

**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DEL  
LENGUAJE EN LAS NOTAS PERIODISTICAS DEL NOTICIERO REGIONAL  
90 MINUTOS**

**ALEJANDRA OSPINA ARTEAGA**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL USO DEL  
LENGUAJE EN LAS NOTAS PERIODISTICAS DEL NOTICIERO REGIONAL  
90 MINUTOS**

**ALEJANDRA OSPINA ARTEAGA**

**Pasantía institucional para optar al título de Comunicadora Social-  
Periodista**

**Director  
GUIDO MAURICIO CORREA  
Comunicador Social - Periodista**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Comunicadora Social – Periodista.**

**JENNY VIVIANA CRUZ PEREZ**

---

**Jurado**

**MARTHA BARONA**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, 4 de junio de 2013**

## CONTENIDO

	pág.
<b>RESUMEN</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>13</b>
<b>1.1 NOTICIERO REGIONAL 90 MINUTOS</b>	<b>13</b>
<b>1.2 HISTORIA DEL NOTICIERO</b>	<b>14</b>
<b>2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA</b>	<b>17</b>
<b>3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>24</b>
<b>3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>24</b>
<b>3.2 PREGUNTA PROBLEMA</b>	<b>26</b>
<b>4. OBJETIVOS</b>	<b>27</b>
<b>4.1 OBJETIVO GENERAL</b>	<b>27</b>
<b>4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>27</b>
<b>5. INTERESES DE LA PASANTÍA</b>	<b>28</b>
<b>5.1 INTERÉS ACADÉMICO PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE</b>	<b>28</b>
<b>5.2 INTERÉS PROFESIONAL</b>	<b>29</b>
<b>5.3 INTERÉS LABORAL</b>	<b>29</b>

<b>5.4 INTERÉS Y APOORTE PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE SE DESARROLLARÁ LA PROPUESTA</b>	<b>30</b>
<b>6. MARCOS DE REFERENCIA</b>	<b>32</b>
<b>6.1 MARCO CONTEXTUAL</b>	<b>32</b>
<b>6.2 MARCO TEÓRICO</b>	<b>34</b>
<b>7. DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>48</b>
<b>7.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	<b>48</b>
<b>7.2 ¿QUÉ SE CUMPLIÓ DE LO PACTADO Y CÓMO?</b>	<b>49</b>
<b>7.3 ¿QUÉ NO SE CUMPLIÒ Y PORQUÉ?</b>	<b>49</b>
<b>7.4. ¿QUÉ TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN FUERON UTILIZADAS?</b>	<b>50</b>
<b>7.5 ¿QUÉ PROCEDIMIENTOS FUERON UTILIZADOS?</b>	<b>51</b>
<b>7.5.1 Clasificación de los errores y breve definición de ellos</b>	<b>52</b>
<b>7.5.1.1 Errores gramaticales</b>	<b>52</b>
<b>7.5.1.2 Errores orales</b>	<b>54</b>
<b>8. RESULTADOS</b>	<b>56</b>
<b>8.1 ERRORES GRAMATICALES</b>	<b>57</b>
<b>8.2 ERRORES ORALES</b>	<b>67</b>
<b>8.3 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS</b>	<b>71</b>
<b>8.3.1 Desarrollo de la estrategia</b>	<b>71</b>
<b>8.3.1.1 Análisis de la situación</b>	
<b>8.3.1.2 Objetivos</b>	<b>73</b>
<b>8.3.1.3 Definición de los planes de acción</b>	<b>73</b>
<b>8.3.1.4 Programación de recursos y presupuestación</b>	<b>75</b>
<b>8.3.1.5 Plan de acción</b>	<b>77</b>

<b>9. PRODUCTOS QUE GENERÓ LA PROPUESTA</b>	<b>80</b>
<b>9.1 FICHA DE ERRORES GRAMATICALES Y ORALES</b>	<b>80</b>
<b>10. CRONOGRAMA</b>	<b>82</b>
<b>11. RECURSOS</b>	<b>84</b>
<b>11.1 TALENTO HUMANO</b>	<b>84</b>
<b>11.2 RECURSOS FÍSICOS</b>	<b>85</b>
<b>11.3 RECURSOS FINANCIEROS</b>	<b>86</b>
<b>12. CONCLUSIONES</b>	<b>87</b>
<b>13. RECOMENDACIONES</b>	<b>88</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>89</b>

## LISTA DE CUADROS

	pág.
<b>Cuadro 1. Morfología de la Gramática</b>	<b>39</b>
<b>Cuadro 2. Sintaxis de la Gramática</b>	<b>39</b>
<b>Cuadro 3. Técnicas de recolección de información</b>	<b>50</b>
<b>Cuadro 4. Total de errores gramaticales y orales</b>	<b>56</b>
<b>Cuadro 5. Uso inapropiado de los tiempos verbales</b>	<b>57</b>
<b>Cuadro 6. Precisión de los términos y conceptos</b>	<b>58</b>
<b>Cuadro 7. Errores de género</b>	<b>59</b>
<b>Cuadro 8. Errores de número</b>	<b>60</b>
<b>Cuadro 9. Errores de gerundios</b>	<b>61</b>
<b>Cuadro 10. Eufemismos</b>	<b>62</b>
<b>Cuadro 11. Léxico pobre</b>	<b>63</b>
<b>Cuadro 12. Frases o palabras inapropiadas</b>	<b>64</b>
<b>Cuadro 13. Error de sintaxis</b>	<b>65</b>
<b>Cuadro 14. Muletillas</b>	<b>66</b>
<b>Cuadro 15. Problemas de dicción</b>	<b>67</b>
<b>Cuadro 16. Problemas de sustitución</b>	<b>68</b>
<b>Cuadro 17. Terminaciones</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro 18. Pronunciación</b>	<b>70</b>
<b>Cuadro 19. Plan de acción</b>	<b>77</b>
<b>Cuadro 20. Ficha de errores</b>	<b>80</b>
<b>Cuadro 21. Cronograma</b>	<b>82</b>

<b>Cuadro 22. Talento Humano</b>	<b>84</b>
<b>Cuadro 23. Recursos Financieros</b>	<b>86</b>



## LISTA DE FIGURAS

	pág.
<b>Figura 1. Uso inadecuado de los tiempos verbales</b>	<b>57</b>
<b>Figura 2. Precisión de los términos y conceptos</b>	<b>58</b>
<b>Figura 3. Errores de género</b>	<b>59</b>
<b>Figura 4. Errores de número</b>	<b>60</b>
<b>Figura 5. Errores de gerundios</b>	<b>61</b>
<b>Figura 6. Eufemismos</b>	<b>62</b>
<b>Figura 7. Léxico pobre</b>	<b>63</b>
<b>Figura 8. Frases o palabras inapropiadas</b>	<b>64</b>
<b>Figura 9. Error de sintaxis</b>	<b>65</b>
<b>Figura 10. Muletillas</b>	<b>66</b>
<b>Figura 11. Problemas de dicción</b>	<b>67</b>
<b>Figura 12. Problemas de sustitución</b>	<b>68</b>
<b>Figura 13. Terminaciones</b>	<b>69</b>
<b>Figura 14. Pronunciación</b>	<b>70</b>
<b>Figura 15. Ciclo semestral de la estrategia</b>	<b>73</b>

## RESUMEN

Este proyecto de investigación nació de la preocupación por saber con precisión cuál era la calidad del lenguaje oral y escrito que aplicaban los periodistas del Noticiero Regional 90 Minutos en las emisiones de sus noticias diarias. Este informativo atendió y aceptó este proyecto, puesto que consideró que los resultados de esta investigación pueden hacer parte de uno de sus procesos de mejoramiento en la búsqueda de la excelencia.

De esta manera, el vacío identificado por la pasante y aceptado por la organización quedó planteado de la siguiente manera: ¿Qué estrategias se pueden formular para mejorar el uso del lenguaje en las notas periodísticas emitidas en el Noticiero Regional 90 Minutos?

Para resolver el vacío pregunta, esta investigación se desarrolló bajo los parámetros de la metodología de tipo cualitativa y cuantitativa, que luego de su aplicación arrojó como resultado principal una serie de acciones para desarrollar en busca del mejoramiento del uso del lenguaje en 90 Minutos

**Palabras Clave:** 90 Minutos – Lenguaje – Errores Gramaticales - Errores Orales – Calidad – Estrategias.

## INTRODUCCIÓN

El Noticiero Regional 90 Minutos se emite actualmente de lunes a viernes de 1:00 a 1:30 de la tarde. En el transcurso de sus más de 20 años de historia se ha afianzado como uno de los informativos más sólidos del suroccidente del país, contando con la presencia de periodistas de gran reconocimiento local y nacional.

Este informativo también ha dado espacio a comunicadores sociales recién egresados y a estudiantes de Comunicación Social y Comunicación Gráfica que desean poner en práctica sus conocimientos, convirtiéndolo así, en un semillero de profesionales de la información. Actualmente, el noticiero está conformado por 9 periodistas, ellos trabajan bajo la dirección del periodista, Guido Correa, quien asumió este cargo el día 03 de Agosto de 2010.

Debido a la responsabilidad que tienen los periodistas y los medios de comunicación respecto al manejo del lenguaje, este trabajo de investigación se planteó con el fin de evaluar la calidad del lenguaje y las reglas gramaticales que ponen en práctica los periodistas en las notas que realizan para este medio. Debido a su responsabilidad, el Noticiero Regional 90 Minutos aceptó este proyecto, ya que en la búsqueda de la excelencia en todos sus procesos, reconoció que existe un vacío dentro del cual no se conoce con precisión el promedio de errores de las notas que se emiten a diario.

En palabras del columnista y escritor Julio Cesar Londoño: “Si tenemos en cuenta que los textos de las pantallas, los periódicos y las revistas son los últimos contactos de la gente con el lenguaje escrito, la responsabilidad de los que trabajamos en estos medios salta a la vista. Es nuestro deber velar por el trato que reciba „esa leve y antigua morada del hombre, la palabra”<sup>1</sup>.

