

Manifestaciones del Registro Coloquial en los Titulares del Periódico *Q'hubo* de Cartagena

Dora Deulofeutt Tovar

Luigis Gamarra Herrera

Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de

Profesional en Lingüística y Literatura

Asesor

Álvaro Saladén Roa

Universidad de Cartagena

Facultad de Ciencias Humanas

Programa de Lingüística y Literatura

Cartagena de Indias, D. T. y C.

2019

Dedicatorias

Este trabajo se lo dedico primeramente a Dios, por brindarme cada una de las oportunidades de mi vida, y en especial esta que es tan significativa para mí y mi familia.

A mis padres, por apoyarme en todo este camino; a mi mamá, porque siempre ha estado para mí y por no dejarme sola nunca; a mi papá, por escucharme en todo momento, por apoyar mis sueños sin importar el costo, y por nunca permitir que me rinda.

Y por último –pero no menos importante– a mi pareja, amigo y confidente, Eder Vergara Lambraño (Mi Dulce), quien ha creído en mí, me ha acompañado en los buenos y malos momentos, y busca que cada día sea la mejor en lo que me proponga.

A ustedes dirijo esta dedicatoria por ser las personas más importantes en mi vida.

Dora Deulofeutt Tovar

A mi madre y a mi bebé que viene en camino, quienes han sido mi motivación para alcanzar este logro, pues al convertirme en profesional podré ser sustento para ellos.

Luigis Gamarra Herrera

Agradecimientos

Culminado el proceso de elaboración de tesis, que se ha extendido por varios meses, queremos agradecerles a las personas que han sido parte de este camino, y sin quienes no podríamos encontrarnos donde estamos ahora. Gracias a todos nuestros profesores, por brindarnos las bases necesarias para desarrollarnos como profesionales, por despertar en nosotros el amor hacia el conocimiento y la pasión por la carrera de lingüística y literatura. A nuestro asesor, por guiarnos a lo largo del proceso de investigación y redacción de la presente tesis; por animarnos a seguir cuando sentíamos que no podíamos continuar.

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar los rasgos del registro coloquial en una muestra de portadas del diario *Q'hubo* de la ciudad de Cartagena de Indias. Por medio del análisis del discurso (AD) y los rasgos coloquializadores expuestos por Briz, se analiza este fenómeno, el cual es uno de los factores que ha motivado la aceptación del diario por más de 11 años de circulación. Asimismo, se realizó un análisis descriptivo de observación directa a los recursos lingüísticos y el diseño de las 90 portadas publicadas desde noviembre de 2017 hasta enero de 2018. Los resultados evidencian que a través de los recursos lingüísticos el diario de prensa sensacionalista *Q'hubo* reproduce un discurso hegemónico, donde el control social se disfraza de coloquialidad, al reproducir imaginarios estigmatizados y violentos de los sectores más vulnerables de la ciudad.

Palabras claves: análisis del discurso (AD), rasgos coloquializadores, prensa sensacionalista *Q'hubo*.

Contenido

	Pág.
Introducción	10
1. Manifestaciones del Registro Coloquial en los Titulares del Periódico Q'hubo	12
1.1. Antecedentes	11
2. Diseño Metodológico	18
3. Bases Teóricas	20
3.1. El Discurso Periodístico: Contextualización	20
3.1.1. Prensa sensacionalista, prensa popular	23
3.1.2. Breve perfil socio-económico del lector popular	25
3.2. El Titular: Estructura y Tipología	26
<i>3.2.1. Estructura: Antetítulo, título y sumario</i>	27
<i>3.2.2. La doble titulación en el periódico Q'hubo</i>	33
<i>3.2.2.1. Titulación por números</i>	36
<i>3.2.2.2. Tipología de los titulares</i>	37
<i>3.2.2.2.1. Descripción de las acciones o situaciones</i>	37
<i>3.2.2.2.2. Interpretación de acciones o situaciones</i>	39
<i>3.2.2.2.3. De Cita</i>	40
<i>3.2.2.2.4. Interpretación de actos de habla</i>	40
<i>3.2.2.2.5. Expresivos</i>	40
<i>3.2.2.2.6. Apelativos</i>	41
<i>3.2.2.2.7. Solo temáticos</i>	42
3.3. Registro	44

	6
3.3.1. El registro coloquial: Tipología	45
<i>3.3.1.1. Rasgos coloquializadores según Briz</i>	46
<i>3.3.1.1.1. Rasgos primarios</i>	46
<i>Rasgos coloquializadores semánticos</i>	48
<i>Rasgos coloquializadores morfológicos</i>	50
<i>Rasgos coloquializadores fonéticos</i>	51
3.4. Análisis del Discurso	51
4. Análisis del Corpus	53
4.1. Uso del Registro Coloquial en el Diario <i>Q'hubo</i> de Cartagena	53
4.2. Análisis Tipográfico de la Portada	54
4.2.1. Análisis de los colores y tamaño de las letras	58
<i>4.2.1.1. Rojo, amarillo, negro y blanco: Los colores de la muerte</i>	59
4.3. Sobrenombres y Profesiones: Una Forma de Nominalizar a los Actores	63
5. Interpretación de los Resultados	66
6. Conclusiones	69
Referencias Bibliográficas	71

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Portada del periódico Q'hubo	22
Figura 2. Portada de Q'hubo (16/06/17)	28
Figura 3. Elementos del titular en portada de Q'hubo (16/06/17)	29
Figura 4. Titular principal con estructura título antes del antetítulo	32
Figura 5. El titular principal	34
Figura 6. Titular principal con nueva titulación	34
Figura 7. Titular principal	35
Figura 8. Titular principal con nueva titulación	35
Figura 9. Titular protagonizado por números (1)	36
Figura 10. Titular protagonizado por números (2)	37
Figura 11. Distribución de la portada	56

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Numero de titulares de Q'hubo sobre el total mensual construidos según la estructura típica	30
Tabla 2. Titulares con estructura subtítulo en el mismo nivel de posición que el título	31
Tabla 3. Titulares con estructura subtítulo antes del antetítulo	31
Tabla 4. Titulares con estructura subtítulo debajo del antetítulo	31
Tabla 5. Titulares con estructura subtítulo debajo del título	31
Tabla 6. Titulares con estructura subtítulo antes del título	31
Tabla 7. Descripción de las acciones o situaciones	38
Tabla 8. Interpretación de las acciones o situaciones	39
Tabla 9. Expresivos	40
Tabla 10. Apelativos	42
Tabla 11. Solo temáticos	42
Tabla 12. Tipología de Títulos Diego Contreras	43
Tabla 13. Portadas con presencia de fotografías	57
Tabla 14. Tabla de colores	60
Tabla 15. Tabla de combinación de colores en las portadas de Q'hubo	63
Tabla 16. Tabla de nominalización de los actores	64
Tabla 17. Cinco menciones por objeto directo e indirecto	64

Índice de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Tipología de títulos	43
Gráfica 2. Portada con imagen	58

Introducción

El diario *Q'hubo* es un periódico popular masivo. El 85% de sus lectores vive en sectores ubicados en los estratos socioeconómicos bajo y medio bajo (2008, octubre 01). El nivel de educación predominante de estos es la básica primaria incompleta, seguida de la básica secundaria y la media vocacional o bachillerato. Aunque la principal intención de este tipo de prensa es informar, sus lectores encuentran un momento de escape a la hora de “ojear” el periódico *Q'hubo*, tal vez a causa de las largas jornadas laborales a las que suelen estar sometidos diariamente (cuando no están desempleados).

El último Estudio General de Medios y Comunicaciones (EGMC) consultado, boletín 2 ranking prensa 2018, reveló que el periódico *Q'hubo* es el diario más vendido en Cartagena. Con un total de 191 puntos, se encuentra por encima de publicaciones como *El Teso*, que ocupa el segundo lugar, y *El Universal*, periódico tradicional como tercera opción en este ranking distrital.

En virtud de lo anterior, puede afirmarse que se trata de un fenómeno periodístico, gracias a su índice de ventas y la cantidad lectores potenciales. Justamente, la fuerte influencia que el diario puede ejercer sobre estos direccionó la mirada para realizar esta investigación, cuyo objetivo es identificar los *rasgos coloquializadores* que se presentan en los titulares de las noticias de crónica roja del diario *Q'hubo*. A través de los recursos *morfológicos*, *semánticos* y *fonéticos* se analizará, desde la perspectiva del análisis discursivo, las manifestaciones del registro coloquial en esta publicación periodística.

Se trata de un estudio cualitativo de alcance descriptivo, cuyo corpus lo constituye una muestra no aleatoria de titulares de la edición de *Q'hubo* publicada en Cartagena, recogida

durante los meses de noviembre y diciembre de 2017, y enero del 2018. Para procesar los datos se utilizó la técnica de la observación directa y el análisis del discurso.

Este trabajo busca contribuir a una mirada más crítica por parte de los lectores del diario *Q'hubo* en su edición publicada en Cartagena. Esto es importante, puesto que instituciones sociales como la prensa se lucran mediante el control de la información, al tiempo que pretender informar a sus lectores. No obstante, la oferta informativa con frecuencia carece de profundidad, pues se limita a explotar el morbo y las emociones de los consumidores, mediante titulares como: “LLOVIÓ BALA EN OLAYA”, “BOTARON EL CHUPO”, “A MANSALVA”, “QUE ENREDAPITA”, “#WENDYVIVE”, “BOLETEAN A UNA PAREJA INOCENTE”.

En primera instancia, se reseñan los antecedentes afines al tema de investigación; luego, las bases teóricas del estudio; después, el diseño metodológico del mismo; posteriormente, se presentan los resultados arrojados por el análisis, la sistematización de los datos –el diseño de los titulares e imágenes– y la interpretación. Por último, se consignan las conclusiones.

1 Manifestaciones del Registro Coloquial en los Titulares del Periódico *Q'hubo*

1.1. Antecedentes

Cuando se hace referencia al *registro coloquial*, se encuentran muchos estudios que han abordado el tema desde diferentes perspectivas; entre ellos, las manifestaciones coloquiales en los titulares de diferentes periódicos. A continuación, se reseñan algunos trabajos afines al tema de la presente investigación.

Sobre prensa sensacionalista se hallan estudios como el titulado *Lecturas de la prensa popular: un estudio de recepción del periódico Q'hubo en la localidad de Kennedy de Bogotá* (Gómez, 2015). Su autora examinó la relación entre las audiencias y los medios a partir de un estudio de recepción del diario *Q'hubo* en los sectores populares de Bogotá, específicamente en la localidad de Kennedy de esta ciudad. El trabajo reconoce que las formas determinadas de interactuar con los medios están atadas a los contextos, las instituciones y los entornos culturales y sociales desde los que el lector construye su realidad y se inserta en la sociedad actual. Por lo mismo, se nutre de estos elementos para entender los procesos de recepción a través de las formas cotidianas de consumo del diario *Q'hubo* frente al contexto mediático actual. Se sustenta que dicho periódico se comunica con sus lectores combinando aspectos clásicos de la prensa popular y adaptando aspectos de diseño y lenguaje aportados por los nuevos medios. Lo que a su vez se relaciona con apropiaciones, usos y modos de leer de la audiencia, que reivindican interacciones tradicionales y desarrollan interacciones emergentes, gracias a la convergencia de las tecnologías con la cultura letrada, oral y visual. En ese sentido, se evidencia, a través de las lecturas de *Q'hubo*, que los modos de leer están en constante cambio y que las variaciones

culturales que experimentan las sociedades están reformulando también las formas de relacionarse con los medios populares y de apropiarlos en las rutinas cotidianas.

Las conclusiones arrojadas por esta investigación conllevaron a determinar que la estructura de *Q'hubo*, su lenguaje y temáticas, acompañadas de las necesidades y preferencias de los lectores de sectores populares elegidos para la investigación, resultan en interacciones tradicionales en las que se pretende adquirir información puntual de interés personal y colectivo. Esta última se puede utilizar en la vida cotidiana con un registro coloquial, sin necesidad de recurrir a otros medios y, sobre todo, sin necesidad de modificar las convenciones de lectura acostumbradas.

En esta misma línea se encuentra *En mayúsculas y al rojo vivo: análisis semiótico-discursivo de la violencia homicida* en la portada del periódico *Q'hubo* de Cartagena (Martín & Rendón, 2010). Este trabajo abordó las estrategias discursivas usadas por el diario en mención, del cual analizaron las portadas y los diferentes titulares, con el fin de describir los mecanismos discursivos que la prensa sensacionalista utiliza para la narración de los homicidios. En esta investigación, las autoras muestran que los titulares van de la mano con las fotografías; esto es, que en este tipo de prensa el lenguaje recrea o magnifica la muerte, pero el uso de fotografías le da un toque de morbo a la noticia. Es por eso que el análisis semiótico de la imagen juega un papel fundamental, ya que conlleva desentrañar distintos significados.

Este trabajo concluye, con base en la semiótica discursiva y la teoría discursiva multimodal, que el diario *Q'hubo* aborda una estética sensacionalista para crear un relato más atractivo y así cautivar la atención del sector popular. Por esta razón, los modos semióticos utilizados, como el juego de colores en las imágenes y titulares, el tamaño de la letra y el

particular estilo de titulación, obedecen a un acercamiento con los lectores, una cercanía de consumo, puesto que el fin informativo pasa a un segundo plano.

