sitio. Entonces, ‘Lucho’ obviamente se sintió muy mal. Yo le dije: “mae, usted no es responsable, no es su culpa”. Pero lo que trato de decir es, hasta dónde puede llegar la consecuencia de actos que hagan por fuera, y eso que él estaba haciendo lo correcto.

En ‘*Curul en Llamas*’ ellos suelen coincidir mucho, por supuesto, pero también pelean mucho, lo cual es riquísimo y súper entretenido. Y pueden escribir en ‘*Teclado Abierto*’, eso no tiene ninguna restricción en ese sentido. Por supuesto que de todo lo que se publica pasa por mis ojos en sana teoría. O sea, puede que haya un día de tanto trabajo que yo no leí un ‘*Curul en Llamas*’, perdón..., un ‘*Barra de Prensa*’ y ahí ‘Lucho’ me mete un gol. Y ellos saben que yo no voy a permitir nada que escape a esas reglas que ya les he delimitado, del respeto y del sentido común. Que son muy amplias, yo sé, pero son bastante claras. Pero sí, sí, ellos tienen total libertad de opinión, yo más bien lo promuevo, es más; en mi escenario ideal, a futuro, en un crecimiento del medio; yo quiero un medio muy diverso. Yo quiero que

haya gente que tenga opiniones claramente enfrentadas, pero que las puedan razonar y defender desde el lugar del respeto. Eso es todo lo que yo les pediría. Pero hoy en día no tienen limitación en ese sentido. O sea, si ‘Lucho’ pone una estupidez en un “*story*” de Instagram, obviamente voy a hablar con él, pero no lo va a hacer. O sea, ya les digo, más allá de la línea editorial, la visión la tienen clara y saben hasta dónde pueden llegar. Pero sí, en términos generales, yo promuevo que tengan libertad de opinión y ellos la ejercen con muchísima responsabilidad, todos; ‘Lucho’, May, Samantha, y ‘Lonso’ también.

**-Entrevistadores:** Pero como comunicador, como periodista, ¿cuál es ese valor agregado que tiene opinar que le puedes dar a la audiencia? ¿qué aportaría en general al país?

**-Entrevistado:** Bueno, no sé si al país, porque eso es muy pretencioso, pero al medio le aportaría transparencia y credibilidad, que son los dos valores más importantes de nuestro medio. Yo te puedo decir que una auditoría internacional nos colocó como el medio número uno en credibilidad de Costa Rica hace un año, y eso yo creo que responde precisamente a ese tipo de prácticas. Que la gente sabe quién le habla y desde dónde le habla. Yo no tengo una junta directiva detrás, yo no tengo ningún poder político ni económico detrás, soy yo “weon”: director, editor, responsable legal y muerto de hambre. No soy un mae que tiene ni familia en Costa Rica, ni propiedades en Costa Rica. No tengo nada que ganar ni que perder. Eso yo creo que es un valor diferenciador. O sea, yo no tengo ningún tipo de presión de que yo tengo que representar estos por aquellos intereses. Entonces, si abordo un tema en el ‘Reporte’ y ofrezco mi opinión, que es un ejercicio de transparencia.

Te voy a hablar del caso del Acuerdo de Escazú. Yo expliqué por qué yo consideraba que era lógico que Costa Rica lo ratificara, especialmente si fue Costa Rica quien lo propuso, junto a Chile. Lo crearon Costa Rica y Chile. Y después, por un caso de vagancia en el MINAE anterior, de incompetencia en la Asamblea anterior, lo fueron dilatando y de pronto nunca lo hicieron. Y ahora sí, ya tenemos un Ejecutivo que está abiertamente con distintas suposiciones de ambiente que el anterior *\*inaudible\**. Yo explico por qué yo considero que es una buena idea ratificarlo. Pero también digo, quienes se oponen tienen estas ideas, y estos son los motivos por los cuales se exponen. “Yo no comparto estas ideas porque los ejemplos que están dando aplican a Colombia, aplican a tal lado. En cambio, en Costa Rica, pa, pa, pa, pa...” y lo explico a la mejor de mis capacidades, para fundamentar mi opinión en un ejercicio de transparencia, para que la gente sepa a quién le está hablando y de dónde le está

hablando. ¿Me convierte eso en un radical ambientalista? No. Para quien lo necesite, sí, porque cada quien siempre te va a escuchar desde dónde está. Entonces, como te escucha desde dónde está, te va a ubicar donde le sirva ubicarte. Y por eso para algunos yo soy “chancletudo” y para otros soy un “facho”. O sea, cada quien me pone donde necesita ponerme. Yo con eso no puedo hacer nada. Es parte de; un gaje del oficio.