Este proyecto fue pensado para elevar los estándares de calidad del noticiero y, por ende, brindar al televidente un mensaje claro, en el cual se respeten y se apliquen las reglas del idioma.

Para llevar a cabo este proyecto, la metodología estuvo dirigida a plantear una investigación de cortes cualitativo y cuantitativo. En el enfoque cualitativo se realizaron entrevistas al equipo de trabajo del Noticiero 90 Minutos, así como a algunos expertos en el manejo del lenguaje y redacción periodística, para ello

---

<sup>1</sup> LONDOÑO, Julio Cesar. Esa leve morada del hombre [en línea]. Cali: elpais.com.co, 2011 [Consultado el 10 de febrero de 2013]. Disponible en internet: <http://www.elpais.com.co/elpais/opinion/columna/julio-cesar-londono/esa-leve-morada-del-hombre>

se utilizó el cuestionario de entrevistas con preguntas abiertas como herramienta fundamental en la recolección de información.

Para el enfoque cuantitativo se identificaron, clasificaron y contaron los errores gramaticales y orales utilizando como instrumento la “ficha de errores” aplicada a 50 noticias emitidas en este informativo y que fueron escogidas como muestra de estudio, con esto se logró tener un registro de la cantidad de errores más frecuentes.

También se realizó un análisis de documentos como libros, textos electrónicos y tesis sobre los planteamientos teóricos del lenguaje, así como grabaciones en DVD de los noticieros, lo cual se consideró como recurso físico principal para análisis de errores. Luego, con la recopilación de esta información se procedió a realizar el informe descriptivo y, finalmente, se realizó el proceso de formulación de la estrategia. Igualmente, se diseñó un plan de acción donde se definieron fecha, responsable y presupuesto para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos, todo esto con la intención de contribuir a la optimización del manejo y la rigurosidad del lenguaje a la hora de redactar y realizar la lectura de los textos de las notas periodísticas.

## 1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### 1.1 NOTICIERO 90 MINUTOS

El Noticiero 90 Minutos es un informativo regional que pertenece a la Unión Temporal Universidad Autónoma de Occidente y ProCívica Televisión. El Noticiero se transmite por el canal Telepacífico en el horario de 1:00 a 1:30 p.m. de lunes a viernes. Este espacio noticioso nació con el fin de informar a los televidentes del suroccidente colombiano sobre los hechos más relevantes de esta región que abarca Cauca, Valle, Nariño y Chocó. 90 Minutos fue uno de los primeros informativos que empezó a operar a raíz de la creación de dicho canal regional.

Desde el año 1989 hasta la actualidad, el Noticiero 90 Minutos ha sido parte del desarrollo de la región y ha brindado a los televidentes la oportunidad de conocer, en profundidad, los sucesos más importantes que la comprometen. Durante los años de trayectoria el Noticiero ha contado con la colaboración de periodistas de gran reconocimiento, entre los que se destacan: Miguel Ángel Palta, Óscar López, José Vicente Arizmendi, Adriana Santacruz, Hernán Freyre, Luz Adriana Betancourt, entre otros.

Uno de los indicios de la calidad periodística de 90 Minutos se evidenció en el año 2011, cuando obtuvo un premio nacional, 4 regionales y un reconocimiento:

- Premio de la Revista Semana Petrobras en la categoría medio ambiente, por el trabajo „Minería Ilegal, depredación Letal’, realizado por el periodista Óscar López Noguera.
- Tres galardones en la XXXI entrega de los premios Alfonso Bonilla Aragón en las categorías Televisión, Reportería Gráfica en Televisión y Ecología.
- Mejor Noticiero Regional, Mejor Presentadora de Noticias en Televisión y Mejor Director de Noticiero de Televisión en la V entrega de los Premios de la Moda y el Talento Vallecaucano.
- Mención de Honor en los XIV premios Amway, de periodismo ambiental con el trabajo „Minería Ilegal, depredación Letal’, realizado por el periodista Óscar López Noguera.

## 1.2 HISTORIA DEL NOTICIERO

En sus inicios la dirección del noticiero estuvo a cargo de periodistas como Oscar Jaramillo, Jairo Jalil, María Luisa Mejía y María Inés Pantoja. Desde estas primeras instancias el proyecto del informativo tuvo que enfrentar grandes retos tanto tecnológicos como económicos, los recursos de producción, tales como cámaras y salas de edición fueron contratados a terceros, y las dificultades financieras acompañaron a toda la televisión regional.

El Canal Telepacífico y las programadoras no contaban con recursos publicitarios de los empresarios de la región y la pauta publicitaria fue muy limitada. Pasaron varios años antes de que Procívica TV recibiera logros económicos con el Noticiero 90 Minutos.

Justo cuando el Noticiero estaba llegando con buena acogida a los hogares, el Gobierno Nacional implementó la estrategia de racionar la energía debido a las sequías que se presentaron en el país. Este apagón afectó profundamente el 'rating' del noticiero, lo que obligó a las directivas a recortes de personal y reducción de gastos.

Después de superada la crisis energética en el país, el noticiero tuvo varios años de gran recuperación económica y ganó importantes porcentajes en la audiencia del suroccidente del país, pero en 1999 la entrada al mercado de los canales privados Caracol y RCN significó para el canal regional la pérdida de gran parte de la teleaudiencia que ya había ganado. Además, se suma a esto que para esa fecha Colombia pasó por la crisis económica más profunda que se conozca de la historia reciente del país y los recortes en publicidad afectaron los ingresos de la programadora.

Para solucionar esta crisis, Procívica firmó ese año una alianza con la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, se trasladaron los estudios a la sede universitaria y forjaron una relación que continúa hasta hoy.

Pero en el año 2005 se creó la Unión Temporal Universidad Autónoma de Occidente - Procívica TV. El representante legal de la Unión es el Dr. Luis H. Pérez y su comité de dirección está conformado por los mismos integrantes del Consejo Directivo de Procívica. Se redactó el Manual de Estilo del Noticiero 90 Minutos, siguiendo los parámetros definidos por la Política Editorial. En el año 2006 se registró un gran crecimiento en los índices de sintonía, superando por primera vez a Caracol Noticias del medio día, lo cual era un gran logro, ya

que con la creación de los canales privados la audiencia del noticiero bajó a 8 puntos, pero finalmente cierra el año con un rating de 14 puntos.

En el 2010, el noticiero se somete de nuevo a licitación y logra permanecer en el horario que ha tenido desde sus inicios (1:00 p.m. a 1:30 p.m.) Justo en esa coyuntura licitatoria la periodista Luz Adriana Betancourt deja la dirección y llega en su reemplazo el comunicador Guido Correa, quien actualmente se encuentra desempeñando ese cargo.

Bajo la batuta del Guido Correa trabajan los nueve periodistas profesionales que integran la planta general del equipo de 90 Minutos. Además, la redacción del informativo cuenta con la colaboración de estudiantes de los Programas de Comunicación Social – Periodismo y Diseño de la Comunicación Gráfica que pertenecen al Programa Pilos (estudiantes que obtienen el 25% o 50% de descuento en su matrícula por trabajar en cualquier dependencia de la Universidad Autónoma de Occidente), y quienes se encargan de producir las noticias que se emiten en la sección de entretenimiento y de apoyar la producción noticiosa del portal web [www.90minutos.co](http://www.90minutos.co).

En cuanto a los presentadores centrales, están: Rodolfo Gómez y Ángela Zappalá; el presentador lleva dos años desempeñando este cargo, mientras que la presentadora actual llegó a ocupar este cargo hace poco tiempo, tras la salida de María Claudia Home, quien perteneció al noticiero por 17 años.

Este informativo tiene una duración diaria de 30 minutos por emisión en el horario del mediodía. Inicia con los anuncios de los titulares de algunas de las noticias más importantes del día, en las voces de sus dos presentadores centrales y tienen una duración aproximada entre 1 minuto 20 segundos y 1 minuto 30 segundos.

En el primer bloque se emiten entre siete y ocho noticias, consideradas como las más importantes del día ocurridas en el suroccidente colombiano. En su mayoría, son noticias de la ciudad de Cali. Dichas notas tienen una duración promedio de entre 1 minuto 10 segundos y 1 minuto 30 segundos.

Al terminar el primer bloque informativo, la continuidad del noticiero presenta el primer corte a comerciales, los cuales duran unos tres minutos. Luego, el noticiero regresa con su sección de deportes y terminada ésta le sigue el segundo corte a comerciales, para luego terminar con la información de entretenimiento, que dura tres minutos y 30 segundos, esta sección tiene un enfoque diferente cada día: Los lunes se muestra la programación del Canal Telepacífico, el martes es el panorama cultural, el miércoles se presenta un

avance del Programa Tiempo Real (producido por la UAO), el jueves es la sub sección de cine y el viernes se sugieren planes para el fin de semana. Esta continuidad cambia cuando el equipo de periodistas llamado UR90 (Unidad de Reportajes de 90 Minutos) presentan una de sus investigaciones que generalmente tienen una duración aproximada de 4 minutos 30 segundos.

La planta general de periodistas está conformada de la siguiente manera:  
Integrantes del equipo periodístico:

**Director:** Guido Correa

**Jefe de Redacción:** Gustavo Mejía

**Jefe de Producción:** Laura Muñoz.

**Coordinador de Contenidos:** Miguel Ángel Palta

**Periodistas:** Óscar López Noguera,, Javier Ramírez, Carlos Plaza, Carlos Andrés Aponte, Carlos Penagos, Katherin Estacio y Pedro Ospina.