Otra investigación es la de Jacome (2011), titulada: *Representaciones semióticas de los sectores populares en portadas de Q'hubo (Cartagena): Análisis crítico discursivo*. En este trabajo de grado se busca, a través del análisis crítico del discurso, evidenciar las diferentes representaciones que legitiman imágenes peyorativas de las poblaciones de los sectores populares. Es por ello que la autora realiza un análisis descriptivo-interpretativo de todos los recursos lingüísticos que se encuentran en la portada del diario. El objetivo general es analizar, desde un punto de vista socio-discursivo, una muestra de 75 portadas del periódico, e interpretar las representaciones semióticas y los contratos discursivos que se configuran de los sectores populares en la prensa sensacionalista de Cartagena.

Los objetivos específicos de esta investigación fueron tres. De acuerdo con el primero, se ofreció un esbozo de los antecedentes, presupuestos teóricos y la metodología. En cumplimiento del segundo, se presentaron los resultados del análisis, desde la sistematización de los datos, el diseño de los titulares e imágenes. Y el tercer objetivo consistió en interpretar los resultados del análisis, para develar qué tipo de imagen de los sectores populares se producía.

El estudio permitió comprobar la hipótesis según la cual las portadas del diario reproducen una imagen negativa, estereotipada, la cual en ocasiones hace ver a sus habitantes como criminales. Esto es, al representarlos desde un ángulo negativo, encierra en una sola esfera a todos los habitantes de los sectores populares y resalta que en sus comunidades se cometen todo tipo de crímenes. Es por ello que el análisis crítico del discurso dejó en evidencia valores sociales, culturales y representaciones relacionados con dichos sectores populares. Además, se

analizaron elementos ideológicos del diario, los cuales subyacen al estilo particular que maneja, reflejado en el léxico y las temáticas predilectas, entre otras características.

Oporto (2004) en *Las innovaciones léxicas como recurso expresivo en la prensa escrita: Análisis de la sección actividad cultural del diario El Mercurio de Santiago*, recuerda que la lengua es la herramienta que utilizan los miembros de una comunidad para manifestarse expresivamente. Esta es flexible y adaptable a los cambios sociales, históricos y culturales; por ello, representa un reflejo de lo que sucede en la sociedad.

Bajo esta premisa, la investigación se fundamenta en la lingüística descriptiva, realizada a través de una metodología por objetivos. El estudio comprende un registro de las modificaciones formales y semánticas que sufren algunas palabras, además de la descripción, el análisis y la sistematización de los tipos de innovaciones a través de las categorías existentes en el campo de la lingüística, recogidas del corpus construido por las crónicas publicadas en el periódico antes citado, durante el año 2000.

La investigación de Baca & Espínola (2006), titulada: *El léxico en el diario Últimas Noticias o los nombres coloquiales de la pobreza*, se propuso recoger los léxicos coloquiales que nombran la pobreza en el diario caraqueño *Ultimas Noticias*, por tratarse de uno de los periódicos de mayor circulación en Venezuela. Los autores recopilaron un corpus hemerográfico, porque la prensa escrita es una fuente donde se observan con mayor rapidez las innovaciones lexicales.

Para llevar a cabo la elaboración del corpus lexicográfico se seleccionaron, de acuerdo con la competencia lingüística de los investigadores, los léxicos y expresiones relacionados con la pobreza. A fin de confirmar la validez de sus apreciaciones, se contrastaron con fuentes lexicográficas, tales como el *Diccionario de venezolanismos (DIVE)*; el *Diccionario del habla*

actual de Venezuela (DHAV); y el *Diccionario de la Real Academia Española* (DRAE). Cada léxico o expresión, además de su correspondiente definición, se contextualizó con ejemplos tomados del diario *Últimas Noticias*.

En este trabajo fue preponderante el criterio semántico. Recogido el corpus, posteriormente los autores clasificaron los léxicos y expresiones en los siguientes temas: espacios y servicios, tránsito, oficios, alimentación, reclamos y, especialmente, la actitud del pobre frente a la vida. También, incluyeron los términos y expresiones generalizadores, dado que estos constituyen un rasgo característico del habla coloquial.

La muestra correspondió a los ejemplares que van desde el 6 de marzo al 5 de abril de 2006. Cabe resaltar que *Últimas Noticias* es el diario más vendido en aquel país, especialmente en los sectores C y D de la población. Las noticias recogían la información de zonas aledañas a Caracas: Petare, Valle del Tuy, Charallave, Guatire, Guarenas, Estado Vargas, entre otras.

A la pregunta ¿contribuye el periódico *Últimas Noticias*, desde el punto de vista lingüístico, a superar las barreras socioculturales?, los autores respondieron negativamente, pues según sus conclusiones, a través del lenguaje, ese diario fomenta la banalización de la vida del pobre. Del corpus estudiado consideraron que el pobre vive “comiéndose las uñas”, “cruzando los dedos”, a punto de “volverse loco”. Y ante esa situación “color de hormiga”, sus problemas tienen soluciones “chucutas”, “a medias”, porque todo es un “vacilón”, un ir de “aquí pa’ allá”, de promesas incumplidas que lo dejan “como la margarita”, “vestidos y alborotados”. ¿Y qué le queda?, pues “hacerse el loco”, “a la buena de Dios” y “a punto de llamar a María”; en fin, la vida del pobre es un “rollo” insoluble (*Q’hubo*, 2017, 2018).

De las investigaciones presentadas anteriormente, las tres primeras siguen una misma línea: todas utilizan el análisis discursivo y semiótico, el cual contempla un análisis de los

titulares, entre otros elementos de las portadas. Sin embargo, estos trabajos no se centran específicamente en los títulos, puesto que están enfocados en los actores populares y la forma como son estigmatizados y nominalizados por el diario sensacionalista *Q'hubo*. Por su parte, los dos últimos estudios se realizan desde un punto de vista léxico, pues se enfocan en las innovaciones léxicas y en los rasgos coloquializadores que esta prensa utiliza. Un rasgo común de los trabajos antes reseñados es el poder que este tipo de prensa ejerce sobre los lectores de los sectores populares. Aunque su principal objetivo es informar, los resultados de estas pesquisas han demostrado que el consumo de este tipo de prensa pasa a un primer plano, lo cual se ve reflejado, no por el sector al que va dirigida, sino por cómo estos diarios plasman la noticia: no generan la visión crítica del lector, sino que, más bien, la limitan.

Si bien las anteriores investigaciones van en la línea del presente trabajo, el acento de este último se ubica en los rasgos coloquializadores que se hallan en el diario *Q'hubo* de Cartagena. No obstante, también se realiza un análisis semiótico de la tipografía que predomina en las portadas del diario.

2. Diseño Metodológico

Esta investigación es de corte cualitativo y de alcance descriptivo (de observación directa) – interpretativo. Se ha recogido un corpus de 90 titulares de portadas –de desarrollo de la noticia y de crónica roja publicados en el periódico *Q'hubo*–, correspondientes a los meses de noviembre y diciembre 2017, y enero del 2018 de la edición publicada en Cartagena. El principal criterio para elegir estos meses del año fue el alto índice de violencia que se presenta en la ciudad, estimulado en parte por la época festiva en Cartagena (la popular Fiesta de la Independencia); y, a su vez, la festividad mundial de fin de año y Año Nuevo. Por esta razón, el marco temporal se centró en analizar los meses mencionados, teniendo en cuenta la tabla de mortalidad violenta que el diario *Q'hubo* presenta anualmente; con un total de muertes de 249 donde el 43% fue causado por riñas, mientras que en el mes de enero del 2018 se registraron 18 muertes violentas (COSED)*. A causa de la ola de tres meses de muertes, el periodo investigado se inspira ante estos sucesos, y los muestra con llamativos titulares, fotografías e inmensas letras.

El propósito es categorizar los rasgos coloquializadores que se presentan en los titulares principales de portada en *Q'hubo*, con base en los rasgos propuestos por Briz (1998). Además, se incluirán los rasgos descubiertos en otras investigaciones como la de Mancera (2009b), a saber: semánticos, léxicos, fonéticos, onomatopeyas, ironía, hipérbole, humor, e innovaciones léxicas y metafóricas. El diario *Q'hubo* utiliza estos recursos para buscar una supuesta cercanía con los lectores, pero incurre en la exageración o abuso de estos. Por otra parte, se echará mano de los conocimientos suministrados por la Semiótica, para realizar un análisis detallado de la portada del diario *Q'hubo*; y la correlación existente entre texto e imagen, ya que ayudan a construir, en primera instancia, un relato criminal disfrazado de coloquialismo.

* Dato tomado del portal web de COSED, reporte estadístico especial de homicidios en la ciudad de Cartagena.

Antes del desarrollo del análisis del corpus es necesario introducir los conceptos claves utilizados en esta investigación, a fin de lograr una mejor comprensión y contextualización del tema, tales como *Análisis del Discurso* (AD) desde el campo de la lingüística y la influencia en el entorno, el *discurso periodístico* y dos tipos de prensa: la *sensacionalista* y la *popular*.

3. Bases Teóricas

3.1. El Discurso Periodístico: Contextualización

Con un énfasis en la prensa popular desde sus inicios, el surgimiento de la prensa y el género periodístico al que está suscrito, se calcula que lo impreso o todo lo que abarca esta palabra (novelas y periódicos) tiene sus inicios en el Renacimiento (Chartier, 1993), con un tinte elitista. La prensa (informal) de los siglos XIII y XV se dirigía a un público letrado, con una filiación política y bastante cargada de detalles gracias a su gran tamaño.

El discurso periodístico, sin importar la esfera social a la que se dirige, ha estado en constante evolución desde su primera aparición como medio de comunicación. Se ha enfrentado a guerras monárquicas, civiles e industriales, y demás hechos que han marcado la historia de la Humanidad, las cuales quedaron registradas entre líneas. La irreversible corriente de la evolución para esta tecnología escrita es un paso acelerado que impone la civilización con cada descubrimiento para mantener a sus lectores informados de los acontecimientos mundiales, nacionales o locales. Para los diarios “formales” los asuntos políticos y económicos siguen siendo pieza clave en esta prensa, y como última instancia, los actos criminales forman parte del entretenimiento momentáneo o de relleno, aludiendo a la actualidad.

En primera instancia, estos discursos impresos reflejaban la rebeldía del pensamiento humano y su descontento con los manejos sociales que pudieran acontecer para la época. Registrar con exactitud los acontecimientos resultaba complicado y un poco retardado para la época medieval. El soporte tecnológico a partir del cual se construía la realidad social es de la misma escala que la vida significativa de los actores sociales. “En esa época, para saber que el rey había muerto, un caballo recorría Francia y tres meses después un campesino lo sabía... Claro

que había realidad social... pero era mucho más lenta, infinitamente más esquemática y menos homogéneamente repartida” (Verón, 1983, p. 24). Así funciona lo noticioso, por la posibilidad que brinda de construir un rumor colectivo (Betancur, 2005).

En sentido estricto, por *periodismo* se ha entendido “aquella actividad consistente en recabar informaciones, seleccionarlas, procesarlas, recogerlas en un soporte y ofrecerlas” (Álvarez, 2004, p. 28). Sin embargo, el periodismo se encuentra definido por la RAE, como “la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades” (RAE, 2015). Lo anterior sin perder de vista que el periodismo va más allá, ya que implícitamente este ejerce cierto poder sobre quienes lo leen, puesto que el discurso utiliza la palabra como medio para llegar a cada ciudadano u hogar.

Aunque el oficio de informar a través de la prensa es un acto moderno desde que se denomina como *periódico*, no se debe desconocer que existen registros de que en la antigüedad hombres se ganaban la vida procesando información de los sucesos y posteriormente vendiéndola. Ya en el Renacimiento, el periodismo pasa a ser formal, porque de una forma periódica, ordenada, pública y con un precio establecido gana espacio en la sociedad. Por otra parte, “el periodismo no podía estar exento de los géneros, en cuanto a las diferentes categorías del periodismo” es definido así por Martínez (2004): “(...) los géneros son modalidades de creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva (...)” (p. 70), en este caso la prensa escrita. Los diferentes géneros o etapas que presenta el periodismo son el resultado de un proceso histórico unido a la evolución del mismo, el predominio de una etapa sobre otra depende de la época. Según Martínez (2004), “para el siglo XIX se destacan los siguientes géneros: *Periodismo ideológico*, *Periodismo informativo*, *Periodismo de explicación*.” (p.). Ahora bien, teniendo conocimiento sobre las diferentes etapas

que presenta el periodismo moderno, esta investigación se concentrará en la categoría del *periodismo informativo*, dado que *Q'hubo* es un diario de prensa escrita informativa.

En cuanto a la definición de esta etapa, el autor mencionado lo define del siguiente modo: “(...) estilo periodístico que se apoya fundamentalmente en la narración o relato de los hechos (...)” (Martínez, 2004, p. 71). En lo que sigue, *Q'hubo* se encuentra en este género periodístico, ya que ofrece diariamente a sus lectores hechos noticiosos narrados y presentados de un modo particular.

En la actualidad, el periodismo es un campo económico muy poderoso que mueve masas, instrumento fundamental de control social. Sin importar a que género estén suscritos, los periódicos impresos están compuestos por varios elementos: *noticias, fotografías, anuncios y comentarios* (ver figura 1).