Pero mi ejercicio interno, que está comprometido con la búsqueda de la verdad, alineado con lo que yo considero son principios básicos para el bienestar colectivo, que es el que realmente me interesa, y ya no sé si eso me hace comunista, pensar que quiero que la gente esté bien. Entonces, ahí es donde yo me rijo. Entonces, el acuerdo de Escazú, si se hubiese aprobado y eso hubiera permitido que no tengamos el desmadre que tenemos en este momento en el ambiente, pues obviamente voy a estar de acuerdo con que se hubiera aprobado. Y así lo manifesté. ¿Pero por qué lo hago? No porque esté haciendo campaña a favor, porque a final de cuentas, gracias a Dios, esa decisión no es mía; es de la Asamblea. Y eso yo creo completamente. Hay gente que me dice si yo estoy... Si a mí me parece mal que haya sido elegido Chaves... Y yo: “¿cómo que me parece mal? Fue elegido democráticamente”. “Sí, bueno, pero fue elegido solo por el 10% del paro electoral...”; bueno, el otro 90% o no participó o votó de forma tal que él terminó siendo elegido. Incluso quienes votaron con el corazón por partidos, digamos, no utilizando el voto útil, también favorecieron a Chaves. Este país eligió a Chaves. Es nuestro presidente democráticamente electo.

Y yo sí creo que en la Asamblea Legislativa tiene que haber representatividad de todas las personas. Obviamente hay quienes se quedan por fuera. Supongo que un radical anarquista no se siente representado porque no hay un partido anarquista. Es más, ni siquiera hay un partido ambientalista, lo cual es altamente irónico en el país más verde del mundo. No existe ni siquiera un partido ambientalista. Pero yo creo en la pluralidad de ideas y creo en la democracia, y creo en que se discuta dónde deben discutirse estos temas. Por supuesto que no nací ayer y sé que hay lobby. Eso es así. Y quisiera que fuera transparente como es en Estados Unidos, que se sepa. Eso podemos mejorarlo. Pero eso también es parte de la democracia. O sea, que haya sectores, que vayan a la Asamblea Legislativa a defender sus intereses, yo no lo censuro; lo que quiero es que se sepa, ¿ok? Y la decisión que se tomó es la decisión de Costa Rica, amén de que yo no la comparta. Pero yo respeto que esa es la decisión que se tomó.

Eso sí, trato de explicar cuáles son los motivos por los que se tomó esa decisión. Y en el ejercicio de esta explicación comparto cuál es mi punto de vista, cuando lo tengo, porque solo tengo un punto de vista cuando soy debidamente informado y quiero pensar que en el caso de la *\*inaudible\**. Pero si de pronto es una problemática, como... No sé..., algo tan específico como las tarifas de los paneles solares, es súper técnico, súper específico; y tiene 10000 posiciones. Yo no me voy a poner a decir yo estoy a favor o en contra de esto.

Lo que puedo decir es que estoy a favor del sentido común. Y si hicieron un traste con la legislación, pues hay que arreglarlo. Y en eso yo voy a empujar y voy a joder, porque es parte del trabajo de la prensa exigir rendición de cuentas y exigirles que trabajen con eficiencia. Pero en términos generales, más o menos, esos son los principios en los que me muevo y la razón por la que lo hago.