**Practicante:** Henry Ríos

**Estudiantes Pilos:** Ana María Zea, Valeria Chantré, Alejandra Laguado, Valeria Marmolejo y Jessica Holguín.

**Presentadores Centrales:** Ángela Zappalá y Rodolfo Gómez.

**Presentadores de secciones:** Ana María Zea, Katherine Caicedo, Leidy Escobar y Óscar Cárdenas.



## 2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

A pesar de que el Noticiero Regional 90 Minutos lleva más 20 años ininterrumpidos al aire, en este informativo no se había propuesto un análisis del lenguaje gramatical y oral como el que se planteó en esta investigación y, por ende, tampoco se había formulado estrategias para solucionar los problemas del lenguaje. Además, según la búsqueda y recopilación de documentos no se encontraron trabajos exactamente de esta naturaleza realizados en los noticieros, pero sí de estudios relacionados con dicho tema. Por lo anterior se tuvieron en cuenta algunos proyectos efectuados en medios de comunicación y otros relacionados a la formulación de estrategias en organizaciones.

Es importante citar, en primera instancia, un estudio llevado a cabo en el año 2010 por estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente en un caso aplicado a dos de los noticieros más importantes de la televisión nacional (RCN y Caracol) en sus emisiones del medio día al tratar, periódicamente, temas relacionados con los derechos de la niñez en Colombia. Uno de los puntos en los que coinciden el trabajo realizado en RCN y Caracol y el que se propone en esta pasantía en el Noticiero 90 Minutos es que: “la televisión como medio masivo de comunicación, interviene de alguna forma en la cotidianidad de los sujetos sociales que perciben los contenidos que se emiten, promoviendo posturas e incidiendo en la construcción de significados”<sup>2</sup>.

El objetivo principal con el que se desarrolló ese proyecto fue: “Analizar el discurso televisivo empleado por los noticieros de RCN y Caracol, en su emisión del mediodía, entre diciembre de 2008 y enero de 2009, al informar hechos noticiosos donde se vulneraron los derechos de la niñez colombiana”, todo ello con el propósito de describir, interpretar y comparar la manera cómo estos dos noticieros estaban acomodando sus lógicas informativas a través del uso de las imágenes, el texto y el enfoque de la información buscando así, promover un ejercicio periodístico responsable y ético.

Para llevar a cabo el trabajo mencionado, utilizaron un enfoque de tipo cualitativo al hacer el análisis de las noticias emitidas en dichos noticieros e hicieron una investigación previa de documentos que les brindó un sustento teórico sobre la construcción de una noticia, al mismo tiempo que de los derechos de la infancia en Colombia. Además, como instrumento principal hicieron uso de una “ficha de registro” en la cual, categorizaron los puntos a

---

<sup>2</sup> BARRERO BRÍÑEZ, Andrea del Pilar; MONTES MARTINEZ, Diana Alexandra y RODRIGUEZ GUERRERO, Lina María. Análisis de discurso televisivo empleado por los noticieros de RCN y Caracol en sus emisiones del medio día sobre hechos en donde los derechos de la niñez Colombiana han sido vulnerados. Trabajo de grado Comunicador Social y Periodista. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Comunicación Social, 2010. 348 p.

evaluar de cada noticia haciendo referencia a la imagen, el contenido, el texto, el sonido y la estructura de la noticia.

El análisis que se planteó en el proyecto ya citado le aportó a este trabajo algunas ideas para mantener vivo el propósito de querer mejorar la calidad de la información que le brindan los medios de comunicación, como la televisión, a su público para generar posiciones respecto a los hechos que rodean la sociedad y de alguna forma generar cambios significativos en su aprendizaje. Además en cuanto a la metodología, la herramienta que diseñaron para el análisis de los errores en el discurso televisivo llamada “ficha de registro”, le dio una idea a este trabajo para la identificación y clasificación de los errores del lenguaje oral y gramatical diseñando también una plantilla, que en este caso se llamó “ficha de errores”.

Otro de los aportes tuvo que ver con el marco teórico al estudiar las teorías de Carl Hers en su texto ‘Producción Televisiva, el contexto latinoamericano’, donde se afirma que a diferencia de un periódico, en donde el lector puede releer más de una vez un párrafo o frase de una historia, las noticias televisivas tienen que ser entendidas de inmediato. El reportero tiene solo una oportunidad para enviar su mensaje. Debe escribir, entonces, oraciones simples y directas que puedan ser captadas fácilmente. La información debe darse de una manera lógica para que pueda ser comprendida con facilidad. También las teorías de Van Dijk sobre las micro-estructuras semánticas de los discursos periodísticos, asimismo las teorías de Lorenzo Vilches en su texto ‘Manipulación de la Información Televisiva’, entre otros autores y teorías sobre el contenido, la elaboración, las fuentes y la producción de una noticia.

De otro lado, se tuvo en cuenta otro proyecto de investigación realizado por estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente en 1999 en el que se hizo un análisis de emisión de dos programas radiales de Cali: “El Mañanero”, de la emisora “La Mega”, de la cadena RCN y “El Zoológico de la Mañana”, de la emisora “Superestación”, de la cadena Radio Súper. Este trabajo se cita aquí porque, a pesar de ser radial, hizo un estudio tanto de forma como de contenido y dentro de este último aspecto se tuvo en cuenta el lenguaje utilizado en dichos programas.

El objetivo principal de este trabajo fue "realizar un análisis de emisión que permitiera determinar los parámetros de producción radial que utilizan los programas radiales mañaneros (informativo – recreativos) de “La Mega” (RCN) y “La Superestación” (Radio Súper)”<sup>3</sup>, para después emitir conclusiones y

---

<sup>3</sup> ÁGREDO TRUJILLO, María Luz y RINCÓN CABAL, Andrés. Análisis de emisión de los programas el mañanero de la Mega y el zoológico de la mañana de la Superestación. Trabajo de grado Comunicador Social y Periodista. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Comunicación Social, 1999. 97 p.

recomendaciones para convertir estos programas en espacios de calidad, con mejor forma y contenido.

La metodología implicaba la selección aleatoria un programa de cada emisora para ser analizado y los investigadores, basados en el argumento de que todos los días se manejaba el mismo formato, consideraron que un solo programa era suficiente para el estudio. Después tomaron como fórmula de análisis la matriz INCA (inteligibilidad, corrección, relevancia y atracción) planteada por George Hill. Seguido a esto, realizaron entrevistas con los directores de las emisoras para determinar cuáles eran los parámetros de producción radial tenidos en cuenta en la emisión de los dos programas.

También hicieron grupos focales con algunos oyentes de las emisoras, para conocer el punto de vista del público de estos programas. En esos grupos focales se conoció la percepción de los oyentes frente a temas como: las voces de los „discjockeys’, distribución de las secciones, balance entre música – información e intervenciones y el lenguaje utilizado.

Finalmente los resultados obtenidos demostraron que los dos programas radiales analizados no cumplían a cabalidad las funciones de una correcta producción y que por lo tanto predominaba más la improvisación, abriendo así la puerta a cometer más errores tanto de información como en el lenguaje utilizado. Además se concluyó que estos programas no desempeñaban una labor educativa que permitiera incrementar el nivel intelectual de sus oyentes.

Los principales aportes que dicho proyecto le brindó a esta pasantía fueron las recomendaciones que hicieron para los programas radiales donde se propuso capacitar a los realizadores de los programas en aspectos como: cultura general, análisis del contexto, idiomas, lectura radial, manejo del lenguaje y producción radiofónica. Así como ejercer controles estrictos sobre el uso del lenguaje y expresiones que no atenten contra los valores y el patrimonio idiomático de sus audiencias. Todo lo anterior sirvió como una base a la hora de proponer soluciones a los problemas encontrados respecto al tema del lenguaje en la pasantía realizada en el Noticiero 90 Minutos.

Por otro lado, se menciona un programa televisivo que fue tenido en cuenta por su enfoque educativo, se trata de “El Profesor Súper O”, una serie de televisión animada colombiana transmitida por el canal 13 con más de 200 capítulos, fundamentada en bajar los „índices de ignorancia’ en cuanto al uso del castellano.

Dicho programa surgió como una idea de su creador, Martín de Francisco, quien afirmó: “todo empezó en el tiempo de la tele-radio-activa, en donde había una sección dedicada a la gente que cometía gazapos o errores idiomáticos, pero de una manera divertida. Una tarde caminando por la calle pensamos cómo crear un superhéroe que corrigiera estos errores. Lo queríamos bien criollo y decidimos que fuera de la costa pacífica, que tuviera un acento ‘caleño’ bien marcado”.<sup>4</sup> Según su creador, a quienes más se corrige es a los medios de comunicación porque en su concepto “son los que más desinforman”.

Se menciona también una sección que hubo en el Noticiero de Caracol Televisión donde Cleóbulo Sabogal, con diccionario en mano, se disponía a hacer las respectivas aclaraciones en el lenguaje en su sección ‘Los puntos sobre las íes’. Este espacio era dirigido por el señor Sabogal, quien pertenece a la Real Academia de la Lengua Española, y quien además estaba abierto a resolver las preguntas que el público deseara hacerle sobre las reglas gramaticales del lenguaje. Infortunadamente por intereses comerciales del canal y por una decisión que tomó el ex director de Noticias Caracol, Darío Fernando Patiño, en el 2011 ‘Los puntos sobre las íes’ salió del aire argumentando que dicho espacio no generaba un alto ‘rating’.

El aporte que le dejaron los dos trabajos mencionados a esta pasantía fue la certeza de que a través de los medios de comunicación se puede ayudar a la sociedad en general para mejorar el uso del lenguaje. Se nota que de alguna u otra forma hay algunas personas que se han preocupado por la falta del uso de las reglas gramaticales y por el maltrato que se le da al idioma y han tratado de poner su conocimiento al servicio de los demás utilizando como vehículo a los medios de comunicación. Por lo anterior, es que estos trabajos se vieron directamente relacionados con los intereses de esta pasantía puesto que uno de ellos primó el querer a través del Noticiero 90 Minutos dejar una enseñanza de gramática y de oralidad a sus televidentes en todo el suroccidente colombiano.