Figura 1. Portada del periódico *Q'hubo*

La letra **A** corresponde a la fotografía de la noticia principal; la letra **B**, al titular de la noticia antes mencionada; a su vez, **C1**, **C2** y **C3** señalan las noticias de relleno; y por último, la letra **D**, alude al espacio publicitario, bien sea del periódico en cuestión, o de otra marca.

3.1.1. Prensa sensacionalista, prensa popular. Es indispensable aclarar lo complejo que resulta definir estos conceptos con exactitud, puesto que existen diferentes inclinaciones hacia estos temas.

La *prensa popular* surge en Estados Unidos, en 1833, con la aparición del diario *New York Sun*, un ingenioso modelo. El diario popular era innovador, cuya representación consistía en una nueva forma de presentar el contenido; además, su módico precio lo hacía más asequible a los lectores. Este tipo de prensa equivale a significar *prensa del pueblo*, pensada para un público específico: la *clase obrera*.

La *prensa sensacionalista* va de la mano con la prensa popular; nacen en el mismo país, aunque en fechas diferentes (entre 1840 y 1850). “Fue una manera de elegir, presentar y comentar... de inventar la noticia... un tipo de prensa más comercial” (Betancur, 2005, p. 33). El *sensacionalismo* es aquel que viraliza la información de sucesos actuales con alta dosis de violencia, protagonizados por personas comunes, dirigida a un público letrado que no está interesado en las problemáticas provenientes de la política o economía. Por otra parte, el fin de este tipo de prensa está más allá de informar, puesto que su interés principal es el consumo. La prensa de los siglos pasados estaba altamente cargada de detalles en la redacción de la noticia, físicamente eran grandes tiras de papel; mientras que la nueva forma de presentar la noticia buscó ser diferente en todos los aspectos. Su tamaño principalmente es en formato tabloide, fácil de transportar. Las noticias eran más ágiles, es decir, concisas, un lenguaje fácil de comprender;

titulares de gran tamaño y llamativos en su contenido. Sin embargo, lo que hace diferente este tipo de prensa es su dramatismo popular; el morbo sin censura para narrar las historias de seres cotidianos.

Q'hubo oscila dentro de las categorías periodísticas popular-sensacionalista, en virtud de los siguientes rasgos: i) la incorporación de lo popular a través del lenguaje, ii) la peculiaridad para expresar las problemáticas de la ciudad y iii) la aceptación de la comunidad consumidora de cada una de estas características.

El término *sensacionalista* desprende un calificativo negativo o despectivo creado por la sociedad. Esta investigación no se enfoca en señalar este punto, pero es indispensable abordarlo puesto que es pieza clave para este trabajo. Ahora bien, el populismo de este periódico inicia desde su nombre: *Q'hubo* (contracción de la frase *qué hubo*), el cual hace parte del léxico informal colombiano. Tiene como significado: ¿qué más?, ¿qué tal?, entre otros. Este tabloide, publicado por el Grupo Nacional de Medios, es distribuido en más de 12 departamentos de Colombia, como Bolívar, Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia, Cesar, entre otros. Aunque las distintas versiones comparten la misma estructura y por supuesto el nombre, la edición no es la misma, sino que suele variar por ciudad o región. Por otra parte, si bien *Q'hubo* también presenta hechos de política, deportes y farándula, enfatiza en presentar noticias judiciales con un alto grado de violencia, las cuales muestra explícitamente con grandes fotografías e inmensos titulares. *Q'hubo* Cartagena es aliado del periódico tradicional *El Universal*, al igual que el diario de tinte amarillista *El Teso*, ambos de la misma ciudad y casa editora.

Tiene un ponderado de 25 a 28 páginas distribuidas en cuatro (4) secciones principales: Así pasó, Mi gente, Zona rosa, Zona depor; y cuatro (4) más secundarias: Mundo insólito, Tema

del día, Q'hubograma y Clasificados. El diario presenta los sucesos más importantes de la ciudad, protagonizados por personas del común, cuyos escenarios suelen ser los barrios o sectores populares.

3.1.2. Breve perfil socio-económico del lector popular. Guiándonos por la visión y misión del diario *Q'hubo* se autodefinen como un periódico abierto a todo tipo de público, especialmente a los estratos 1, 2 y 3. Este diario es muy cercano a la gente, muy colorido y gráfico. En *Q'hubo* tienen cabida todos (*Q'hubo*, 2008).

El diario se ha convertido en el escenario de visualización de las tragedias de sectores populares de Cartagena, hecho que ha llamado la atención de sus principales lectores debido a que la población que consume esta prensa se desenvuelve en trabajos informales como, mototaxismo, ama de casa, chofer informal, vendedor ambulante entre otros. *Q'hubo* sigue siendo un fenómeno periodístico, ya que con él se encuentran suscritos más 200.000 lectores que diariamente prefieren la versión impresa. Es importante mencionar que este periódico no solo utiliza técnicas de mercadeo novedosas. En efecto, su mercado de distribución va más allá de los límites de Cartagena; es decir, el tabloide llega a los pueblos aledaños de la ciudad pertenecientes al departamento de Bolívar, lo que aumenta la cifra de suscriptores.

Habitualmente a las 3 de la mañana, *Q'hubo* inicia la rutina de circulación, al repartirlo en los centros de venta establecidos y, por supuesto, a los voceadores. Estos últimos se identifican por utilizar un chaleco de color amarillo con el cual recorren las calles. Es común encontrarlos en las esquinas de los semáforos, en lugares con mucho flujo de personas, avenidas principales o secundarias, con el objetivo de promocionar el impreso actual. Así, los voceadores son una especie de “vallas publicitarias vivientes”.

3.2. El Titular: Estructura y Tipología

Es notable la importancia que hoy les atribuyen, tanto informadores como lectores, a los titulares de prensa. La primera razón del interés que despiertan se debe a la amplia gama en su variedad. Su concepción abarca desde una elaboración clara y comprensible, pasando por una presentación rica y creativa, hasta desembocar, en ocasiones, en una complicada maraña que lleva a algunos de ellos a confundir y por ende a posibles dificultades en materia de comprensión. En un segundo momento, el atractivo de los titulares de prensa reside en su responsabilidad como captadores de la atención del lector sobre la noticia que preceden, pues en muchas ocasiones son casi los únicos elementos que se lee de las mismas. Y la última razón de su importancia radica en el hecho de que los titulares reflejan la concepción general de la noticia, y son portadores de la visión o ideología del medio impreso en el que se insertan (Ruiz, 2002, p. 79).

Los titulares de prensa cumplen una función esencial en el texto: mediante pocas palabras deben captar la esencia de la noticia (Contreras, s. f., p. 299). *Q'hubo* es un periódico rico en estas características, ya que su esencia se basa en la vistosidad de sus titulares y también en su contenido. Con un léxico amplio en registro informal, de los cuales se desprende la fraseología, las metáforas, el humor grotesco, la ironía, entre otras características, logra captar la atención de los lectores.

Con un peculiar estilo, este tipo de prensa escrita coloca todo el ingenio en la portada principal. A simple vista, el lector puede apreciar los inmensos títulos, antetítulos y sumarios, por supuesto acompañados de morbosas fotografías que respaldan la noticia, las cuales ocupan un espacio considerable en la página, debido a su exagerado tamaño.

Esta investigación, justamente, se inclina hacia el hecho de que gran parte del éxito de este periódico está basado en el amplio léxico coloquial utilizado en los titulares, sumarios y, por supuesto, en el contenido de la noticia. Todo esto hace fácil la “comprensión” de la misma, al brindarle al lector la oportunidad de saber qué sucede en la ciudad y el mundo.

3.2.1. Estructura: Antetítulo, título y sumario. Los titulares están conformados por diversos elementos, según la investigación realizada por Martínez (2004) y otros. El título, es el abre boca de la noticia; en pocas palabras, se encarga de introducir lo que acontece y por ende de atraer al lector. Dicho así, los títulos y los elementos que los acompañan y complementan en la página de un diario son una de las puertas de acceso a la lectura de los productos editoriales, por la que se elige entrar a la noticia o seguir de largo, sin otorgar interés.

El título es el elemento principal del titular. Como se ha detallado más arriba, “su función es, básicamente, doble: informar y atraer. Según el caso, primará una u otra función y esto depende, básicamente, del formato redaccional” (Martínez, 2004, pp. 3-4).

Por su parte, el antetítulo, sobretítulo o volanta (como es conocido), es el elemento que aparece, siempre, sobre el título. Las funciones que se le atribuyen son las de ubicar geográficamente al lector y complementar la información que brinda el título.

La bajada o también conocido como sumario, “es la que desarrolla y amplía la información del título. Este elemento presenta, de manera precisa y concisa, la información de la que se da cuenta en el texto de la noticia” (Martínez, 2004, p. 5).

En *Q'hubo* se utiliza como elemento principal el título, y como elementos secundarios el antetítulo y el sumario. Estos no sólo se definen por la posición, sino por los colores que utiliza para diferenciarlos.

El siguiente es un ejemplo de la disposición de dichos elementos en el titular principal de una portada *Q'hubo* (ver figuras 2 y 3):



Figura 2. Portada de *Q'hubo* (16/06/17)

Fuente: http://qhubo.com/epaper/cartagena/viewer.html?publication=Cartagena&date=06_06_20



Figura 3. Elementos del Titular en Portada de Q'hubo (16/06/17)

Fuente:

http://qhubo.com/epaper/cartagena/viewer.html?publication=Cartagena&date=06_06_2017

En la figura 2, la letra A, ubicada en la parte superior del lado izquierdo, señala el elemento conocido como antetítulo. A su vez, la B indica el título. Y por último, la letra que está a la derecha: C, muestra el sumario o bajada.

Cada uno de dichos elementos conecta al lector con el suceso, ya que a través de ellos el consumidor obtiene una breve información de lo acontecido, la cual puede que lo incite a seguir leyendo o, por lo contrario, a descartar la noticia.

Según sean los géneros periodísticos usados, “es evidente que los titulares de prensa cumplen una función muy distinta de la que desempeñan otros títulos, como pueden ser los de las

obras literarias” (Luzón, s.f., p . 301). Como se mencionó anteriormente, este tipo de prensa va más allá de informar, ya que los recursos que lingüísticamente utiliza no son escogidos al azar; es decir, los títulos tienen una alta dosis de intencionalidad por la forma en que están constituidos, bien sea utilizando el orden sintáctico, el recurso morfosintáctico, el valor pragmático y otros recursos que este tipo de prensa suele utilizar. Además, el color de la letra, su tamaño y las palabras escogidas hacen que el periódico se muestre como espontáneo, natural; sin embargo todos los recursos utilizados están por una razón (ver tabla 1).

Tabla 1. *Numero de titulares de Q’hubo sobre el total mensual construidos según la estructura típica*

<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	Periódicos
20	18	22	60

Fuente: autoría propia

No obstante lo anterior, en el desarrollo de la investigación se observó un fenómeno particular en los titulares: el orden de la titulación que el diario *Q’hubo* presenta en ocasiones no cumple la estructura establecida *antetítulo, título y sumario*. En el corpus de 90 periódicos escogidos, el 33.33% de las portadas varían en el orden de la titulación, las cuales muestran estructuras diferentes. A continuación se presentarán las tablas con los diferentes órdenes de titulación (ver tablas 2-6) y, a manera de ejemplo, una portada que ilustra este fenómeno (ver figura 4):

Tabla 2. *Titulares con estructura subtítulo en el mismo nivel de posición que el título.*

<u>Donde el título y subtítulo en el mismo nivel de altura</u>			
<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	
5	1	1	7

Fuente: autoría propia

Tabla 3. *Titulares con estructura subtítulo antes del antetítulo.*

<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	
6	6	6	18

Fuente: autoría propia

Tabla 4. *Titulares con estructura subtítulo debajo del antetítulo.*

<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	
0	1	1	2

Fuente: autoría propia

Tabla 5. *Titulares con estructura subtítulo debajo del título*

<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	
0	1	1	2

Fuente: autoría propia

Tabla 6. *Titulares con estructura subtítulo antes del título*

<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
30 diarios	30 diarios	30 diarios	
0	0	1	1

Fuente: autoría propia



Figura 4. Titular principal con estructura título antes del antetítulo

En la imagen anterior resaltamos con la letra A lo que sería el antetítulo, con la letra B el título y, por último, la letra C corresponde al sumario.

Las tablas presentadas señalan el número de veces que ocurre este fenómeno en los tres meses seleccionados por la investigación. Esto significa que estas características son frecuentes, innovadoras e incitan a lo que se denominó el registro coloquial visual ya que, partiendo de la teoría que el registro coloquial carece de planificación y se desenvuelve en un ambiente de confianza y espontaneidad, se traslada esta característica oral a lo visual y lo escrito en el diario *Q'hubo*. Si bien se ha señalado que este tipo de prensa se desenvuelve en el ámbito de la informalidad intencionada, resulta evidente que *Q'hubo* no pretende regirse por los parámetros establecidos de la titulación, ya que si al hablar de un tema en particular en un contexto familiar o de amigos, dichos temas no necesitan un antetítulo, título y sumario, puesto que estos se

pueden presentar en el orden que el diario propone, ya que se asemeja a una conversación entre un grupo de amigos comentando la noticia o tema del día. Llegados a este punto se debe aclarar que este fenómeno no es algo nuevo, pues al revisar las diferentes investigaciones inspiradas en el diario sensacionalista se notó esa notoria particularidad.