Como te decía al principio de la respuesta, no por un beneficio... no porque diga: “esto le ayuda a Costa Rica”. No, es porque siento que es integral al medio, como parte de su credibilidad y de su transparencia, que la gente tenga derecho a saber desde qué posición les estoy hablando. Entonces, si estoy diciendo que considero que el Acuerdo de Escazú es bueno para Costa Rica, explico por qué. No voy a jugar de objetivo y a que se lea entre líneas que parece que lo estoy. No, no; abiertamente digo “esta es mi posición”. Eso sí es parte integral del medio y es por esa razón que te acabo de compartir, que es así... Y seguirá siendo así siempre.

**-Entrevistadores:** Hace unos años, en una entrevista previa que tuvimos, usted me decía que a veces uno no debe dejarse eclipsar por los elogios y los agravios. Sin embargo, al inicio nos contaba que el ‘Reporte’ ha ido cambiando a lo largo del tiempo para no excluir a parte de la audiencia como pasaba con el uso de modismos en inglés. A lo que voy es que, cuando uno hace un proyecto periodístico de este tipo, ¿Qué tan importante es escuchar a la audiencia, digamos, hasta qué punto es necesario escuchar a la audiencia para construir el trabajo que uno hace?

**-Entrevistado:** ¿Ustedes están en el último año?

**-Entrevistadores:** Sí, está ya es la tesis.

**-Entrevistado:** Bueno, sí, obvio. No, mae; es que de verdad me sorprende el nivel de análisis. Lo que sea que vayan a hacer, les va a ir muy bien. Mae, esa es una excelente pregunta, es

súper compleja y es súper interesante. Voy a tratar de ser súper breve, porque sé que hablo demasiado.

A ver, yo separaría: Cuando yo te decía lo de los elogios y los agravios, lo sostengo, ¿verdad? Uno no puede perder tiempo con eso. A ver, por supuesto que hay gente que me escribe cosas lindas y yo siempre les contesto de forma muy amable y agradecida. Uno tiene que ser agradecido. Pero lo que yo te decía es que uno no puede dejarse engañar por eso, lo que sea. Ni uno ni lo otro.

**-Entrevistadores:** Sí. Usted me decía que no se puede dejar engañar ni para bien ni para mal.

**-Entrevistado:** Exacto, porque vos estás comprometido con tu misión. Lo que no significa que no hay que saber escuchar. Ahora, es excelente la pregunta, porque no es que hay que escucharlo todo.

Yo siempre charlo con mi mamá los sábados, y yo le digo “vos sabés que ni siquiera el presidente recibe más consejos que yo”. Yo sé con propiedad, que, si se hiciera una auditoría, Dios hiciera directamente una auditoría, de cuál es la persona a la que más gente le dice cómo hacer su trabajo, yo salgo en número uno en Costa Rica, no tengo una menor duda. Todos los días alguien me escribe para decirme cómo tendría que haber hecho lo que hice. Estoy más que acostumbrado. Entonces, siempre leo. A veces, si la persona es irrespetuosa, por supuesto que no me voy a tomar el trabajo de contestar. Procuro contestar siempre. Y cada una de estas personas, desde su subjetividad, está convencida de que lo que me planteó es lo que debería de ser. En ese sentido, yo casi siempre quiero decirles, bueno, mi sugerencia sería hacer lo que yo hice, porque mirá que eso es comerse una bronca bastante grande. Entonces, arranque usted y lo hace como usted cree que hay que hacerlo, y todos somos felices. Una cosa es desde afuera decir: “deberías de haber hecho esto”, y otra es, “*actually*”, ir y hacerlo. Pero dentro de esas críticas, siempre puede haber valor. O sea, uno tiene que estar dispuesto a escuchar una contraparte.

Entonces, en el caso particular de lo que decís, de la gente que me hablaba, las palabras en inglés, esa crítica es de recibir, y es de valor. Como muchas otras que recibí. A esas uno les presta atención, porque te ayudan a expandir tu propio punto de vista. Esto siempre ha sido un laboratorio. De nuevo, ¡mepecé con un muñeco de ‘*Skelleter*’, imagínate! Entonces, la evolución que ha tenido, por supuesto que ha sido rigurosamente regida por mi visión y mis valores, y lo que yo quería proponer, pero alimentada constantemente por valoraciones

externas, por consejos, por observaciones, y por críticas; que nunca han llevado a doblar la médula espinal del proyecto. Porque obviamente que he recibido presiones para que me adapte a un lado o al otro, eso no va a suceder. Pero observaciones precisas como esa, del estilo, yo bien que las recibo, de modo que otras no. Hay gente que me ha dicho que del todo no use el humor, imagínate.