Como se mencionó en el inicio de este punto también se tuvieron en cuenta algunos proyectos relacionados al tema de formulación de estrategias en organizaciones. Uno de ellos desarrollado en el Centro Cultural de Cali Comfandi donde se crearon estrategias de medios de comunicación para la promoción y difusión de eventos culturales en la ciudad, este trabajo se realizó en el año 2010 por una estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente. Después de identificar el problema existente en la organización al tener poca afluencia del público en las actividades culturales promovidas por dicha

---

<sup>4</sup> Entrevista Colprensa. El profesor súper O, cuatro años luchando por la justicia idiomática [en línea]. Bogotá D.C.: Vanguardia, 2009 [Consultado el 26 de septiembre de 2011]. Disponible en internet: <http://www.vanguardia.com/historico/26608-el-profesor-supero-cuatro-anos-luchando-por-la-justicia-ideomatica>.

entidad, la idea principal de este trabajo fue realizar una propuesta para mejorar las estrategias de comunicación y divulgación existentes en Comfandi.

Para el desarrollo del proyecto se estudiaron teorías relacionadas a la comunicación, los medios de comunicación, la cultura en Cali, las estrategias y el marketing. Seguidamente analizaron las estrategias que utilizaba Comfandi para la divulgación de sus eventos. Después por medio de entrevistas realizadas a los caleños se identificaron los principales medios de comunicación locales a los que más acudían los caleños para informarse de las actividades culturales, asimismo diagnosticaron los principales problemas que tenía el Centro Cultural Comfandi en la creación de sus estrategias de comunicación y divulgación. Finalmente plantearon una propuesta de comunicación para el fortalecimiento en la difusión de actividades culturales de Comfandi, con el propósito de eliminar los problemas de impacto en el público objetivo.

Dicha estrategia de comunicación fue diseñada para trabajar en cuatro pasos; plan de contenido, plan de medios, plan de distribución, y por último plan de penetración, cada uno de estos pasos con su respectivo cronograma de actividades y la evaluación del cumplimiento de las mismas para su efectividad.

El aporte de este proyecto para la pasantía tuvo que ver con el acercamiento al diseño de estrategias para brindar solución a los problemas en organizaciones, también las investigaciones y teorías utilizadas en el marco teórico sobre la definición de cómo realizar estrategias y también la definición del marketing. Las estrategias propuestas en el proyecto le dieron a esta pasantía algunas ideas en cuanto a los cuatro planes que propusieron como solución, dentro de los cuales se mencionan: los objetivos trazados, la coordinación de actividades, el cronograma de las actividades, el monitoreo y el presupuesto.

Finalmente, se cita un trabajo enfocado en el área de la comunicación organizacional, puesto que se trata de un Plan de mercadeo estratégico para la empresa Maíz Colombiano Ltda., y que en este sentido aporta conocimientos sobre la creación de estrategias dentro de una organización, así como las tácticas y el plan de acción. Este proyecto se realizó en el año 2011 por una estudiante de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Universidad Autónoma de Occidente.

Maíz Colombiano Ltda. Produce y comercializa productos derivados del maíz en Palmira – Valle y el problema que encontró y que se propuso a resolver el proyecto fue el inconstante incremento de las ventas debido a que Maíz Colombiano Ltda. no tenía un departamento de mercadeo ni una identidad

corporativa que la identificara, por lo cual los consumidores no asumían un referente ni recordación de la marca de sus productos.

Por lo anterior, el objetivo general del proyecto fue “realizar un plan de marketing para los dos puntos de venta de la empresa Maíz Colombiano Ltda., con el fin de crear una marca sólida de cara al consumidor para optimizar los esfuerzos comerciales de la empresa hacia una mejor rentabilidad”<sup>5</sup>. Para ello, la metodología que se utilizó fue una investigación de tipo exploratoria y explicativa, ya que según la investigación éste era un caso poco estudiado.

La primera fase llevada a cabo fue la de recolección de información de las fuentes primarias y secundarias, así como un estudio detallado de la competencia. Después se diagnosticaron los factores claves de éxito y las ventajas competitivas con las que contaba la empresa frente a la competencia. Luego se analizaron los factores negativos en las acciones comerciales de la empresa y se determinó así, el tipo de estrategia más adecuada para incrementar las ventas y que los productos producidos por Maíz Colombiano tuvieran mayor aceptación en el mercado.

En cuanto a la creación de las estrategias, el primer punto tenido en cuenta fue la misión y la visión de la organización para luego especificar el objetivo general que tuvo la estrategia formulada, que en este caso pretendía incrementar las ventas en un 10%, así como implementar una nueva imagen corporativa y un plan de marketing que permitiera el posicionamiento de la marca en la ciudad de Palmira. Para esto se formularon cinco estrategias, se identificaron los cinco objetivos y las tácticas que se necesitaban, para finalmente generar el plan de ejecución de las estrategias y así alcanzar los objetivos, todo ello se hizo en un cronograma que incluía: objetivo, estrategia, táctica, fecha, responsable y presupuesto.

Como se mencionó anteriormente el aporte que este proyecto le brindó a la pasantía está directamente relacionado con la formulación de estrategias y todo aquello que debe ser tenido en cuenta y desarrollado para cumplir con el objetivo de dicha propuesta. Aunque la propuesta planteada en el proyecto era en dirección de un plan de mercadeo, este proyecto sirvió para tener conceptos claves en cuanto al proceso de planeación, organización, dirección, ejecución y control de las actividades propuestas en una estrategia; lo que en el mundo de la administración y el mercadeo se conoce como ‘mercadotecnia’.

---

<sup>5</sup> BERGSTROM ORTIZ, Francia Helena. Plan de mercadeo estratégico para la empresa Maíz Colombiano Ltda. Trabajo de grado Mercadeo y Negocios Internacionales. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 2011. 90 p.

Finalmente, con la investigación llevada a cabo en esta pasantía se comprendió la importancia que puede llegar a tener la formulación de estrategias para alcanzar un resultado positivo en las metas trazadas por todas las organizaciones. Además se entendió que aunque un noticiero haga parte del mundo periodístico, igual tiene un componente organizacional muy grande al estar conformado como una organización.

### 3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Noticiero Regional 90 Minutos, consolidado como el más visto del suroccidente del país, informando en el horario del mediodía los acontecimientos diarios más importantes de Cauca, Valle, Nariño y Chocó, tiene responsabilidades muy grandes con sus televidentes, dentro de las cuales predomina el respeto y el buen uso del lenguaje. Por lo anterior, y en vista del vacío que existía en este informativo al no conocer con precisión la calidad del lenguaje oral y escrito que refleja en sus notas diarias, surgió esta pasantía con el fin de identificar y corregir los errores más comunes del lenguaje cometidos en este medio.

Para Luis Fernando Palencia: “El lenguaje es un instrumento de imprescindible aplicación en todas las profesiones. Por eso, debemos cuidar su buen uso; cuando nos comunicamos con nuestros semejantes, cuando transmitimos nuestros mensajes ideativos, nuestros propósitos y programas”<sup>6</sup>. En ese sentido y reconociendo la importancia de la pasantía en el informativo, Guido Correa<sup>7</sup>, actual director del Noticiero 90 Minutos, señaló que: “es necesario que el Noticiero como producto de comunicación realizado por profesionales, esté pendiente del mejoramiento de su proceso. Siendo el lenguaje materia prima del periodismo, es importante estar en constante actualización”.

Por su parte María Claudia Home<sup>8</sup>, ex presentadora asegura que en el Noticiero 90 Minutos “hay errores como en todos los medios de comunicación, como redundancias, doble verbo, entre otros, que algunas veces requieren que los (ines) sean corregidos mientras se está al aire”.

Por tales razones, y por el efecto que tienen los medios de comunicación en la comunidad, es importante que el manejo del lenguaje sea de excelente calidad y más en un medio de comunicación, como lo refiere Luis Fernando Palencia en su libro, Periodismo Idiomático: “...es que el lenguaje es un instrumento de cultura en su naturaleza expresiva; algo que requiere cultivo, para evitar su empobrecimiento rutinario, su pisoteo en lo hablado y en lo escrito, su constante atropello a que es sometido por el uso y abuso de manifestaciones descuidadas, como se observa o percibe por la radio, el periodismo escrito, la

---

<sup>6</sup> PALENCIA, Luis F. Periodismo Idiomático. Barranquilla, Colombia: Ediciones Uniautonoma, 1996. 299 p.

<sup>7</sup> Entrevista al director del Noticiero Regional 90 Minutos. Realizada el 25 de septiembre de 2011.

<sup>8</sup> Entrevista a la ex presentadora del Noticiero Regional 90 Minutos, María Claudia Home. Realizada el 25 de septiembre de 2011.



televisión comercializada, las conversaciones comunes y demás medios comunicativos de las personas”<sup>9</sup>.

En el Noticiero 90 Minutos en el año 2011 a la llegada del Comunicador Social, Gustavo Mejía como Jefe de Redacción comenzaron una serie de actividades para el mejoramiento de los textos. Sin embargo, solo se conocían algunos errores de manera parcial puesto que eran identificados sólo con la percepción de éste, pero no existía un sistema o mecanismo para la identificación y cuantificación de errores y control de los mismos.

Existen factores que influyen en este problema en los cuales se sustentan los periodistas para explicar el porqué de algunos errores que se cometen; según ellos, una de estas causas es el poco tiempo de producción que tienen para cada nota.

Miguel Ángel Palta<sup>10</sup>, periodista del noticiero 90 Minutos, encargado de la información judicial y de orden público dice que: “La premura del tiempo implica no revisar en profundidad los textos, de igual forma se necesita, también, más filtro en lo que se escribe antes de llegar a la sala de edición para leer un texto. Como el tiempo es tan corto para cada nota y, a veces, se cuenta con tanta información, leo muy rápido para no dejar datos por fuera y esto afecta mi vocalización”.

El también reportero del noticiero Javier Ramírez<sup>11</sup>, justifica que: “Se comenten errores cuando hay noticias de última hora y por el afán se edita sobre el tiempo, no es porque el periodista no sea lo suficientemente profesional, sino que no cuenta con el tiempo. El noticiero se produce en menos de 5 horas, dentro de las cuales se deben hacer varias notas y para esto se necesita buscar la información, sacar citas, hacer entrevistas, grabar imágenes de apoyo y demás”.