3.2.2. La doble titulación en el periódico *Q'hubo*. En el proceso de la investigación se observó otro fenómeno explícito en el diario *Q'hubo* y se trata de la dualidad de titulación*. Al analizar el corpus se percibió que de cada noticia presentada en la portada (titulada) existe una nueva titulación, *antetítulo*, *título* y *sumario*, expresada de forma muy distinta a como se vendió al lector es decir, los encargados de diseñar las diferentes portadas y nombrarlas utilizan todos los elementos que puedan ayudar a impactar al futuro lector, al conseguir la finalidad que es la venta del tabloide, el desarrollo del suceso se torna menos llamativo y va desde lo discursivo hasta las imágenes que utilizan ya que, estas exhiben un lenguaje simple y menos exagerado.

En cuanto al punto principal que la dualidad de titulación, los titulares de segunda instancia como lo denominamos, no pierden el sentido de la noticia pero lo que corresponde al *antetítulo* se prolonga mucho más que en el titular de primera instancia segundo, el *titular* no es el mismo que estaba contemplado en la portada y en el último caso el sumario en ocasiones pasa a ser el desarrollo de la noticia y en otras existe un sumario separado del desarrollo de la noticia.

Si fijamos la mirada a la presentación de la noticia se observará la característica del *Registro coloquial visual* reflejada en el cambio de colores de la doble titulación, para comprender lo expuesto anteriormente se presentarán los siguientes ejemplos:

* El fenómeno de la dualidad de títulos se presenta en todas las noticias que el diario *Q'hubo* publica.



Figura 5. El titular principal



Figura 6. Titular principal con nueva titulación



Figura 7. Titular principal



Figura 8. Titular principal con nueva titulación

3.2.2.1. Titulación por números. Q'hubo presenta otra característica al momento de titular las noticias, en este caso la titulación por números; aunque hace presencia en un 11.11% de todo el corpus, es un índice alto para un diario que se especializa en utilizar solo letras para nombrar sus noticias. Este fenómeno resalta el número por encima de las fotografías y de las letras, otorgándole el protagonismo y el centro de la noticia, en el análisis de titulación por números en *Q'hubo*, las características principales son dos: teñir el número principal de color rojo y un prominente fondo negro que ayuda al contraste de colores, lo que produce un efecto visual impactante para el lector (ver figuras 9 y 10).



Figura 9. Titular protagonizado por números (1)



Figura 10. Titular protagonizado por números (2)

3.2.2.2. Tipología de los titulares. En lo que respecta a la tipología de título, al igual que existen tipos de géneros periodísticos, esta diversidad también se presenta en los titulares. A continuación, se presentará una posible tipología inspirada en los trabajos propuestos por otros autores, según lo expresa Ladevéze (1991).

A continuación, se describen las siete (7) categorías escogidas como punto de partida de la función que puede cumplir el titular, así como los titulares clasificados en cada una de estas.

3.2.2.2.1. Descripción de las acciones o situaciones. El tipo de título que describe acciones o situaciones es aquel meramente referencial y autosuficiente: su lectura le basta al lector para comprender el contenido del texto que les sigue a estos. Además, definen una unidad espacio temporal. En total se identificaron 26 titulares de este tipo, los cuales se registraron en la tabla 7.

Tabla 7. Descripción de las acciones o situaciones

<u>Clasificación de la temática</u>	<u>N°</u>	<u>Ejemplos</u>
Descripción de las acciones o situaciones	N10	
	1	TAXISTA BORRACHO Y PEGÓN
	N10	
	2	SE ROBARON HASTA EL INODORO
	N10	
	8	PERSEGUIDO Y ACRIBILLADO
	N11	
	1	SE FUE DETRÁS Y LO MATARON
	N11	
	4	PANDILLEROS MATARON A DOS PRIMOS
	N11	
	5	DURARON 10 DÍAS AQUÍ
	N11	
	6	NO CANTÓ, NI PAGÓ: MATÓ
	N11	
	8	GARROTAZO Y A LA BASURA
	N12	
	2	2 TIROS MORTALES EN LA TIENDA
	N12	
	6	LLEGÓ BORRACHO Y LA COGIÓ A GOLPES
	N12	
	8	DEGOLLARON A SU HIJO MAYOR
	N13	
	1	DE UN BALAZO EN LA CABEZA A UN TAXISTA
	N13	
	2	MEDIA DOCENA DE ASESINOS
	N13	
	3	LA MATÓ EL RECLUSO
N13		
7	ABUSÓ DE UNA NIÑA DE 4 AÑOS	
N13		
8	5 DÍAS PARA GRADUARSE	
N13		
9	FULMINADO EN LAS MURALLAS	
N14		
1	LE DAN UN TIRO EN LA CABEZA POR NO DEJARSE VIOLAR	
N14		
6	ABEJAS AFRICANAS LE QUITAN LA VIDA	
N15		
0	LE DIERON POR AVISAR	
N15		
6	A PLOMO EN LA ESPERANZA	
N15		
9	BODEGA CONSUMIDA	
N17		
0	3 PUÑALADAS POR UNA BICICLETA AJENA	
N18		
0	3 MUERTOS EN UNA NOCHE	
N18		
1	5 MUERTOS EN MENOS DE 7 HORAS	

N19

0 UNA MENOR LE CLAVÓ EL CUCHILLO

Fuente: Autoría propia

3.2.2.2.2. *Interpretación de acciones o situaciones.* Al igual que los del anterior tipo, estos 29 titulares también son autosuficientes; sin embargo, su contenido es explícitamente valorativo (ver tabla 8).

Tabla 8. *Interpretación de las acciones o situaciones*

<u>Clasificación de la temática</u>	<u>N°</u>	<u>Ejemplos</u>
Interpretación de acciones o situaciones	N105	DEL OLOR AL DOLOR
	N106	12 HORAS DE TERROR
	N107	NO RESISTIÓ EL IMPACTO
	N112	UN RETÉN DE MUERTE
	N120	SU VIDA POR UN REMO
	N123	LA ATARRAYA LE COSTÓ LA VIDA
	N124	ELECTROCUTADA FRENTE A SUS HIJOS
	N125	4 VIOLACIONES EN 3 SEMANAS
	N129	ACABABA DE SER PAPÁ
	N130	CACHETERO Y ASESINO
	N135	EL POZÓN SANGRA Y LLORA
	N143	TAXISTA ACOSADOR
	N147	DESTINO HERRADO
	N151	CITA CON LA MUERTE
	N152	NO CORRIÓ A TIEMPO
	N153	PASEO A LA TRAGEDIA
	N154	FAENA FINAL
	N157	FAMILIA DESTROZADA
	N160	MÁS TRISTES LOS DÍAS SERÁN
	N161	BALAZO MORTAL A UN MENOR
	N162	LO MATÓ UN AMIGO CARÓN
	N165	SE LAS LLEVÓ LA VIOLENCIA
	N166	LA BALA SE LLEVÓ A CAMILA
	N173	LLEGÓ VICTORIOSO, SALIÓ MUERTO
	N175	AMIGO LO MATA POR \$40 MIL
	N176	NECESIDAD MORTAL
	N177	CUMPLIÓ PARA MORIR
	N185	NO AYUDAN, ATRACAN
	N186	5 CAÍDOS

Fuente: Autoría propia

3.2.2.2.3. *De Cita*. Este tipo de titulares resalta una frase, total o parcialmente entrecomillada, la cual induce al lector a pensar que citan textualmente una expresión proferida por una persona testigo del hecho registrado por el titular.

3.2.2.2.4. *Interpretación de actos de habla*. A diferencia de los anteriores, estos titulares no pretenden introducir palabras textuales, sino que usan los *verba dicendi*[†] para definir las acciones realizadas por los sujetos referidos en el titular.

3.2.2.2.5. *Expresivos*. Estos titulares evocan un hecho que se presume conocido por el lector. Contiene la reacción del diario que –al parecer– coincide con la del lector (ver tabla 9).

^{††} Los *verba dicendi* son aquellos que expresan actividades verbales realizadas con la intención de comunicar o describir algo.

Tabla 9. *Expresivos*

<u>Clasificación de la temática</u>	<u>N°</u>	<u>Ejemplos</u>
Expresivos	N100	ME DUELE ME DUELE
	N112	¡CUANTA SABROSURA!
	N113	LES SALIÓ “GENERAL”
	N114	¡GRÍTALO BOQUILLA!
	N117	¿POR DICLOFENACO?
	N121	ESTUDIANTES POSEÍDOS
	N134	ESO FUE PLANEADO
	N136	¡EXPLOSIÓN!
	N142	¡NO ESCARMENTÓ!
	N144	ME DIERON BOLILLO COMO A UN BANDIDO
	N148	¡MATARON A 9!
	N155	“¡NO AGUANTÓ EL PITIDO!”
	N167	¡NO TE OLVIDAMOS!
	N168	¡NO SALIÓ MÁS!
	N169	#WENDYVIVE
	N171	¡5+3+1+1= 10 VECES PILLADO!
	N174	“¡NO HAY PA’ MÁS!”
	N188	¡TERROR EN BOLÍVAR!

Fuente: Autoría propia

3.2.2.2.6. *Apelativos*. Los titulares de este tipo llaman la atención sobre un hecho que se presume no es conocido por el lector, pero del que tampoco se dice todo, con el fin de invitar a leerlos (ver tabla 10).

Tabla 10. *Apelativos*

<u>Clasificación de la temática</u>	<u>N°</u>	<u>Ejemplos</u>
Apelativos	N104	TAXISTAS BAJO ATAQUE
	N109	LLEGÓ DEL PUEBLO A MORIR
	N110	CONTRA LA CARRETERA
	N119	4 VIDAS EN EL MAR
	N127	EMBARAZADA SE ENFRENTÓ A LOS ASESINO
	N140	A MACHETAZOS EN EL MONTE
	N145	LO MATÓ UNA MAPANÁ
	N158	ALEMÁN SE AHOGÓ SURFEANDO
	N175	PADRÓN MATA A BRASILEÑO
	N182	EL MATÓN LO COGIÓ DURMIENDO
	N183	SU VIDA POR UN PULSO
N184	VINO A FIESTAR Y LO PILLARON	
N189	EL MISMO DESTINO.	

Fuente: Autoría propia

3.2.2.2.7. *Solo temáticos*. Presentan el tema de que se trata, pero sin aportar novedades; es decir, no suministran el rema o información nueva (ver tabla 11).

Tabla 11. *Solo temáticos*

<u>Clasificación de la temática</u>	<u>N°</u>	<u>Ejemplos</u>
Solo temáticos	N163	JUSTICIA POR MANO PROPIA
	N164	HALLADA EN UN MONTE
	N178	TRAGEDIA VIVA
	N179	URGENCIA DE MUERTE

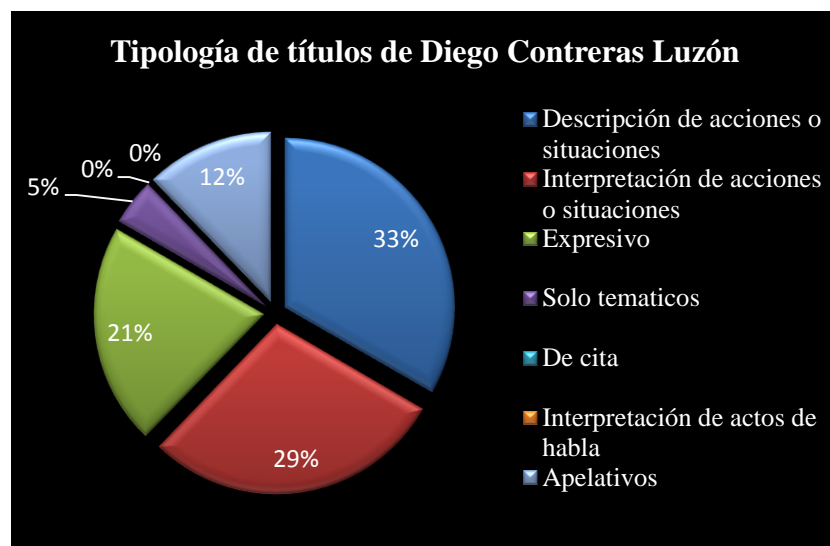
Fuente: Autoría propia

A continuación, se resumen los resultados hallados con base en la tipología de titulares propuesta por Diego Contreras (ver tabla 12 y gráfica 1).

Tabla 12. *Tipología de títulos Diego Contreras*

	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	
	<u>2017</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>Periódicos</u>
	30 diarios	30 diarios	30 diarios	
Descripción de acciones o situaciones	11	13	6	30
Interpretación de acciones o situaciones	9	7	10	26
Expresivo	5	8	6	19
Solo temáticos	0	0	4	4
De cita	0	0	0	0
Interpretación de actos de habla	0	0	0	0
Apelativos	5	2	4	11
Total				90

Fuente: Autoría propia



Gráfica 1. Tipología de títulos.

Fuente: autoría propia

3.3. Registro

La noción de *registro* es a la vez muy simple y muy importante. Se refiere “al hecho de que la lengua que hablamos o escribimos varía de acuerdo con el tipo de situación” (Halliday, 1978, p. 46). “Convencionalmente y en abstracto se pueden distinguir dos tipos de registros: el formal y el informal-coloquial” (Briz, 1998, p. 16). Es una propiedad fundamental de todas las lenguas variar de acuerdo a su uso (Halliday, 1978), y estos usos pueden manifestarse en lo oral y en lo escrito.