Pero el valor que hay en saber escuchar, pero saber qué escuchar, a qué le presto atención y a qué aplica, es incuestionable. Eso hay que hacerlo siempre, y yo me aprecio de decirles, yo lo leo todo, y casi todo lo contesto. Si yo no contesto es porque la persona abiertamente me insultó, y ahí uno ya sabe, uno tiene que tener claro cuándo ya es una pérdida. O sea, tampoco vas a entretener a una persona que te está atacando al cuerpo. Nada que hacer. Yo hasta tengo un folder que está marcado como “troles”, y ahí aterrizan automáticamente si vuelven a escribir. Pero las observaciones que la gente pueda hacer siempre pueden tener valor. A veces son de ayuda, a veces son precisas, a veces no. Ya te digo, soy experto en que me digan cómo hacer lo que hago, y lo que me da risa es que, a final de cuentas, y esto no es un ejercicio de falsa modestia, más o menos tengo una idea de lo que estoy haciendo, si no, no estaría donde estoy. O sea, sé lo que hago. Pero aun así todavía hay gente que “tal vez, tal cosa, tal vez, tal cosa...”, “Gracias, gracias, yo los leo y aprecio”. Y en ocasiones agradezco porque en efecto me hacen ver oportunidades de mejora, que siempre las hay, siempre las hay.

No sé...Al principio mucha gente se me cagaba porque se me escapaba un error ortográfico y yo sufría. Para mí eso era muy importante. Pero yo no tenía los recursos para contratar un corrector de estilo. O sea, era imposible para mí. En La Nación yo tenía un corrector de estilo. O sea, después de que yo había editado todo, había un mae que se sentaba a revisar página por página de la revista con un subrayador - ¡un día entero! - a que no se me hubiera ido ninguna tilde. Imagínate el lujo. Nosotros no estábamos ni cerca de poder pagar algo así. Di, mientras yo llegaba a tener presupuesto para contratar un corrector de estilo, antes necesito 1000 empleados. Y ahora resulta que ChatGPT lo puede hacer. Entonces, y automático y en un segundo. Entonces, todo puede constantemente cambiar y uno puede constantemente mejorar y en buena medida ayuda saber que escuchar y que no escuchar. Sin dejar de reconocer, por ejemplo, que la gente que me señalaba eso tenía razón. Yo siempre les decía: “vea, usted no se imagina la vergüenza que siento yo de que se haya ido ese error ortográfico”. Mi mamá es filóloga y es la primera en escribirme en la mañana si en algo se fue como un

error. Y casi nunca pasa, pero cuando pasa es avergonzante. Y, además, obviamente, te lo hacen ver muchas personas, porque el que te escribió no sabe que ya te escribieron otros antes. Entonces, cada correo es la misma congoja.

Entonces, bueno, eso te obliga a mejorar y lo agradeces. Como me obligó a mejorar el tema ese que te digo del inglés, incluso bajé muchísimo la cantidad de hipervínculos a páginas en inglés. Y lo hacía porque muchas veces eran un apoyo importante. Ahora, si lo pongo, siempre indico si le hacen al inglés. O sea, hago la salvedad de que no tuve otra opción más que apoyarme con un recurso en inglés, porque solo está en inglés. Pero bueno, ya ven, ahora ChatGPT también traduce, así que, ¡ahorita nos deja sin empleo a todos!

*\*Observaciones y despedida\**

**Anexo 12.** Entrevista semiestructurada 5: N.

**-Entrevistadores:** ¿A qué atribuye el éxito de estos nuevos espacios periodísticos y la migración de las personas a informarse por modelos más disruptivos?