Este proyecto se sustentó en que un medio de comunicación como el Noticiero 90 Minutos, que tiene a cargo informar a todo el sur occidente colombiano, debía buscar la excelencia en todos sus procesos para poder tener un alto estándar de calidad y brindar a sus televidentes una información que, además de oportuna, también fuera de gran vigor. “El periodismo es considerado en las normas internacionales como un servicio a la sociedad”<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> PALENCIA, op.cit., p.48.

<sup>10</sup> Entrevista realizada al periodista del Noticiero Regional 90 Minutos, Miguel Ángel Palta. 25 de septiembre de 2011.

<sup>11</sup> Entrevista realizada al periodista del Noticiero Regional 90 Minutos, Javier Ramírez. 25 de septiembre de 2011.

<sup>12</sup> CAVARICO, Edda. Sala de redacción. La noticia y la entrevista en prensa, radio y T.V.

### **3.2. PREGUNTA PROBLEMA:**

¿Qué estrategias se pueden formular para mejorar el uso del lenguaje en las notas periodísticas emitidas en el Noticiero Regional 90 Minutos?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Formular estrategias para mejorar el uso del lenguaje en las notas periodísticas emitidas en el Noticiero Regional 90 Minutos.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer los parámetros de calidad de las notas de 90 Minutos, en lo que se refiere al control de errores gramaticales y orales cometidos en sus emisiones.
- Identificar y clasificar los errores gramaticales y orales más comunes en las notas emitidas por el Noticiero Regional 90 Minutos.
- Definir las actividades para coadyuvar en el mejoramiento de la calidad de las notas del Noticiero Regional 90 Minutos en lo que se refiere al control de errores gramaticales y orales.

## **5. INTERESES DE LA PASANTÍA**

### **5.1 INTERÉS ACADÉMICO PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE:**

El principal interés académico de este proyecto se basó en la inquietud personal de la pasante por el lenguaje, en el deseo por querer saber más sobre este tema y en poder mejorar aquellas falencias relacionadas con la escritura.

En el desarrollo de esta investigación se pudieron esclarecer las bases para tener un excelente manejo del lenguaje, teniendo en cuenta las teorías relacionadas con la lingüística, la comunicación y el periodismo en televisión, asimismo se conoció la estructura, objetivos, herramientas y plan de acción a la hora de formular estrategias para resolver un problema identificado en una organización.

Teniendo en cuenta que el Noticiero 90 Minutos es uno de los más vistos a escala regional y que su público potencial abarca todo el suroccidente colombiano, otro de los intereses de esta pasantía se fundamentó en que si un medio de comunicación tan influyente como éste tiene un excelente manejo del lenguaje gramatical y sus periodistas mejoran la expresión oral, los televidentes lo van a tomar como un ejemplo y de alguna manera estarían aprendiendo y mejorando su discurso diario.

Por otra parte, entre los intereses del proyecto, se repasaron los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación en la Universidad Autónoma de Occidente en la carrera de Comunicación Social - Periodismo, al mismo tiempo que se mejoraron aspectos relacionados con la investigación y la creación de productos escritos.

Debido a la investigación y al intercambio de información que hubo con los expertos del lenguaje, este proyecto permitió adquirir un gran aprendizaje sobre el rigor del español, sus reglas gramaticales y la importancia de su buena utilización sobre todo cuando se es un profesional de la comunicación, de igual manera se comprendió la responsabilidad que tienen los periodistas y los medios de comunicación con la sociedad.

Finalmente, otro interés fundamental de este trabajo fue conocer el proceso y la rigurosidad que se debe tener cuando se asume la responsabilidad de realizar un trabajo de grado, en este caso una pasantía institucional.

## **5.2 INTERÉS PROFESIONAL**

En primera instancia, uno de los intereses profesionales de esta pasantía tiene que ver con el campo de acción a trabajar en un futuro puesto que de todas las ramas de la Comunicación Social la de más interés es la del Periodismo, este trabajo permitió un acercamiento con la realidad de un Noticiero.

En segunda instancia, y teniendo en cuenta que este proyecto tiene un componente organizacional, tema del cual no se había estudiado mucho, la idea fue reforzar aquellas teorías para poner en práctica los conocimientos al formular estrategias para darle solución a un problema dentro de una empresa.

Otro de los intereses, también relacionado al periodismo, fue conocer de cerca la labor, la responsabilidad, los deberes y demás elementos que debe tener un periodista que trabaja en televisión, por lo anterior es que este proyecto permitió tener una perspectiva del entorno periodístico en la realidad; el trabajo de campo de una noticia, la entrevista, las fuentes, la jerarquización de la información según su importancia, la producción, el tiempo de cada noticia y la presión de una emisión del noticiero en vivo.

En cuanto a la parte del funcionamiento interno de la organización, se pudo tener un contacto directo con la vida laboral de los empleados, en este caso los periodistas, que al igual que en cualquier otra organización deben cumplir órdenes, horarios, recibir un salario, entre otras; pero la diferencia radica en que los periodistas “viven para la noticia”, ya que en un caso dado que ocurra un hecho en cualquier horario fuera del establecido como laboral, igual deben tener toda la disponibilidad y profesionalismo para cubrir el hecho y sacar adelante la noticia.

Por otra parte, y como uno de los componentes importantes, se aprendió del trabajo en equipo pues en un noticiero las informaciones no dependen solo del periodista, sino también de los camarógrafos, los editores, el archivista, el director, la productora y la complicidad entre los mismos periodistas colegas. Por eso, es vital la buena comunicación y el buen trato con los compañeros para evitar posibles inconvenientes que alteren la producción de las notas.

## **5.3 INTERÉS LABORAL**

Teniendo en cuenta que se podría trabajar en cualquier campo de la Comunicación Social, este proyecto se tomará siempre como un marco de referencia a la hora de presentar las destrezas como periodista en un medio de

comunicación o como elemento fundamental de una organización en su departamento de comunicaciones.

El haber liderado un proceso de corrección gramatical y oral, al mismo tiempo que formular estrategias para brindar solución a una organización, en este caso en un noticiero, son actividades que permitieron fundamentar amplias bases de redacción periodística, de trabajo en equipo, además de insaciables ganas en la búsqueda de la excelencia, todo lo anterior como parte fundamental del desempeño como profesional en cualquier campo.

Con el acercamiento al mundo laboral que este proyecto brindó, se establecieron las bases suficientes para trabajar en el campo del periodismo o de la comunicación organizacional, para así proyectar siempre lo mejor de las cualidades profesionales de tal forma que se pueda adquirir un aprendizaje de las nuevas experiencias cada día. Siempre teniendo en cuenta los lineamientos de la empresa donde se vaya a trabajar, la comprensión del entorno social, la rigurosidad de dicha labor y las responsabilidades.

#### **5.4 INTERÉS Y APOORTE PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE SE DESARROLLARÁ LA PROPUESTA:**

El noticiero 90 Minutos es un espacio informativo que está en la búsqueda de la excelencia en todos sus procesos. Por ello, la dirección del noticiero se mostró de acuerdo con el trabajo propuesto en este proyecto al identificar las principales fallas en el manejo del lenguaje y formular estrategias para darle una solución a dicho problema, esto a la postre beneficiará no sólo a los periodistas que trabajan en este espacio, sino también a su público quienes siempre van a recibir información oportuna y con un alto estándar de calidad.

Los periodistas que hacen parte del equipo del noticiero también mostraron interés en poder mejorar este aspecto, lo cual fue de gran motivación ya que se demostró que las personas que integran este medio están abiertas a incrementar sus habilidades y conocimientos del lenguaje.

Con esta iniciativa, el noticiero 90 Minutos sentará las bases para que los medios locales y regionales continúen esforzándose en la búsqueda de la perfección para así aportar a sus televidentes un buen nivel en el manejo del lenguaje.

Además, en el proceso de certificación institucional que sacó adelante la Universidad Autónoma de Occidente, en el mes de noviembre del año 2012,

con la certificadora Bureau Veritas, 90 Minutos fue una de las dependencias que logró el certificado de calidad ISO 9000 versión 2008. Como uno de los compromisos adquiridos en ese proceso, este medio de comunicación prometió tener un sistema de evaluación y mejoramiento de sus textos. Por supuesto, el resultado de esta investigación hace parte de los mecanismos que se prometieron.

## 6. MARCOS DE REFERENCIA

### 6.1 MARCO CONTEXTUAL

Este proyecto de investigación surgió debido a que en el Noticiero Regional 90 Minutos no se conocía con precisión la calidad del lenguaje que éste tenía en sus notas periodísticas, por tal motivo fue necesario tener en cuenta los contextos en los que se realiza este medio de comunicación. A pesar de que este informativo cubre las noticias del suroccidente colombiano, solo se tomó el contexto de Santiago de Cali, puesto que en esta ciudad están ubicadas las instalaciones del mismo. Además, porque el insumo que se necesitó para llevar a cabo la investigación fue el producto final y no el trabajo de campo, las entrevistas y demás objetos de la producción de las notas diarias.

Santiago de Cali fue fundada en 1536 por Sebastián de Belalcázar, es la capital del Valle del Cauca, establecida como la segunda ciudad de la República de Colombia, está localizada en el suroccidente colombiano y según la Alcaldía de Cali, esta ciudad es “Cálida y alegre, ofrece al visitante -además de la ya proverbial amistad de sus gentes- no pocos lugares de interés, monumentos históricos y arquitectónicos, plazas, parques y museos, iglesias, calles que nos hacen retroceder con nostalgia en el tiempo”<sup>13</sup>.

En esta investigación, también fue importante tener en cuenta la Comuna 22 de Cali, ya que este espacio hace parte del contexto donde se desarrolló el proyecto.