La característica de planificación que posee el registro formal le confiere mayor densidad lexicológica que al registro hablado. Por su parte, el lenguaje de acción (habla) posee la menor densidad lexicológica de todos (Ure, 1971). En algunos casos, esto se presenta debido a que con frecuencia se asocia el registro formal con lo escrito, mientras que en el otro extremo el registro coloquial lo han presentado como de uso casi exclusivo de la oralidad.

Al conocer la situación, el contexto social que se utilizará en el lenguaje, los interlocutores podrán predecir implícitamente el registro que la conversación indica. No es necesario conocer el contexto social a profundidad o con anticipación para participar en un diálogo, pues es necesario tener presente la situación en la relación del lenguaje. Pero lo fundamental radica en las siguientes características propuestas por Halliday, McIntosh & Strevens (1964). Estos autores utilizaron por primera vez el término *estilo del discurso*, en vez

de *campo del discurso*, *tenor del discurso*, *modo del discurso*[‡], los cuales se definen a continuación.

El *campo* se refiere al marco institucional en que se produce un trozo de lenguaje, e incluye no solo el tema, sino toda la actividad del hablante o del participante en determinado marco.

A su vez, el *tenor* se refiere a la relación entre los participantes... no solo a la variación de formalidad... sino... también a cuestiones como la permanencia o cosas por el estilo de la relación y el grado de carga emotiva que hay en ella...

Por su parte, el *modo* se refiere al canal de comunicación adoptado: no solo a la elección entre médium hablado y médium escrito, sino a las elecciones mucho más detalladas.

Trasladando estos conceptos generales hacia la prensa popular-sensacionalista, como es el caso de *Q'hubo*, se puede afirmar que este diario maneja un *campo* de “cotidianidad”, lo cual es característico de este tipo de periódicos. Esto se refleja en el acto de la comunicación, pues este diario presenta el tema (la noticia) y el lector desarrolla la actividad (los comentarios).

A su vez, el *tenor* se encamina al acto comunicativo. Esta variable también establece una relación entre los participantes, y aunque en este caso no es física, el lector y redactor mantienen la relación de supuesta cercanía por medio del periódico impreso del día. Por último, en cuanto al *modo* vinculado a esa interacción comunicativa que el lenguaje desempeña en *Q'hubo*, la presencia de este rasgo es notorio en los titulares, mediante el *modo* escrito. El modo fue una característica extraída de la oralidad en el acto de la conversación, y aparentemente espontáneo;

[‡] Halliday, McIntosh & Strevens (1964), Halliday (1978) y Gregory & Carroll (1978) plantearon los criterios con los cuales se puede predecir el registro.

los redactores trasladan esta característica del contexto de situación propuesto por los actores mencionados, con una intención clara hacia los lectores.

3.3.1. El registro coloquial: Tipología. El español coloquial es un registro, nivel de habla, un uso determinado por la situación, por las circunstancias de la comunicación, el cual no es dominio de una clase social en particular, que se caracteriza en todas las realizaciones de los hablantes de una lengua (Briz, 1998, p. 29)

Aunque el registro predominante de los niveles socioeconómicos bajo y medio-bajo es el *coloquial*, esta variable sociolingüística no es exclusiva de los hablantes clasificados en ese estrato.

El registro coloquial varía según las características dialectales, sociales entre otras variables. El campo más frecuente de lo coloquial es la conversación por su autenticidad; sin embargo, este se presenta en otro tipo de discursos.

3.3.1.1. Rasgos coloquializadores según Briz. El factor determinante de cualquier tipo de registro es la situación; es por eso que debemos detenernos en los rasgos coloquializadores para comprender el empleo del mismo en el contexto comunicativo. Briz propone algunos:

La relación de igualdad entre los interlocutores, ya sea social (determinada por el estrato sociocultural, la profesión, etc.) o funcional (el papel que poseen en una situación); la relación vivencial de proximidad: saber y experiencia compartidos; el marco del discurso familiar: determinado por la relación concreta de los participantes en el espacio o lugar; la temática no especializada: cotidianidad (1998, p. 30)

3.3.1.1.1. *Rasgos primarios*. Entre los rasgos primarios se encuentran: la ausencia de la planificación o, más exactamente, la planificación sobre la marcha; la finalidad interpersonal: la comunicación por la comunicación, el fin comunicativo socializador; el tono informal que es, en suma, la característica de todos los rasgos mencionados y que, a la postre, sirve también para nombrar el registro coloquial (Briz, 1998, p. 31).

En *Q'hubo* todos los rasgos mencionados no se presentan de forma fortuita, es decir, las características presentadas por Briz (1998) se trasladan del plano oral al escrito, en este caso como el diario presenta la noticia, debemos tener en cuenta que *Q'hubo* si utiliza los rasgos coloquializadores pero no en el estilo natural del registro; aunque suela parecer contradictorio este tipo de prensa utiliza a su favor todas las estrategias lingüísticas para atraer lectores.

Para empezar, los rasgos coloquializadores que son señalados en el registro coloquial, enfatizan en que cada una de las características dadas en la conversación son espontáneas, lo que se refleja en la naturalidad y fluidez de la misma. Sin embargo, esto se objeta en el diario *Q'hubo* de Cartagena, ya que la relación de igualdad y el marco del discurso familiar *no* se cumplen:

- *Relación de igualdad*: Teniendo en cuenta que no existe una relación de igualdad socioeconómica entre el periodista y los lectores de sectores los populares.
- *Marco del discurso familiar*: se encuentra ampliamente separado por el espacio físico que los dos actores involucrados manejan, puesto que la relación de proximidad es abstracta; mientras que la familiaridad se ve reflejada en el registro utilizado.

No obstante, *si* se cumplen los rasgos denominados *relación vivencial de proximidad y temática no especializada*:

- *Relación vivencial de proximidad*: En este caso, el rasgo en mención es una característica que no se presenta en forma artificial, dado que los actores hacen parte de una sociedad y son los hechos que ocurren en la ciudad los que los hace compartir y tener conocimientos de los hechos.
- *Temática no especializada*: la temática especializada en *Q'hubo* se omite deliberadamente, ya que ha sido preparada y planeada cada letra, signo de puntuación e imágenes que aparecen en los diarios impresos. A pesar de que sea una estrategia de venta utilizar el lenguaje para fines económicos, este es el rasgo coloquial predominante en el diario popular cartagenero.

- *Rasgos Coloquializadores Semánticos*. El diario *Q'hubo* utiliza a su favor una gama de recursos literarios y lingüísticos para atraer lectores. En gran medida, los textos de prensa popular y sus titulares trasladan lo semántico del campo lingüístico para utilizarlo como estrategia comercial; los rasgos coloquializadores semánticos son; la metáfora, la onomatopeya, la personificación, la hipérbole y la ironía.

El recurso de las metáforas se convierte en “un elemento frecuente e interactivo en la conversación coloquial” (Sanmartín, 2000, p. 138). Aunque en los titulares periodísticos no hay una interacción conversacional por el tiempo y espacio que se dan entre periodista y lector, dicho canal es mediado sólo por el periódico impreso; esta figura retórica es un elemento poderoso, ya que este transporta clara e intencionalmente significados que no pueden ser dichos de otra manera. Con frecuencia encontramos las metáforas sumergidas en nuestro lenguaje, es decir, son imprescindibles a la hora de hablar de diferentes temas. Este rasgo coloquializador es común en los titulares del diario *Q'hubo*. Los siguientes ejemplos son prueba de ello: “LE APAGARON

LA VIDA”; “LLOVIÓ BALA EN OLAYA”, “LA VICTORIA DE LA TRONCAL”; “YA PASAMOS LA PÁGINA”, “EL FRITO SE LLEVA EN LA SANGRE”, “TIERRA DE CELBRIDADES”.

Materializando el sonido, el diario *Q’hubo* busca dar un toque de humor para presentar sus hechos noticiosos por medio del recurso literario de la *onomatopeya*; son los sonidos propios de alguna cosa o animal representados en palabras. “La onomatopeya no es la reproducción exacta de un sonido, sino un intento de traducción o de aproximación del oyente a esa sensación fónica” (Bueno, s.f., p. 20). En este caso, no se encontró ningún titular que encajara en esta categoría; sin embargo, el significado de la figura literaria permanece en la investigación, ya que podría servir de ejemplo para futuros trabajos.

Por ejemplo, la personificación o prosopopeya es una figura retórica que busca atribuirle cualidades y en ocasiones acciones que son propias de los humanos a los animales o cosas. Aunque este recurso literario se caracteriza por aparecer en cuentos y fábulas, los siguientes titulares son muestra de la adaptación de este recurso: “EL OLOR DEL DOLOR”, “UN RETÉN DE MUERTE”, “EL MUSEO SI VA”, “CITA CON LA MUERTE”, “VISITA DE LA MUERTE”, “LA MARÍA GRITÓ CAMPEÓN”, “EL POZÓN SANGRA Y LLORA”, “CANDELA VIVA”, “PASEÓ A LA TRAGEDIA”, “PURA CANDELA VIVA”, “SE LAS LLEVÓ LA VIOLENCIA”, “LA BALA SE LLEVÓ A CAMILA”, “NECESIDAD MORTAL”, “TRAGEDIA VIVA”, “URGENCIA DE MUERTE”, “LO MATÓ UNA BALA PERDIDA”, “UNA VISITA DE LA MUERTE”.

La *hipérbole* es una figura que representa la exageración de cosas simples. Esta busca que el lector se sienta atraído por la noticia, pero existe la posibilidad de que haya poca

credibilidad por parte del mismo, lo que le restaría veracidad a la noticia; por ejemplo:

“TREMENDA EXPLOSIÓN”, “A PASOS DE GIGANTE”, “SALTÓ A ITALIA”

Otro de los recursos más frecuentes utilizados en el diario es la *ironía*. Este es utilizado con tono burlesco para darle jocosidad a la noticia. Por ejemplo: “PRESO EN SU CASA”, “TIROTEO EN IGLESIA”; “DE DÍA COLEGIO, DE NOCHE BAR”; “TOCARA COMER FRITOS FRÍOS”, “SE PASÓ DE CARIÑOSO”, “DE MEDIADOR A MUERTO”, “DEL REMEDIO A LA ENFERMEDAD”, “LO VELARON EL DÍA DE SU CUMPLEAÑOS”, “UN MUERTO SIN DUEÑO”, “CHARLA Y BALA”, “ES BARBERO Y NO TIENE MANOS”, “MELLIZOS NACEN EN AÑOS DIFERETES”; “LLEGÓ VICTORIOSO, Y SALIÓ MUERTO”; “CUMPLIÓ PARA MORIR”, “ROBARON EN LA IGLESIA”.

- *Rasgos coloquializadores morfológicos*. “Las voces de una lengua no constituyen a un inventario cerrado y finito; más bien, al contrario: el hablante crea y recrea nuevos términos como si de un ejercicio literario se tratara” (Sanmartín, 2000, p. 123). Es así como los hablantes se convierten en inventores de palabras, rasgo que se presenta en el diario estudiado, además, los diminutivos se presentan con frecuencia en los titulares de *Q'hubo*, bien sea para resaltar algo positivo o, por el contrario, negativo. Por ejemplo:

- Los juegos de palabras no pasan desapercibidos: “UN VIVO” QUE ES MUY BOBO”, “VIOLENCIA AL FINAL Y AL COMIENZO”, “DE MAL EN PEOR”.
- Las frases frecuentes en la sociedad se evidencian: “BOTARON EL CHUPO”, “A MANSALVA”, “QUE ENREDAPITA”, “#WENDYVIVE”, “BOLETEAN A UNA PAREJA INOCENTE”, “LES DIERON PALO”, “LO MATÓ UN AMIGO CARÓN”, “SE ARMÓ EL PEDO”, “SE LES CAYÓ LA VUELTA”, “SE VOLÓ CON LA

PLATA”, “10 VECES PILLADO”, “ME DIERON BOLILLO COMO A UN BANDIDO”, “LE DIERON POR AVISAR”, “A PUNTA DE LADRILLOS”, “NOS VAMOS PA’ SAN JUAN”, “LE DIERON SENTADO”, “MACHETAZO A LA MANO”, “ESTÁN EN LA MALA”, “LE DAN BALA Y LO CAPTURAN”, “DANDO ‘MELO’ EN LITUANIA”, “LE LLEGÓ LA HORA”; “LE DAN EN LA ESPALDA, CUELLO Y MANO”; “FINAL CACHACA”, “A JALAR RISA CON EL COMBO DEL HUMOR”, “BALA CORRIDA”, “LE DIERON EN UNA TIENDA”, “PLOMO CORRIDO”. “¿BAZURTO PA’ CUANDO?”, “SE ACABÓ LA RACHA”, “ESTÁN ATRACANDO A DIARIO”, “NO ALCANZA PA’ UNA AREPA”, “PA’ QUE SE PEGUEN”, “EN VEREMOS”, “NO HAY PA’ MÁS”, “LE DIERON BALA Y PUÑAL”, “SINTIÓ UN CORRIENTAZO”, “VINO A FIESTAR Y LO PILLARON”, “QUÉ TAQUEO”, “QUÉ ESCOMBRERA”.