**-Entrevistada:** Desde mi perspectiva esto responde a tres factores claves de manera muy generalizada, que es bueno, primero los grupos etarios, que me parece muy importante resaltar, a la población meta a la que van este tipo de información o este tipo de mecanismo, de la mano con esto, es que también son medios un poco más accesibles y directos con esta población un poco más joven, podríamos estar hablando de que el público meta pueden ser entre 18 y 30, 35 años, entonces que utilicen plataformas como YouTube o Spotify, pues es una clave, es verdad una señal muy buena para que las personas tengan este contacto un poco más directo.

Y con esto también rozamos un poco lo que es el desvinculamiento de medios tradicionales, porque estamos hablando que son poblaciones que ya no hacen tanto uso de lo que es un medio tradicional, por ejemplo la televisión o la radio no sé, ir en el carro escuchando la radio de repente, como se hacía antes, o que las personas suelen ver como telenoticias o un poco más como eso, esos mecanismos tradicionales, entonces creo que el éxito va encaminado hacia eso, hacia que son temas, contenidos creados un poco más para personas que tienen el acceso más fácil a este tipo de programas, de plataformas.

**-Entrevistadores:** ¿Las personas se pueden llegar a identificar más con este tipo de comunicadores por el uso de lenguaje popular y coloquial, antes que con los medios de comunicación tradicionales?

**-Entrevistada:** Yo creo que también el identificar se responde al cómo comunicamos o cómo hemos socialmente construido tal vez algunas figuras de autoridad y confianza en los medios, que de repente nos parece que ya no son tan confiables. Un ejemplo de esto es algo muy popular, que creo que todos y todas recordamos.

Por ejemplo, escuchar a Ignacio Santos en los medios de comunicación tradicionales, hablando sobre lo mismo de siempre. Entonces, para mí es muy importante entender la población meta del programa, como les mencionaba anteriormente, en general, yo creo que sí conecta.

**-Entrevistadores:** ¿El público conecta con este tipo de contenidos sarcásticos o irónicos por la personalidad “pachotera” del ser costarricense?

**-Entrevistada:** Yo desde mi perspectiva creo que esa identidad costarricense sí es la que hace que, por lo menos, el contenido político o de coyuntura sociopolítica nacional sea un poquito más digerible. Entonces, tenemos, por ejemplo, este programa de Juan Vainas, donde se trata de conectar. Tal vez no es tan político, ¿verdad?, como lo que estamos abordando, pero sí es un claro ejemplo de cómo la comunicación puede conectar o ese sentido de pertenencia, de necesidad de identificación cultural que tiene una persona con el tema que se está tratando de comunicar. Entonces, sí, en definitiva, al usar ese tipo de lenguaje popular, coloquial y pachotero, como decimos, sí conecta con las personas, el público meta.

**-Entrevistadores:** ¿Al informar sobre hechos políticos que pueden ser “cansados” o “aburridos” para algún sector de la población con técnicas audiovisuales mezcladas con humor hace más digerible un contenido que históricamente se ha tachado como “serio” y “formal”?

**Entrevistada:** Aquí entra un poco en juego también las objetividades y percepciones, pero, en definitiva, como les mencionaba, yo creo que el hacer esto un poco más suave, si se puede decir así, pues hace que una pueda digerir un poco más y entender un poco más la política, que suele ser un tema un poco complejo, más en la sociedad costarricense.

**Entrevistadores:** ¿Cuál es el límite en el que la comunicación irreverente, con humor y disruptiva pasa a rozar en comportamientos o normas humanas “mal vistas” por la sociedad?

**-Entrevistada:** En este punto, también es un poco complejo porque ya entra la subjetividad, las personas a las que les esté llegando el mensaje y demás, pero en general creo que sucede como cuando las personas perciben que la comunicación va un poco encaminada hacia intereses políticos particulares o personales de las personas o la persona que está comunicando. Y pues, evidentemente, también cuando se falta el respeto a algún derecho de alguna población que sea más vulnerable o invisibilizada, por ese sentido.

**-Entrevistadores:** ¿Cree que este tipo de contenidos más parcializados contribuyen a generar discusiones más reiteradas y exaltadas por los usuarios?