“La comuna 22 se encuentra al sur de la ciudad. Delimita por el sur con el corregimiento de Pance, al occidente con los corregimientos de la Buitrera y Pance y al norte con las comunas 18 y 17. Al oriente de esta comuna se encuentra el corregimiento El Hormiguero”<sup>14</sup>.

El Noticiero Regional 90 Minutos es uno de los medios de la ciudad con más experiencia y reconocimiento, es emitido de lunes a viernes por el canal regional Telepacífico y producido por la unión temporal entre la Productora Cívica de Eventos, Procívica Televisión y por la Universidad Autónoma de

---

<sup>13</sup> ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. Nuestra historia [en línea]: Santiago de Cali tiene 470 años. Santiago de Cali: cali.gov.co, 2011[Consultado el 24 de septiembre de 2011] Disponible en internet. <http://www.cali.gov.co/publicaciones.php?id=1335>

<sup>14</sup> Comuna 22 [en línea]. Santiago de Cali: Alcaldía de Santiago de Cali, 2011 [Consultado el 24 de septiembre de 2011] Disponible en internet. [http://planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes\\_Territoriales/PERIODO%202008-2011/Comunas/Comuna%2022.pdf](http://planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes_Territoriales/PERIODO%202008-2011/Comunas/Comuna%2022.pdf)



Occidente. “Procívica nació en el año de 1988, simultáneamente, con el canal regional Telepacífico. Esta programadora aparece en el panorama de la televisión regional, con el objetivo de vincular al medio televisivo a las entidades privadas trabajando con inversión social en el Valle del Cauca”<sup>15</sup>.

Por otra parte, en lo que se refiere al manejo del lenguaje en el Noticiero Regional 90 Minutos en sus más de 20 años de historia, cabe resaltar que siempre existió la preocupación por parte de los anteriores directores del informativo por el buen uso del lenguaje. En entrevista con algunos de los más emblemáticos directores que ha tenido este medio de comunicación ellos coincidieron en afirmar que el mayor factor en contra del correcto uso del lenguaje en las emisiones, siempre fue el poco tiempo de producción.

Adriana Santacruz<sup>16</sup> ex directora de 90 Minutos afirmó que “El correcto uso del lenguaje siempre tuvo un lugar importante dentro de los procesos del Noticiero, se hacía una revisión previa de los textos antes de que salieran al aire siempre y cuando el tiempo lo permitiera. Cuando había noticias de última hora, la inmediatez hacía que se sacrificara una parte del buen uso del lenguaje. La revisión siempre fue muy estricta dentro de lo que se podía por cuestiones de tiempo”.

Asimismo se entrevistó al director, al jefe de redacción y a los periodistas actuales del Noticiero para conocer su posición frente al problema del lenguaje oral y escrito y su opinión frente a la solución propuesta por esta pasantía. Por su parte Gustavo Mejía<sup>17</sup> actual jefe de redacción, afirmó estar de acuerdo con la pertinencia de este proyecto puesto que “el periodismo en televisión no son solo imágenes en movimiento, la expresión oral y escrita son determinantes para una correcta comunicación con la audiencia”.

Finalmente, todo el equipo periodístico actual del Noticiero reconoció la necesidad del proyecto para mejorar la calidad del lenguaje y de su labor diaria, además consideró pertinente esta pasantía para su crecimiento profesional.

---

<sup>15</sup> CALERO CRUZ, Solón, *et al.* Cartografía Cultural Del Campo De La Televisión En Cali (1987 – 2003). Trabajo de Grado Comunicadores sociales. Santiago de Cali, Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de comunicación social y periodismo, 2006. 101 p.

<sup>16</sup> Entrevista realizada a la ex directora del Noticiero Regional 90 Minutos, Adriana Santacruz. 15 de Mayo 2013.

<sup>17</sup> Entrevista realizada al jefe de redacción del Noticiero Regional 90 Minutos, Gustavo Mejía. 15 de Mayo 2013.

## 6.2 MARCO TEÓRICO

En la elaboración de este proyecto fue necesario entender algunos conceptos y profundizar en ellos a partir de varios planteamientos teóricos, los cuales son: la Lingüística, la comunicación, la gramática, el periodismo en televisión y la formulación de estrategias.

Es importante mencionar el lenguaje como uno de los ejes principales de esta investigación, ya que sin éste y su funcionalidad no existiría la posibilidad de comunicarse. El lenguaje ha sido pensado como el mecanismo de hablar y escribir, pero algunas veces no se tienen en cuenta las reglas de la gramática para conseguir la creación de un mensaje efectivo y sin errores.

“El lenguaje y la comunicación han fascinado a las gentes durante millares de años, y sin embargo, en muchos sentidos estamos solamente empezando a entender la compleja naturaleza de este aspecto de la vida humana”<sup>18</sup>.

Es decir, que el lenguaje es tan complejo como entender los años que lleva de existencia, según Fernando Ávila en su libro Ortografía Española, “el lenguaje tiene aproximadamente diez siglos de existencia. Se considera que el primer texto en castellano son las Glosas emilianenses, una traducción del latín a la lengua coloquial, callejera, de textos jurídicos y litúrgicos hechas por monjes del monasterio de San Millán de la Cogolla, hacia el siglo X de nuestra era”.<sup>19</sup>

Los estudios en lenguaje han necesitado de una subdivisión que permiten tratar los diferentes aspectos que lo componen, que son: La lingüística descriptiva, la lingüística histórica y la geolingüística; lo cual permite una mejor comprensión de este aspecto tan amplio.

La lingüística descriptiva: “pretende establecer principios generales que puedan aplicarse a todas las lenguas, y también la descripción precisa de cada una de ellas. Todas las lenguas poseen igual importancia por tener los mismos elementos, (fonéticos, fonológicos, morfológicos y léxicos)”<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> AKMAJAM ADROAN, Demers Richard y HARNISH, Robert. Lingüística una introducción al lenguaje y la comunicación. 2 ed. Madrid: Alianza Editorial, 1984. 23 p.

<sup>19</sup> ÁVILA, Fernando. Ortografía Española: Totalmente actualizada. Bogotá D.C.: Grupo Editorial Norma, 2003. 28 p.

<sup>20</sup> ALCALA, Antonio. El concepto de corrección y prestigio lingüístico. México: Trillas Editorial, 1982. 19 p.

La lingüística histórica: “rastrea la evolución de las lenguas a través del tiempo y trata de sistematizar los cambios lingüísticos. Para éste aspecto la importancia de la lengua, no depende del número total de hablantes, sino del alcance que haya tenido en la generación, nuevas lenguas”<sup>21</sup>.

La geolingüística: “busca presentar la importancia de las lenguas en los terrenos extralingüísticos, como son: geografía, política, religiones, economía, cultura y otras disciplinas en un momento dado”<sup>22</sup>.

La cultura entendida desde la perspectiva antropológica y el lenguaje están íntimamente relacionadas, puesto que son las civilizaciones y pueblos quienes se han encargado de ir tejiendo la palabra; a través de diferentes costumbres, hábitos, tradiciones y modos de vivir en los diferentes grupos sociales. Pero aunque estos actores han hecho parte de la construcción del lenguaje, no han tomado las suficientes medidas para darle un buen uso al mismo.

“La lengua tiene su cantera o fuente en el pueblo, pero es el pensador, el novelista, el escritor, el poeta, el periodista, el pensador, el novelista, el creador de teatro, el conferencista, el hombre de estudios quien brega por su constante culturación, enriquecimiento, prestancia y desarrollo”<sup>23</sup>.

Tal como lo plantea este autor, el lenguaje ha sido dejado a un lado sólo para quienes han querido apropiarse de él, pero la cultura de la gente no lo tiene presente como un aspecto fundamental en la comunicación, por eso entra a aplicar esta expresión del mismo autor: “lo interesante no es el purismo idiomático – que es la afección – sino la inquietud mental por la pureza y dinámica del lenguaje, que es cultura”<sup>24</sup>.

El no apropiarse del conocimiento del idioma y de su literatura es sólo un pretexto de la incapacidad intelectual por no conocer los secretos y las grandes facilidades que conlleva el tener una gran comprensión en este campo. El simple hecho de poder relacionarse con los demás, hace referencia a la importancia que entender y manejar el lenguaje es una exigencia en la sociedad. Hablar, escuchar, escribir, pensar, razonar y contestar con acierto; son las destrezas que permite emplear el idioma con eficacia.

En algunos casos se ha creído que el conocimiento de la unidad idioma-literatura es algo que queda en segundo plano cuando se tienen profesiones

---

<sup>21</sup> *Ibíd.*, p.19

<sup>22</sup> *Ibíd.*, p.19

<sup>23</sup> PALENCIA, *op.cit.*, p.22.

<sup>24</sup> PALENCIA, *op.cit.*, p.22.

distintas al estudio del lenguaje, la literatura y la comunicación, o cuando se tienen carreras científicas, pero en realidad es importante pensar que se está cometiendo un grave error al ignorar aquello que permite el aprendizaje de las diferentes áreas en las que la sociedad se mueve.

De qué puede servirle a un profesional tener muchos conocimientos en tecnología, filosofía y demás, si en algún momento dado no va a tener la capacidad para expresarle a los demás lo que quiere, de una manera clara aplicando las herramientas del lenguaje.

“El estudio del idioma hay que unirlo a las ciencias, debe saberse que para manifestar la verdad, es necesaria persuadirla, hacerla amable, sugestiva; inspirarle la gracia de la atención de cuantos la descubren en el lenguaje como vivencia del arte de hablar y escribir; con sencillez, claridad y precisión”<sup>25</sup>.

Dentro de esta misma corriente se hace imprescindible hablar sobre la ortografía, puesto que es ésta que permite regular las normas de la escritura de la lengua, siendo un poco más compleja, puesto que se empieza a tener en cuenta las diferentes reglas gramaticales para la misma, es también un amplio pero necesario campo que se debe explorar.