- *Rasgos coloquializadores fonéticos.* El alargamiento vocálico o silábico es utilizado para reflejar una emoción generada por dichas situaciones: “GOOOOL Y ASISTENCIA”, “GOLAZOOOOOO”, “UYYYYY MAMASITAAAA”.

3.4. Análisis del Discurso

El discurso es una práctica que construye realidad y, a su vez, es influenciado por esta. En efecto, los actos comunicativos logran causar múltiples efectos en los diferentes contextos sociales donde se emiten, bien sea de forma oral o escrita. En lingüística, se trata de un movimiento que en su origen se relaciona con estudiar el lenguaje en uso, es decir, emisiones realmente emitidas por los hablantes, superando el principio de inmanencia tan propio de la

lingüística saussureana, interesada en el sistema formal del lenguaje (la lengua), antes que en su uso real (el habla) (Santander, 2011). Por tanto, el discurso es un punto de partida para expresar la realidad misma o de otros (sociedad). Como lo señala (Garretón, 2007), la importancia de analizar los discursos que circulan y son producidos por los participantes, para categorizar sociológicamente las visiones de la sociedad civil que están en juego. Por otra parte Quintanilla (2007) dice:

El AD como método y como perspectiva en las ciencias sociales presenta distintas orientaciones y se adscribe a variadas tradiciones intelectuales, tales como la sociolingüística, la semiótica, la etnografía de la comunicación, el análisis conversacional, el análisis crítico del discurso y la psicología discursiva. En todas ellas ella el lenguaje ocupa un lugar relevante y significativo.

Q'hubo es un diario que presenta las noticias con un gran contenido textual, apoyado de fotografías cargadas de violencia e inmensos titulares pintorescos y un particular lenguaje. Estos no son significativos en forma individual, ya que guardan complicidad para darle veracidad a la noticia. Interpretar la relación que existe entre el texto / imagen + contexto se traslada al interés de analizar este diario y la aceptación masiva en la población cartagenera.

A través de la palabra se construyen realidades. Es un campo abierto y directo a la creación de una realidad individual o colectiva, pues el lenguaje no sólo es útil para expresar ideas: por medio de este y lo a largo de la historia se ha controlado a la sociedad; un ejemplo de esto es la prensa. Este tipo de periódicos dirigido a los estratos socioeconómicos más vulnerables es un mercado libre de cuestionamientos, puesto que estos diarios no son redactados para causar polémica intelectual en sus lectores. El impacto noticioso está inclinado al morbo visual. “La crónica es por eso una gran novela por entregas, que nos pone en presencia de lo

popular: macro-relato estructurado con el dolor, la frustración, la rabia, el odio y la venganza de seres anónimos” (López, 2005, p. 51).

4. Análisis del Corpus

4.1. Uso del Registro Coloquial en el Diario Q'hubo de Cartagena

Una de las características principales en el uso del registro coloquial está implementada en el nombre que lleva el periódico masivo y sensacionalista: *Q'hubo Cartagena*. Como se mencionó anteriormente, el léxico es el punto clave. El diario da a entender en su descripción que es consciente del registro que utiliza y lo señala de la siguiente manera: “(...) esta iniciativa nacional, que busca satisfacer las necesidades informativas de estos sectores, ofreciéndoles un producto ágil y descomplicado (...)” (Q'hubo, 2008).

Al describir como *ágil y descomplicada* la forma como son presentadas y redactadas las noticias de trascendencia social, es evidente el traslado que hacen del registro coloquial a la prensa escrita como una estrategia comercial para cautivar a más lectores. Valga recordar que el diario *Q'hubo* es un medio de comunicación escrito y no oral. A su vez, el registro coloquial se da en las conversaciones cotidianas que carecen de planeación y se reproducen de forma *ágil y descomplicada*; de la misma forma en que es descrita la presentación de la noticia en el periódico. De este modo, la presencia de rasgos coloquiales en los titulares de la prensa obedece a una estrategia discursiva oralizada que se manifiesta en la selección de recursos conversacionales con una finalidad comunicativa concreta, que será tratada en estas páginas, y que cumplen la condición de aparecer “sin requerir del lector un esfuerzo especial para recuperar el auténtico sentido aportado por los recursos oralizadores o coloquializadores, no escasos, pero siempre calculadamente dosificados” (Narbona, 2007, p. 105). Por otra parte, “la influencia o manifestación de lo oral sobre lo escrito la denominamos, siguiendo el término propuesto por algunos autores, *oralidad*; y a la de lo escrito en lo oral, por analogía, *escrituridad*”, como lo

menciona Briz (1998, pp. 20-21). Se puede afirmar que, basados en los trabajos anteriormente mencionados y los argumentos propuestos en la investigación, el diario *Q'hubo* plasma la *oralidad* en cada una de sus ediciones impresas; es decir, trasladan la forma como se expresa un hablante en su cotidianidad. Vale aclarar que el hablante al que nos referimos es el perteneciente a un estrato socioeconómico bajo⁸. Así, se adapta el registro coloquial a una presentación visual, lo que hemos denominado *registro coloquial visual*, que en su momento explicaremos. Por otra parte, se le añaden las reglas ortográficas y estéticas que el caso requiere.

4.2. Análisis Tipográfico de la Portada

La difusión de la información es un campo ampliamente competitivo, que se encuentra en constante evolución debido a la era digital que se vive. Es por ello que

la prensa impresa ha estado en la necesidad de adaptarse para sobrevivir en un entorno tecnológico brindando al público propuestas visuales innovadoras, recurriendo a la proyección de historias a través de imágenes y nuevas propuestas de diseño, que acompañen los textos, conviertan a las publicaciones en piezas atractivas, mientras responden a las demandas de los lectores. (Gómez, 2015, pp. 81-82)

La interacción de los nuevos formatos de diseño ha generado una evolución visual en el contexto mediático. Las grandes empresas dedicadas a brindar información no sólo han buscado estar a la vanguardia de la nueva era para mejorar el producto, sino que lo mencionado con anterioridad ha resultado positivo para aumentar los canales de comunicación, pues ha generado

*Al hablar de *estrato socioeconómico bajo* nos referimos al tipo de hablante perteneciente a los barrios periféricos de Cartagena (estratos 1 y 2).

nuevos métodos de interacción con el lector. Es por ello que *Q'hubo* busca la cercanía con el público, ya que generando confianza al momento de presentar la noticia; el lenguaje y las imágenes fotográficas impactantes son muestra de ello. “Por otra parte, el texto y la imagen son dos elementos cuyo poder depende profundamente de su interrelación, así como una larga lista de factores materiales e inmateriales que le dan vida” (...) (Rodríguez, 2006, p. 157). El diario revela su estilo particular cargado de detalles que lo hacen vistoso ante su público principal (...) nuestro fuerte son las historias contadas con respeto, emoción, imágenes impactantes... este diario es muy cercano a la gente, muy colorido y gráfico (...) (Q'hubo, 2008).

Los responsables de la composición y diseño del diario están a cargo del Grupo General de Medios (GGM) (2008). Estos se amoldan a la identidad y actitudes que propone el periódico, es decir, el GGM es el responsable del diseño de la noticia, la distribución del contenido en la portada. Cabe señalar que los elementos visuales se adaptan a las propuestas específicas de cada empresa requiere y por supuesto a las necesidades o demanda del público al que va dirigido el producto. El análisis que se hará de la portada ayudará a comprender el por qué este diario utiliza los recursos discursivos llamativos para presentar la noticias apoyándose en las impactantes imágenes, donde la combinación del lenguaje e imagen construyen una realidad social violenta en los estratos socioeconómicos bajos; en oposición se encuentra la construcción de ciudad ideal que el turismo local hace de Cartagena dando entrada a discursos y prácticas que construyen una localidad ampliamente separadas y diferentes. Ávila (2008) afirma que estos discursos, los de la “ciudad mostrada” (p. 16), por lo general no se corresponden con los de la *ciudad real* o *vivida*, lo que explica buena parte de los inconformismos y resistencias que se generan en la población local frente a la representación de la ciudad. Es decir, la misma ciudad es mostrada, descrita y

relatada desde diferentes ángulos: la que para algunos es presentada como ciudad de ensueño, para otros es descrita como un nido de violencia natural.

Tomando como ejemplo el análisis tipográfico hecho por Mercado (2010), partiremos de esa muestra para presentar cómo se distribuyen los diferentes elementos de la noticia en ese diario impreso local. Véase el siguiente ejemplo:

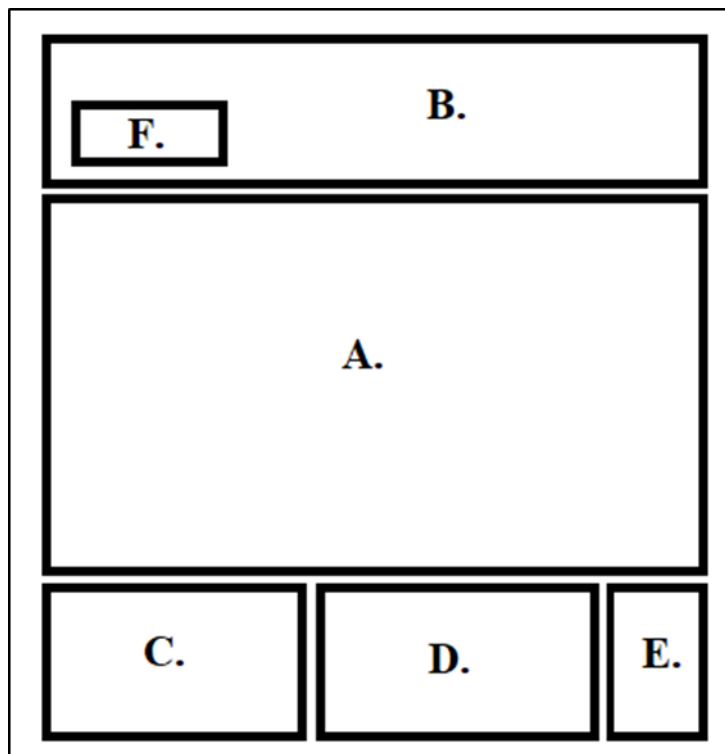


Figura 11. Distribución de la portada

Fuente: autoría propia

La letra A indica la posición principal de la imagen, titular en gran dimensión; a su vez, la letra B pertenece al espacio donde se sitúa el nombre del diario: *Q'hubo*; por su parte, las letras C, D y F corresponden a las noticias de relleno; y, por último, la letra E es el espacio disponible para la publicidad. Vale aclarar que el formato de la distribución de la portada varía todos los días; por tanto, los espacios para presentar las noticias y la publicidad también pueden variar.

La relación texto e imagen es fundamental, ya que estos son complementarios; juntos son el resultado de un sintagma amplio, es decir, una información más amplia y concreta. El texto en las portadas de diarios sensacionalistas expresa lingüísticamente códigos de grupos verbales en cuanto a la imagen, es la prueba de lo que dice el titular; por lo tanto, la complicidad entre ambos resulta ser morbosa. Tanto el texto como la imagen constituyen fragmentos de dicha información, y la unidad del mensaje se consigue en un nivel de abstracción superior (Barthes, 1964).

El periódico *Q'hubo* ubica las manifestaciones verbales y no verbales en un rango de igualdad, dado que un buen titular necesita de una imagen de impacto, y viceversa. Conviene recalcar que un titular puede aparecer en la portada sin estar acompañado de una fotografía, dado que lo textual ubica al lector y lo conduce al contexto de los hechos; mientras que una imagen sin acompañamiento del lenguaje verbal confundiría al interlocutor, al situarlo en el campo del desconocimiento de los hechos y la duda con respecto a la noticia.

En la tabla 13 se observa la importancia del apoyo estratégico entre texto e imagen.

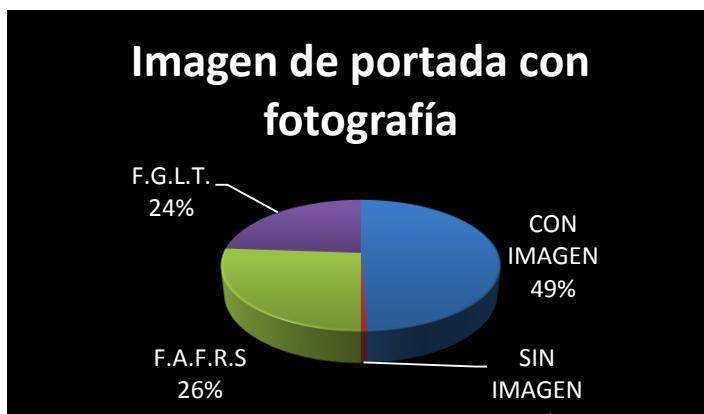
Tabla 13. *Portadas con presencia de fotografías*

	<u>Con imagen</u>	<u>Sin imagen</u>	<u>F.a.f.r.s</u>	<u>F.l.t.</u>
Noviembre 2017	30	0	14	16
Diciembre 2017	29	1	14	16
Enero 2018	30	0	19	11
Sub total periódicos	89	1	47	43
Total periódicos	90		90	

Fuente: autoría propia

En primera instancia, se observa que solo se presentó una portada sin imagen fotográfica, lo que indica la importancia que la imagen representa al momento de sostener físicamente lo que el titular dice. Por otra parte, en el mes de enero se utilizaron más las portadas con fotos de

álbum familiar o de redes sociales (F.a.f.r.s), con un porcentaje de 26%; mientras las imágenes que presentaban el lugar de la tragedia (F.l.t.) indican que en los dos últimos meses del año 2017 las portadas fueron ambientadas con el sitio donde ocurrieron los hechos trágicos, con un 26% de la muestra analizada.