**-Entrevistada:** En efecto, desde mi perspectiva en definitiva esto genera polarización y lo que desde sociología también llamamos cámaras de eco, que básicamente... y de un solo aprovechamiento para vincularlo sobre si las discusiones se generan por estar en pro o en contra, que son reflejo de una sociedad un poco más violenta, en efecto este contenido parcializado, un poco más polarizado, lo que hace es que tengamos que seguir inconscientemente dentro

de nuestra cotidianidad reproduciendo modelos de comunicación y acción un poco más violentos, esto de acuerdo, claro, a la información y al contenido que consumimos.

Un ejemplo de esto, de un caso no tan reciente, pero no tan aislado tampoco de lo que hablamos, es el apoyo a lo que es el Gobierno actual, específicamente a la ministra de Educación, entonces recordemos un poco qué fue lo que pasó el 25 de julio de este año, en 2024, en Nicoya, durante la celebración de la Anexión del Partido Nicoya, recordamos un grupo de estudiantes que fueron atacados por un grupo pro-ministra, entonces están como... esta fuerza polarizada de que están los estudiantes que están en contra de la ministra, una ministra que venía de tener un voto de censura, pero que de repente se topa un grupo de choque, una fuerza, una contrafuerza, que era un grupo de personas, adultos guanacastecos, que los atacan porque estaban a favor de la ministra, entonces para mí esto es un claro reflejo de cómo una sociedad costarricense que consume contenido polarizado, parcializado en esas plataformas puede llevar esos comportamientos a las calles, esa violencia.

**-Entrevistadores:** ¿Considera que las personas optan por informarse en medios de comunicación con respaldo de veracidad y justicia o por aquellos que les digan lo que quieren escuchar?

**-Entrevistada:** Yo creo que aquí también es importante, quizás en esa coyuntura sociopolítica que hablamos, ir un poco más allá, como ir un poco a la génesis, a la ontología del problema, y es que también la población que suele consumir este tipo de contenidos, donde claramente la población que lo va a consumir es una población un poco más violentada y vulnerabilizada, por ejemplo, tenemos que la población joven, por ejemplo de 18 a 30 años, es la que ha sufrido más los ataques recortistas de este gobierno, ¿verdad?, entonces no sería para nada una casualidad, ni algo extraño, ni un evento aislado, que esta población a la que acude a estos beneficios, como lo podemos llamar, a toda esta protección de la institucionalidad pública, sea la que consume este tipo de contenido, porque es claramente algo que les pasa por el cuerpo, o algo, son poblaciones que atacan directamente, ya sea, no sé, violentándole sus derechos, o directamente por la inversión pública, social, y demás, entonces va como por ese sentido.

**-Entrevistadores:** ¿Este tipo de formatos puede llegar a tener éxito con un nicho de población más adulta o cree que está creado solo para una generación de adultos-jóvenes?

**-Entrevistada:** Yo creo que sí, porque quizás no tenga el mismo impacto a nivel de análisis crítico, ¿verdad?, que va a tener una población joven, pero de alguna u otra forma creo que son formatos un poco más atractivos, un poco más digeribles, que permiten un poco más también la participación activa, que tiene temas que son de interés para toda la población, y que, como hablamos anteriormente, los transmite de una manera no tradicional, entonces esto, pues por supuesto que de una u otra manera llega siempre a todas las poblaciones, y más si le inyectamos ese elemento de que son, en su mayoría, contenidos que critican o tratan de visibilizar las problemáticas de un Gobierno, de una coyuntura sociopolítica que no se ha preocupado por las poblaciones más vulnerables.

**-Entrevistadores:** ¿Considera que estos nuevos modelos de periodismo político contribuyen a que la población joven se interese más en temas políticos que les conciernen directamente y marcan el futuro del país?

**-Entrevistada:** En efecto sí, más en una sociedad donde el contenido y la información política es tan compleja, donde hay medios tan amarillistas, que están aliados al mismo Gobierno y demás, entonces pues yo sí considero que en este caso estas plataformas sirven y en efecto pues atraen a personas de todo tipo de población, y que también considero que el hecho de hacerlo un poco más digerible, de utilizar quizás contenido sarcástico, contenido audiovisual un poco más atractivo, pues sí genera de alguna u otra manera un impacto en las poblaciones jóvenes y también adultas.

***\*Observaciones y despedida\****