“Según la Real Academia de la Lengua, la Ortografía es el conjunto de normas que regulan la representación escrita de una lengua. Estas normas a que se refiere la definición, nos enseñan a representar correctamente los fonemas y las palabras por la acertada utilización de las letras y de los signos auxiliares de la escritura; es decir, nos enseñan a escribir con corrección”<sup>26</sup>.

Contrariamente, otro autor critica el hecho de ver la ortografía solo como la forma de una correcta escritura, pues según Fernando Ávila, en su libro *Ortografía Española*: “El asunto no se agota en el acertado uso de letras y signos auxiliares, pues una correcta escritura exige, además; lógica, estilo, ritmo, fuerza, gracia... y otros factores que ya desbordarían los límites tradicionales de esta ciencia”<sup>27</sup>.

Siendo entonces tan importante la ortografía, salen a flote las razones por las que las personas deben aprender a estudiarla. En la vida diaria se cometen errores que para muchas personas que conocen las reglas gramáticas suelen generar malestar, desconfianza o simplemente falta de virtud en los mensajes

---

<sup>25</sup> *Ibíd.*, p.24.

<sup>26</sup> CIERRA, Mariano y RAFART, Susana. *Manual de Ortografía de la Lengua española*. España: Veron Editor, 1993. 7 p.

<sup>27</sup> ÁVILA, op.cit., p.2.

que se generan, tanto así, que en el mismo libro Ortografía Española, se cita a la Unesco, y sus estudios, donde se afirma que; “El fin de los imperios y de las culturas humanas, muestra que siempre aparecen los errores de caligrafía, de fonética y de orografía como preámbulo a la caída y desaparición de las grandes civilizaciones”<sup>28</sup>.

El estudio de la ortografía, también tiene subdivisiones, éstas son: 1. El uso correcto de las letras. 2. Acentuación de las palabras. y 3. Empleo de los signos de puntuación. De estos tres factores, se desprenden los estudios en las mayúsculas y minúsculas, los signos de puntuación de quienes viene a depender la interpretación de un enunciado, bien sea expresado de manera oral, por medio de las entonaciones, o de forma escrita con los signos, que de igual forma son quienes conducen la estructura de un texto.

También se puede hablar aquí de la acentuación, que es la mayor intensidad con que se pronuncia una determinada sílaba en una palabra, y que gráficamente viene a representarse con la tilde (´), que se coloca sobre la vocal o sílaba tónica. De igual forma, hay también diferente clasificación para las palabras, según sus sonidos, verbos, sílabas, palabras compuestas o no, entre otras.

Para tener ortografía no sólo es importante estudiarla, aplicarla y aclamarla, sino estar siempre en función de descubrir sus cambios, las actualizaciones que la Real Academia hace, las palabras nuevas, las reglas que se imponen y demás, puesto que la ortografía es tan cambiante, en la medida que la cultura impone nuevas concepciones.

“La ortografía cambia. Cambia lentamente, es verdad, pero cambia. La misma palabra ortografía, no siempre se escribió así. Hasta 1754 se escribía *Orthographia*”<sup>29</sup>. De igual forma, así como se produjo este cambio en esta palabra, se han ido incorporando nuevos vocablos y significados, y por ejemplo se ha aceptado que algunas palabras dichas y escritas en el idioma inglés, puedan ser utilizadas en la lengua española.

El campo del lenguaje es tan amplio y complejo que para esta investigación es necesario hablar un poco más de la gramática; esa a la que muchos le huyen o la que se queda solo con la referencia de clases de castellano del colegio, donde se aprende medianamente a hablar y a escribir.

---

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p.9.

<sup>29</sup> *Ibíd.*, p.12.

Tal como lo señala la autora Sofía de Sicard en su segunda edición de Gramática: “la expresión `estudiar gramática´ no despierta interés entre algunos hablantes, puesto que ya hablan y escriben para poder comunicarse entre sí. Y este desinterés nace de considerar la gramática solamente como un conglomerado de reglas, normas abstractas y definiciones para aprender de memoria”<sup>30</sup>.

Se trata entonces, de entender que más que ser un conglomerado de reglas, son las herramientas de lenguaje que existen para comunicarse con los demás de una manera clara y efectiva, en la que no se confunda preposiciones con adverbios, adjetivos con verbos y no se sustituyan las letras a la hora de pronunciar determinada palabra, entre otros. De esta forma, se puede considerar que la palabra es un don que tiene el ser humano que le ha permitido, a través de los años, la comprensión del mundo, la creación de códigos para comunicarse entre sí, el conocimiento mismo de las ciencias y, en general, todo lo que ha podido obtener utilizando la palabra.

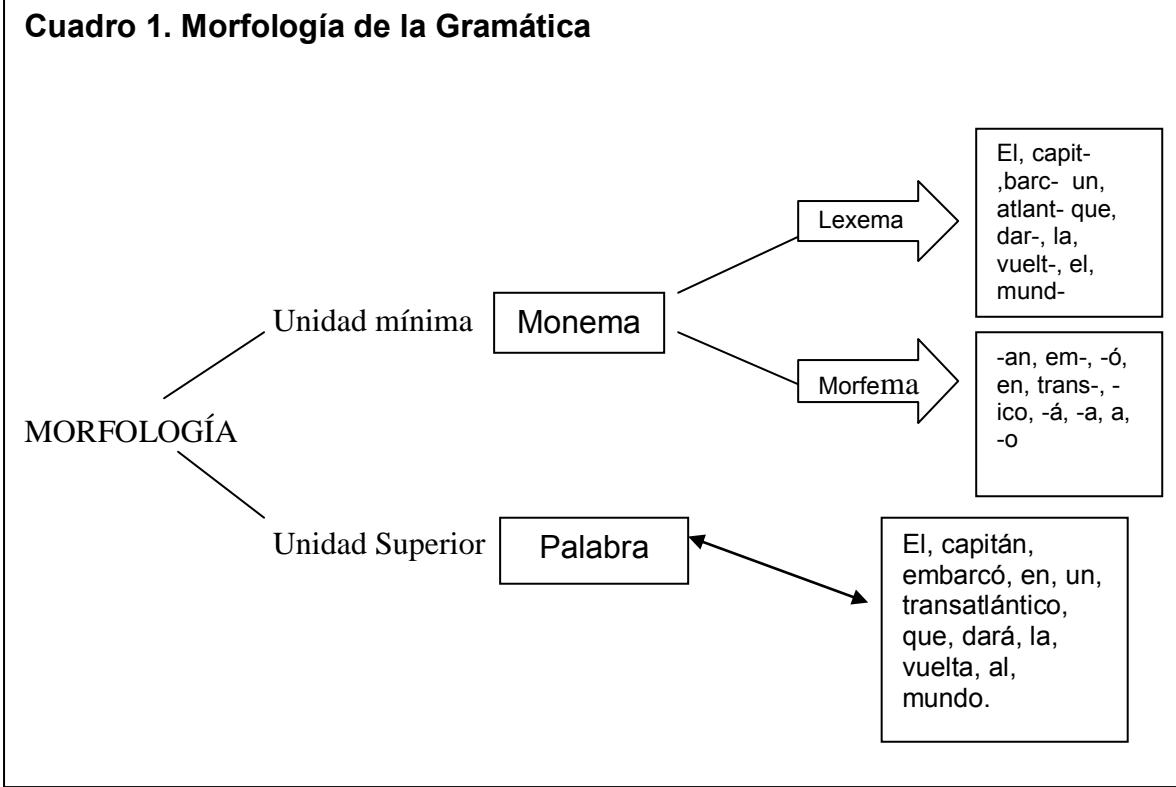
“Cuando la palabra apareció en el mundo, el hombre pudo expresarse a sí mismo como ser pensante, creador y sensitivo. A partir de la palabra pudo nombrar las cosas, que llama sustantivos; sus cualidades y características especiales, que llama adjetivos; expresar las acciones, que denomina verbos; puede manifestar su pensamiento completo mediante las oraciones, y encadenarlas por medio de conectores para darle sentido a todo el contexto de su habla y de su escritura”<sup>31</sup>.

Para facilitar la comprensión correcta de cualquier mensaje y enriquecer la expresión oral y escrita es necesario entender que la gramática está compuesta y dividida por dos matices, estos son; Morfología y Sintaxis, también llamada Morfosintaxis. Para entender estas dos disciplinas, se citará aquí una gráfica explicativa creada por Pilar García Madrazo y Carmen Moragón Gordón, autoras del libro: “Aprende tú solo gramática”.