Gráfica 2. Portada con imagen

Fuente: autoría propia

4.2.1. Análisis de los colores y tamaño de las letras. *Q'hubo* se destaca por presentar en sus portadas inmensos titulares teñidos de fuertes colores, con imponentes letras en mayúscula sostenida, añadiendo como refuerzo una imagen impactante. La carga semántica presentada en la portada del diario jerarquiza la importancia de la noticia. A su vez, las características tipográficas como la ubicación de la noticia principal, la fuente del titular principal y el tamaño del mismo, ofrecen un realce visual al lector, de tal forma que este es seducido a dirigir su atención a la noticia.

La regla de oro para colocar un título es que sea “atractivo, lo suficiente para atrapar al lector desde el primer momento” (Ávila, 2008, p. 91). Es por ello que *Q'hubo* maneja dimensiones tipográficas que oscilan entre 100 y los 190 puntos tipográficos, lo que le garantiza la “atención inmediata del futuro lector, los titulares de prensa cumplen una función esencial en

el texto periodístico noticioso ya que, sirviéndose de pocas palabras, deben captar la esencia de la noticia” (Contreras, s. f., p. 299). *Q’hubo* presenta en sus portadas las características mencionadas de un diario sensacionalista, la evidencia se encuentra en el tamaño de los titulares y el contraste de colores que utiliza para captar la atención. Así mismo, según la importancia de la noticia, estos titulares inclinan a ser más llamativos de lo normal, desde lo visual hasta el registro discursivo que utilizan a la hora de presentar la noticia.

El titular de la noticia principal y el desarrollo de la misma ocupan gran parte del espacio físico de la portada, en el primer caso y eso se debe al tamaño de la letra siendo resultado de algún hecho violento; es decir, que la mayoría de los titulares emitidos por este diario sensacionalista son generados por sucesos *anormales* de gran impacto social, que ameritan creatividad discursiva y tipográfica.

4.2.1.1. Rojo, amarillo, negro y blanco: Los colores de la muerte. El diario sensacionalista *Q’hubo* representa la muerte como un folklor vislumbrado en los colores altamente brillantes y coloridos, con los cuales son teñidas las letras de los titulares principales en la portada.

Los “colores de la muerte”, como se han denominado en esta investigación, son tonalidades que expresan un mensaje más allá de un simple tono. La utilidad del color llamativo exalta el propósito del periódico para llamar la atención del público y, a su vez, resaltar la noticia número uno. *Q’hubo* presenta en su portada un aproximado de cuatro noticias, pero estas son minimizadas para resaltar la noticia 1 (N1). Cabe resaltar que solo el color asociado a la muerte es pigmentado con fuertes tonalidades, mientras que las noticias “de relleno” o “decorativas” son presentadas de forma sencilla y simple; antes de producir un efecto de calma, tristeza o miedo en

el lector. El color de un objeto debe llamar su atención: “una vez se logra la relación comunicativa con este modo semiótico es posible descifrar el mensaje que el emisor pretendió transmitir” (Mercado, 2010, p. 89).

Tabla 14. *Tabla de colores de las portadas de Q’hubo*

	<u>Noviembre</u> 30 días	<u>Diciembre</u> 30 días	<u>Enero</u> 30 días	<u>Total periódicos</u>
Relleno color amarillo	12	15	5	32
Relleno color rojo	23	21	23	67
Relleno color negro	17	9	17	43
Relleno color blanco	18	16	15	49

Fuente: autoría propia

Antes de describir los colores utilizados por esta prensa sensacionalista, es necesario dejar claro que los colores utilizados en la titulación de *Q’hubo* son los mismos que el diario utiliza en el logo que lo caracteriza (amarillo, rojo y azul). Ahora bien, para comprender estos signos representados en colores, es necesario recordar la semiótica expuesta por Peirce (1990), quien plantea los problemas que se encuentran alrededor de la representación y la significación; es decir, “busca que la semiótica proponga teorías para encontrar respuesta en la interpretación de los signos, en este caso la pigmentación de las letras, el tamaño de las mismas y la fotografía”, pero nos enfocaremos en el color de la tipografía en los titulares.

Morris (1963) propone tres tipos de dimensiones: *sintáctica*, *semántica* y *pragmática*.

Por el momento, nos centraremos en desarrollar la *dimensión semántica*. En cuanto a esta última se refiere, el autor la define así:

(...) donde los signos son considerados en su capacidad para representar o significar otras cosas, para transmitir información o conceptos que están más allá de los signos en sí mismos (...), expuesto esto y llevándolo al contexto de la prensa, la relación que existe entre el color de las letras, tamaño y fotografía dan como resultado un sin número de significados que pueden ser interpretados según la edad, sexo, cultura entre otros. La semiótica del color es aquella que le aporta sentido a las imágenes, diseño y en este caso a la pigmentación del titular principal. La relación que esta crea con otros objetos evoca una realidad personal e individualizada que trasciende al surgimiento de sensaciones. La manipulación de los colores utilizada en las portadas es consciente sin embargo, el simbolismo de los colores y la combinación de ellos varía según la cultura es decir, para un mismo color pueden existir significados opuestos e incluso para individuos de la misma cultura los colores pueden transmitir sensaciones diferentes y a su vez dar origen a otro tipo de interpretación. (p. XX)

Los colores *rojo*, *amarillo*, *negro* y *blanco* son frecuentes en los titulares del diario *Q'hubo*. ¿Cuál es el significado de estos colores? Según Proyectacolor (Calvo, s. f.), página de internet especializada en el estudio de los colores, a propósito de uno de los colores utilizados por el diario: el amarillo, existen teorías que señalan que viene del árabe *ambari* o color ámbar; otras, afirman que procede del griego *amarysso*. Es el color más contradictorio en cuanto a los sentimientos que despierta: optimismo, pero también enojo, mentira y envidia. Asimismo, se

considera el color de la iluminación y del entendimiento, pero también de los despreciables y de los traidores. Retomando la tabla 14, se observa que el color amarillo aparece 32 veces.

A su vez, referente al color rojo, la etimología dice que se derivó de la raíz indoeuropea *reudh*. No obstante, diversas fuentes prefieren derivarlo del latín *rufus*, que significa rubio. Es la denominación cromática más antigua del mundo. El simbolismo del rojo está determinado por dos experiencias elementales: el fuego es rojo y lo es también la sangre. Fuego y sangre tienen en todas las culturas un significado existencial. Es el color del amor y del odio; el color de todas las pasiones: las buenas y las malas. Según la tabla 14, el rojo se halla en 67 ocasiones, lo que arroja como resultado que dicho pigmento es el color favorito del periódico para “vestir” a la muerte.

De otra parte, el origen de una de las denominaciones del color negro, *niger*, se asocia con lo oscuro o funesto; otra, *ater*, como triste o sombrío. Además, la palabra *negro* es muy cercana al vocablo griego *nekro*, que significa muerto. El negro es la ausencia de todos los colores, simboliza el final; mientras que el blanco connota el principio. El negro más profundo se encuentra en el universo y es la ausencia absoluta de luz. Con una aparición de 43 veces, este color ocupa el tercer lugar entre los más usados por el diario.

En cuanto al color blanco, este tiene su origen en la palabra francesa *blanch*. Otra teoría explica que se trata de una herencia del latín vulgar *blancus*, que significa *iluminado*. El blanco es, según el simbolismo, el color más perfecto. Es el color absoluto: cuanto más puro, más perfecto. Prácticamente, no hay ningún “concepto blanco” de significado negativo. El simbolismo del blanco comienza con referencias a la luz y la unidad, significa paz o rendición. Aunque este es el único color donde no existe simbolismo opuesto, abre el debate sobre por qué

el blanco es el segundo color elegido por *Q'hubo* para representar la muerte y hechos trágicos, ya que aparece 49 veces.

Al presentar las noticias más relevantes del día a día, *Q'hubo* juega con la combinación de colores que se presentó anteriormente. Por esta razón, en la tabla 15 se resumen los resultados de las combinaciones más frecuentes en el diario.

Tabla 15. *Tabla de combinación de colores en las portadas de Q'hubo*

Rojo y negro	Rojo, blanco y negro	Blanco, amarillo y negro	Rojo amarillo y negro	Rojo, amarillo y blanco	Blanco y rojo	Negro y blanco		
24	11	9	4	1	10	6	18	5

Fuente: autoría propia

4.3. Sobrenombres y Profesiones: Una Forma de Nominalizar a los Actores

En ocasiones, los protagonistas de las portadas de *Q'hubo* son presentados por el rol que desempeñaban en la sociedad: *compadre, policía*, etc. Pero en otros casos la ausencia del nombre se remplaza de formas diferentes, nominaciones directas e indirectas: *él, ella, los*, entre otros. Van Dijk (2003) afirma que los actores aparecen representados colectiva e individualmente, lo que los incluye en un grupo social: *Nosotros* o *Ellos* (que los excluye).

La variante diastrática se evidencia en la forma como se presenta a los actores en la región Caribe, mediante sobrenombres o apodos, profesiones y gentilicios. El resultado se refleja en las portadas del diario, al trasladar esta característica del lenguaje para nominar a los actores que les dan vida a las portadas de *Q'hubo*. Esta práctica curiosa se aplica a objetos y a personas, y consiste en atribuirle un nombre nuevo, inspirado en los defectos físicos o en cualquier otra eventualidad. Si en la literatura la inclusión del apodo no es un hecho infrecuente,

en el lenguaje oral, y sobre todo en el ámbito rural, el apodo es, con frecuencia, el sustituto normal del nombre propio (Rebollo, s.f.). Es decir, que el apodo es un fenómeno socialmente aceptado, pero no se necesita la aprobación del individuo involucrado para nominalizarlo por un apodo específico.

En la tabla 16 se presenta las veces que aparece un actor nominado por el seudónimo otorgado por la sociedad, y en la tabla 17 se destaca el uso de pronominalización en funciones sintácticas de objeto directo e indirecto.

Tabla 16. *Tabla de nominalización de los actores*

	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
	30 diarios	30 diarios	30 diarios	
Gentilicio	0	2	1	3
Sobre nombre	1	0	0	
Profesión	4	1	1	6
General	0	0	0	0
Específico				
Calificativo despectivo	0	0	0	0

Fuente: autoría propia

Tabla 17. *Cinco menciones por objeto directo e indirecto.*

	<u>Noviembre</u>	<u>Diciembre</u>	<u>Enero</u>	<u>Total periódicos</u>
	30 diarios	30 diarios	30 diarios	
Lo - Los (objeto directo)	3	1	3	7
La - Las (objeto directo)	3	2	2	7
Le - Les (objeto indirecto)	2	0	0	2

Fuente: autoría propia

Según el propio diario, en *Q'hubo* tienen cabida muchos actores sociales: tanto la bella mujer colombiana –famosa–, como aquellas beldades anónimas que adornan las calles de la ciudad, “son registradas en la publicación con altura, respeto y buen gusto. Ante todo es un periódico para la familia, para que las amas de casa obtengan una orientación sobre cómo cuidar y educar a sus hijos, igualmente para los jóvenes, estudiantes y trabajadores que necesiten saber qué pasa en su ciudad, dónde divertirse y qué hacer los fines de semana (...)”. (Q'hubo, 2008)

Sin embargo, con intención o no, esta prensa sensacionalista muestra al ser social popular de una forma negativa; es decir, la representación que se hace del lector o de los habitantes está direccionada a resaltar los aspectos negativos que diariamente los rodean.

5. Interpretación de los Resultados

Para el análisis e interpretación de los datos cualitativos se presentó una variedad de temas: prensa sensacionalista, análisis del discurso, rasgos coloquializadores y una tipología de titulares (Briz, 1998). En cada punto se presentó pormenorizado diferentes subcategorías, lo cual permitió organizar la información obtenida por el corpus de los periódicos y así responder a los objetivos planteados.

En concordancia con el orden de temas presentados, la categoría sobre el titular y las diferentes subcategorías que se desprenden se tomarán en primer lugar. La importancia que actualmente se les atribuye a los titulares ha generado creatividad entre los redactores de noticias y diseñadores de portadas. En primera instancia, se observa el fenómeno de distribución de los componentes estructurales del titular: título, antetítulo y sumario. Esta investigación arrojó que el diario sensacionalista *Q'hubo* no utiliza la estructura típica para la titulación, con un 33.33%, el diario varía el orden de la misma. Con innovadoras presentaciones, el periódico da a conocer la noticia jugando con el orden. Lo dicho anteriormente se ilustrar mediante las figuras y tablas antes mostradas. Ahora bien, la hipótesis que hemos presentado con respecto a este fenómeno se encamina al registro coloquial, tema principal de esta investigación.

El registro coloquial se compone de espontaneidad, carencia de planificación, entre otras características. El diario *Q'hubo*, aunque es consciente de todo lo que presenta en el periódico diariamente, busca la cercanía con el lector, lo cual se refleja en su léxico fresco y relajado, la amplia gama de colores que utiliza, y el tamaño de las fuentes y fotografías. Regresando al porqué de la utilización del nuevo orden para titular, la hipótesis se relaciona con el contexto del registro coloquial real, basado en el contexto del lector al leer diario; es decir, *Q'hubo* no pretende regirse por los parámetros establecidos de la titulación, ya que si al hablar de un tema

en particular en un contexto familiar o de amigos, dichos temas no necesitan un antetítulo, título y sumario, puesto que estos se pueden presentar en el orden que el diario propone, ya que se asemeja a una conversación entre un grupo de amigos que comenta la noticia o el tema del día. El diario, día tras día, presenta la noticia *como si* estuviese conversando con el lector. El ejemplo más evidente se presenta en la innovación de titulación que el periódico ha utilizado desde sus inicios**.

Por otra parte, la doble titulación y la titulación por números son otras nuevas características encontradas en el diario. La primera, como su nombre lo indica, utiliza dos titulares para la noticia principal. Esta se apoya en recursos visuales para captar la atención del interlocutor, mientras que en el interior del tabloide la noticia N1 es presentada con otras palabras, y en ocasiones el segundo titular suele ser más coloquial que el presentado en la portada*. Por último, la titulación por números es motivada por las cifras significativas de muertes violentas en la ciudad. Aunque es de un 11.11%, no deja de llamar la atención del lector cuando el diario presenta un número como titular principal, omitiendo los titulares novedosos expresados con palabras.

Para clasificar los titulares nos guiamos por la tipología que propone Contreras (s.f.), la cual incluye siete (7) categorías, y por la tipología basada en los rasgos coloquializadores, propuesta por Martínez (2004). Con respecto a los rasgos coloquializadores semánticos y morfológicos, se encontró que la primera es una tipología que puede ser utilizada para categorizar los titulares genéricos, los cuales corresponden a la manera como *Q'hubo* titula en la actualidad; es decir, aunque Martínez (2004) expone otros métodos para categorizar, no debemos

** Esto se puede evidenciar en las diferentes investigaciones realizadas al diario y que presentamos en los antecedentes.

* El segundo titular de la N1 también está compuesto por *título, antetítulo y sumario*, diferentes al que se encuentra en la portada.

olvidar que estos están ligados entre sí. Una taxonomía categoriza los titulares que expresan acciones o situaciones, mientras que la otra los clasifica en grupos lingüísticos cotidianos. Dada la estrecha relación que ambas guardan, aunque los tipifiquen con nombres distintos, reflejan cercanía, pues buscan presentar un significado similar para cada categoría propuesta.

La prominencia de colores y el tamaño de las letras es otro aspecto importante. El excesivo uso de mayúsculas y la paleta de colores que utiliza demuestran la dramaticidad que *Q'hubo* hace de las muertes violentas o del crimen, en la mayoría de los casos protagonizados por habitantes de la ciudad. El uso de estos titulares resulta eficaz cuando se trata de impactar al lector: las características visuales mencionadas adquieren la enorme responsabilidad de originar sensaciones que inciten la compra del tabloide; la combinación de colores evoca en el lector impresiones que conducen a la necesidad o deseo de saber más de lo que está presentando la portada; *el rojo, negro, amarillo y blanco* son los colores representativos para ilustrar la muerte y la tragedia en *Q'hubo*. Los colores significan según el contexto en el que se encuentran. Este es el caso de las tres primeras pigmentaciones, dado que el diario las contextualiza para teñir la cara de las muertes trágicas. En cuanto al color blanco, ocurre algo particular, puesto que de la variedad de colores que existen, este es el único que hasta ahora no presenta significado negativo en ningún contexto. Teniendo en cuenta que este color aparece 49 veces en los titulares sobre muertes trágicas, por lo cual ocupa el segundo lugar entre los colores más utilizados por el diario, interpretamos que para *Q'hubo* no existe excepción de colores para teñir la muerte violenta, sino que se enfoca en aprovechar la fuerza que cada color transmite y los utiliza a favor del impacto visual.

6. Conclusiones

Q'hubo es un diario sensacionalista que se ha ganado un espacio importante en las familias cartageneras, especialmente de estrato socioeconómico bajo, dado que día a día cubre las noticias más importantes de las localidades y que tienen mayor impacto en los habitantes, los cuales son los protagonistas de estas historias, en ocasiones escabrosas. El estudio morfológico aplicado en esta investigación resalta las diferentes categorías gramaticales que el diario utiliza para referirse a los actores, los géneros, artículos, nombres, entre otros. Por otro lado, el estudio semántico encierra las características verbales (titulares) y no verbales (imágenes) que se reflejan en la portada. Estos planteamientos morfosintácticos y semánticos permitieron direccionar la investigación.

Los lectores de los sectores populares que conforman el público de este tipo de prensa han desarrollado la naturalización de un discurso violento e ideológico, bajo premisas en apariencia inclusivas. La influencia de este diario en la sociedad cartagenera da como resultado un pensamiento conformista, cerrado y tóxico. *Q'hubo* exalta el crimen y convierte a la ciudad en el territorio ideal para la violencia y, por ende, la aceptación de este tipo de discursos se confabula para que involuntariamente –día a día– se permita la entrada a este tipo de discurso. Siguiendo los objetivos propuestos, la ironía, personificación y las frases comúnmente utilizadas en la sociedad cartagenera, las cuales conforman los *rasgos coloquializadores*, son los recursos más frecuentes empleados en los titulares del diario.

La investigación corrobora los objetivos planteados y alude a dos nuevas hipótesis, la primera corresponde a los que se denominó *registro coloquial visual*, el cual está compuesto de la prominencia de mayúsculas, los colores y el tamaño de las letras, la innovación discursiva y, por último, el orden atípico que propone el diario *Q'hubo* en la titulación de la noticia principal.

Dichas características conforman este nuevo registro, teniendo en cuenta que el diario se vale de estrategias visuales para captar la atención del lector.

En segunda instancia, se encuentra el orden atípico de titulación. La hipótesis planteada nace del significado de *registro coloquial*, puesto que el diario traslada las características de una conversación informal y las amolda o traduce a un diseño escrito. Es por ello que en ocasiones el *sumario* se ubica antes del *antetítulo* o *título*, como en parte de la muestra recogida y tabulada. El interés del diario es presentarle al lector un producto que lo haga sentir en confianza y no lo aleje de su realidad; por ello, al utilizar la titulación atípica ubica al interlocutor en una zona de confort, transmitiéndole un mensaje directo y claro, con un registro familiar o coloquial. Esto es así, pues según los indicadores que arrojó esta investigación, los hablantes de zonas periféricas de Cartagena, la mayor parte del tiempo se expresan con un registro informal.

Las estrategias comunicativas empleadas por los diarios sensacionalistas para captar lectores están plagadas de las características conceptuales expuestas, entre otras. Por ello, cada día es más frecuente escuchar y leer expresiones coloquiales en este tipo de prensa; y más aún, la fuerte influencia que generan para la reproducción de las mismas. El estilo directo que emplean absorbe la autenticidad de un pueblo al cual sólo se le reconoce por los hechos trágicos y de dolor, y se le estigmatiza por la forma de expresarse. Los *rasgos coloquializadores* permean todo el diario, desde lo visual hasta lo verbal, como se mostró en las figuras, gráficas y tablas. Estos sólo confeccionan un pensamiento limitado y se encuentran lejos de ser un diario “para la gente” (Q’hubo 2008). Aunque la semántica, sintaxis y pragmática reflejada en las portadas y titulares son compartidas por lector y el periodista, este último no se identifica como participante de ese grupo social, dado que la única intención y relación que se guarda es parte de una estrategia comunicativa, la cual desliga los lazos sociales en común.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, J. T. (2004). Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental. En C. Barrera, *Historia del periodismo universal* (p. 28). Barcelona, España: Ariel.
- Ávila, F. (2008). *La representación de Cartagena de Indias en el discurso turístico*. México D. F., México: Proyecto AFRODESC.
- Baca, I., & Espínola, E. (2006). *El lexico en el diario "Últimas Noticias" o los nombres coloquiales de la pobreza*. Alicante, España: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
- Barthes, R. (1964/1977). The Rhetoric of the Image. In *Image-Music-Text* (pp. 32-51). Trans. S. Heath. London, UK: Wm. Collins Sons and Co.
- Betancur, O. D. (2005). *Amarilla y roja: Estéticas de la prensa sensacionalista*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Briz, A. (1998). *El español coloquial en la conversación: Esbozo de pragmática*. Barcelona, España: Ariel.
- Bueno, M. L. (s.f.). La onomatopeya y su proceso de lexicalización: Notas para un estudio. *Anuario de Estudios Filológicos*, 17, 15-26. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=58804>
- Calvo, I. (s.f.). *Proyectacolor*. Recuperado de <http://www.proyectacolor.cl/significados-del-color/>
- Chatier, R. (1993). *Lectura y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, España: Alianza.
- Contreras, D. (s.f.). Las acciones son las palabras: Algunos usos del estilo directo en los titulares de prensa italiana. En *Análisis del discurso: lengua, cultura y valores (Actas I Congreso)*.
- Garretón, M. A. (2007). *Del postpinochetismo a la sociedad democrática: Globalización y política en el bicentenario*. Santiago de Chile, Chile: Debate.

- Gómez, M. C. (2015). *Lecturas de la prensa popular: Un estudio de recepción del periódico Q'Hubo en la localidad de Kennedy de Bogotá*. (Tesis). Universidad Colegio Mayor del Rosario, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/12216/Lecturas%20de%20la%20prensa%20popular%20un%20estudio%20de%20recepcio%CC%81n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grupo General de Medios. (2008). *Manual de diseño del Q'hubo* [HTML]. Recuperado de www.qhubo.com
- Halliday, M. (1978). *El lenguaje como semiótica social: La interpretación social de lenguaje y significado*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Halliday, M., McIntosh, A., & Stevens, P. (1964). *The linguistic sciences and language teaching*. London, UK: Longmans Linguistic Library.
- Jacome, I. M. (2011). *Representaciones semióticas de los sectores populares en portadas de Q'hubo (Cartagena): Análisis crítico discursivo*. (Trabajo de grado). Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia.
- Ladevéze, L. N. (1991). *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona, España: Ariel.
- López, O. d. (2005). *Amarilla y roja. Estéticas de la prensa sensacionalista*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial EAFIT.
- Luzón, D. C. (s.f.). *Las acciones son palabras: Algunos usos del estilo directo en los titulares de la prensa italiana*. Roma, Italia: Universidad Pontificia de la Santa Cruz.
- Mancera, A. (2009b). Los estudios sobre el español coloquial en España: Breve panorama. *E-Excellence*, 1(1), 1-39.

- Martín, Y., & Rendón, S. (2010). En mayúsculas y al rojo vivo: Análisis semiótico discursivo de la violencia homicida en la portada del periódico *Q'hubo* de Cartagena. *Visitas al Patio*, 4, 73-95. Recuperado de <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/visitasalpatio/article/view/1616/1470>
- Martínez, L. M. (2004). *La titulación en la prensa gráfica*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- Morris, C. (1963). *Lenguaje y comportamiento*. Milán, Italia: Longanesi.
- Narbona, A. (2007). Sintaxis de la escritura de lo oral en los Diálogos del Quijote. 1, 65-112.
- Oporto, A. C. (2004). *Las innovaciones léxicas como recurso expresivo en la prensa escrita: Análisis de la sección cultural del diario El Mercurio de Santiago*. Valdivia, Chile.
- Peirce, C. (1990). *Le processus interprétatif: Introduction à la Sémiotique*. Liège, Mardaga.
- Q'hubo*. (2008, octubre 01). *Nosotros: Visión, misión del periódico*. *Q'hubo Cartagena* [Boletín de prensa]. Recuperado de <http://www.qhubo.com/nosotros/>
- Quintanilla, M. Á. (2007). La investigación en la sociedad del conocimiento. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 3(8), 183-194. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92430814>
- Rebollo, M. A. (s.f.). El apodo y sus características. *Anuario de Estudios Filológicos*, 16, 343-350. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=58796>
- Rodríguez, T. (2006). Imagen y discurso: Construcción de sentido en las portadas de las revistas *Semana y Cambio*, 1998 - 2004. *Signo y Pensamiento*, 49(25), 44-159. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4643>

- Sanmartín, J. S. (2000). La creación léxica (I). Neologismos semánticos: Las metáforas de cada día. En A. Briz y Grupo Val.Es.Co, *¿Como se comenta un texto coloquial?* (pp.125-142). Barcelona, España: Ariel.
- Santander, P. (2011). ¿Por qué y cómo hacer análisis del discurso? *Escuela de Periodismo, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile*, 207-224. Recuperado de http://www.uchile.cl/documentos/santander_74716_0.pdf
- Ure, J. (1971). Lexical density and register differentiation. In G. Perren and J.L.M. Trim (Eds.), *Applications of Linguistics*. London, UK: Cambridge University Press.
- Van Dijk, T. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona, España: Ariel.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento: Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona, España: Gedisa.
- Yus, F. (2010). Ciberpragmática: El uso del lenguaje en internet. *Lenguas Modernas*, 28-29, 313-319. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140266/Ciberpragmatica-El-uso-del-lenguaje-en-Internet.pdf?sequence=1>