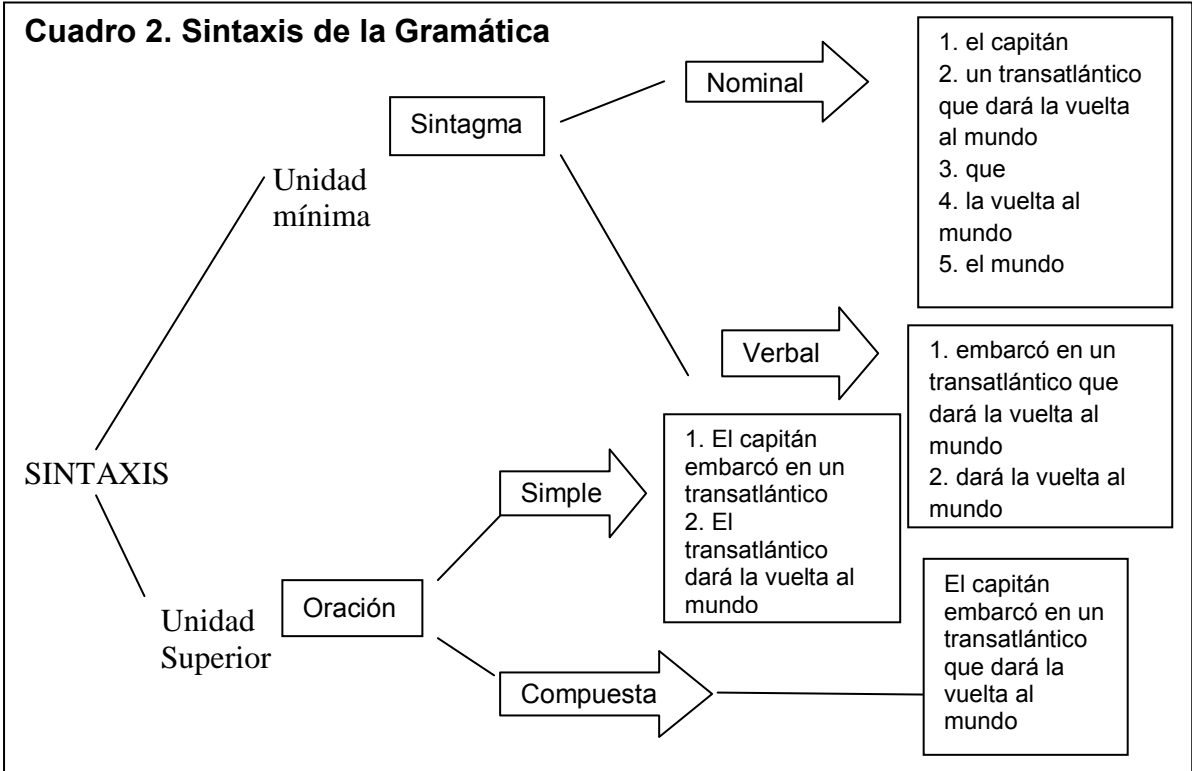
---

<sup>30</sup> DE SICARD, Sofía. Moderna biblioteca de la lengua: gramática. 2 ed. Colombia: La casa del diccionario impresiones, 1996. 25 p.

<sup>31</sup> *Ibíd.*,p.31



**Fuente:** GARCIA MADRAZO, Pilar y MORAGÓN GORDÓN, Carmen. Aprende tú solo gramática: gramática. 1 ed. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A., 1998.



**Fuente:** GARCIA MADRAZO, Pilar y MORAGÓN GORDÓN, Carmen. Aprende tú solo gramática: gramática. 1 ed. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A., 1998.

El anterior cuadro da cuenta de que las dos disciplinas que constituyen la gramática, están íntimamente relacionadas entre sí, ya que con las unidades morfológicas se constituyen las sintácticas.

Y aunque la gramática brinda tantos recursos a la hora de escribir y hablar, se cometen y se han cometido errores en la comunicación cotidiana de las personas, en los medios de comunicación, en las investigaciones y en todo aquello relacionado con redacción y lectura de textos, puesto que aunque las reglas de la gramática no son tan complejas, algunas personas solo las cubren de manera parcial.

En el libro Manual de Redacción e Investigación se plantea que quizá la mayor parte de los problemas que enfrenta quien redacta un texto, es suponer que puesto que habla español, puede escribirlo. Lo anterior incide en un grave error, ya que la lengua oral y escrita presenta ciertas diferencias.

Un grupo de estudiosos de la lengua reunido en el conocido Círculo de Praga, ha dejado establecidas las principales diferencias entre la lengua oral y la escrita, éstas son:

“Existen tres elementos: el gesto, la entonación y el sobreentendido, que presentes en la lengua oral, no aparecen en la lengua escrita, por lo que el redactor, además de conocerlos, debe esforzarse por sustituirlos. A no ser que se trate de un mensaje grabado, la lengua oral siempre se encuentra en *situación*, esto es, el hablante está en un lugar y un momento determinados, rodeado de cosas y personas, y para comunicarse utiliza, además de la entonación de la voz, apoyos como el movimiento de las manos o la expresión del rostro. Un texto, en cambio, no dispone de estas ayudas y se desconoce por quién y en qué momento va a ser leído, ya que una vez escrito se desprende de su autor, circula y adquiere vida propia al margen del redactor”<sup>32</sup>.

Debido a esas diferencias, al reconocer que la lengua escrita carece del gesto, la entonación y el sobreentendido, “debe necesariamente respetar algunos convencionalismos, ciertos rasgos históricos y colectivos, con el fin de establecer la comunicación con el lector”<sup>33</sup>.

Por todo lo anterior, se debe tener un cuidado especial con las reglas gramaticales a la hora de escribir, debido a que se corre con el riesgo de que el

---

<sup>32</sup> GALINDO, Carmen; GALINDO, Magdalena y TORRES, Armando. Manual de redacción e investigación: guía para el estudiante y el profesionalista. 1 ed. México: Grijalbo, 1997. 25 p.

<sup>33</sup> *Ibíd.*, p.323



mensaje no llegue a sus lectores de una manera clara o, peor aún, que llegue distorsionada y éste en vez de instruirse, se desinforme o descontextualice de lo realmente verdadero. Es importante que al escribir se tenga en cuenta los parámetros de la concordancia entre el sujeto y su verbo, y entre el sujeto y el sustantivo. Asimismo, el expresar una idea verbal sin referir a ninguna de las personas gramaticales con las terminaciones (ando – endo), conocidos como gerundios.

Igualmente, hay que tener mucho cuidado con el correcto empleo de las combinaciones de los tiempos verbales en oraciones coordinadas y subordinadas, que pueden desembocar en la confusión, y también se debe prestar atención, a la pobreza de la utilización en los tiempos verbales.

Se debe tener en cuenta, de la misma manera, el cuidado de la mala utilización del género y el número en los textos, es decir, saber con exactitud qué clasificación gramatical darle a las terminaciones de las palabras, si femenina o masculina, en cuanto al género se refiere. Por el lado del número, aclarar si se menciona uno o varios seres, es decir singular o plural.

Los mencionados anteriormente, son solo algunos de los errores que se cometen en la redacción, pero que influyen de una manera determinante en el sentido que puedan tener las palabras, las frases, los párrafos y finalmente un texto completo.

Por otra parte, como se mencionó en los conceptos que se iban a tener en cuenta para esta investigación se hablará un poco sobre el periodismo en televisión, siendo este proyecto dirigido a un medio de comunicación regional, se hace importante entender esta dinámica relacionada con el manejo del lenguaje.

Cabe entender, en este aspecto, qué es en sí el periodismo:

El periodismo es, en esencia, el medio que está destinado a informar a la población, porque ayuda a la gente a estar enterada de lo más sobresaliente que ocurre en el mundo. Por ello, el periodismo tiene como finalidad informar veraz y rápidamente todos los hechos noticiosos; así como analizar, comunicar y valorar con veracidad y públicamente noticias y opiniones. Por tales razones ha logrado ser un elemento fundamental para la vida social y personal del ser humano<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> LIZANA SALAS, Nubia. El periodismo y la función del periodista [en línea]. México D.F.: Revista Mexicana de Comunicación, 1994 [Consultado el 24 de septiembre de 2011]. Disponible en internet. <http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=185>

La televisión se diferencia de los otros medios de comunicación, ya que tiene el uso de imágenes en movimiento, lo cual exige que quienes trabajan en este campo, tengan la capacidad de poder conectar de manera acertada las imágenes con los textos creados para dar a conocer una noticia. Teniendo en cuenta que para lograr un mensaje efectivo se debe evitar caer en la redundancia de decir lo mismo que se ve en las imágenes.

“La capacidad de la televisión para transmitir imágenes en movimiento, sean en color o en blanco y negro, en vivo o grabadas en película o dispositivos electrónicos, le otorga una gran ventaja sobre otros medios en lo que respecta a la difusión de noticias y acontecimientos mundiales”<sup>35</sup>.

Así mismo la televisión también ha sido fuertemente criticada porque se cree que, “Este medio presenta los grandes acontecimientos mundiales como trivialidades, y ha hecho que la falta de valores humanos y la perturbación de la vida familiar se tomen como hechos normales”<sup>36</sup>.

Todas esas críticas se ven reflejadas en la manipulación que los medios le dan a la información para mantener sus altos índices de audiencia, en los noticieros por ejemplo cada noticia tiene un tiempo determinado, lo que provoca que en muchas ocasiones no se brinde una completa información.

Los medios de comunicación tienen funciones que deben cumplir, estas son:

**Informar.** Hasta la llegada de las nuevas tecnologías, eran la fuente básica de noticias, opinión y control de los poderes políticos.

**Formar.** Los medios son un canal fundamental para la recepción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias, teatrales, cinematográficas o musicales.

**Entretener.** Son igualmente plataformas insustituibles de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas variedades<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> YORKE, Ivor. Periodismo en televisión. México: Limusa Noriega Editores, 1994. 71 p.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 11

<sup>37</sup> HIRU. Los medios de comunicación social [en línea]. España: Hiru.com, 2006 [Consultado el 28 de septiembre de 2011]. Disponible en internet: <http://www.hiru.com/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-social>

El periodista como actor fundamental en la construcción de los mensajes, tiene la función de:

Satisfacer la necesidad del ser humano de estar enterado de lo más sobresaliente que ocurre en el mundo. De acuerdo con Jorge Xifra Xeras la función del periodista es "comunicar un conocimiento pleno y armónico de todo lo noticiable que acontece en el mundo entero y en la totalidad de las ramas del saber". Por tanto, el periodista debe "interpretar todo lo que pasa, y aquello que considera importante, además, entre lo que es más esencial e interesante, también trata de situarlas y ambientarlas para que se comprendan". Además de que el comunicador dé a conocer hechos que ya sucedieron, debe tratar de "descifrar el futuro e interpretarlo, especialmente el futuro deseable". Entonces el receptor podrá actuar frente a los hechos futuros, tomando en cuenta aquello que ha dicho el comunicado<sup>38</sup>.

El papel del periodista en la sociedad es fundamental, ya que permite estar al servicio de ella, orientando e informando sobre los principales acontecimientos que suceden en el mundo, pero todo esto basado en investigaciones y en diferentes puntos de vista, para que los televidentes puedan tomar postura o actuar frente a diferentes circunstancias de la vida.

No obstante, el periodista debe procurar brindar a sus televidentes una información clara y verdadera, es decir, el mensaje periodístico debe ser muy bien fundamentado en las reglas que el lenguaje guarda consigo mismo. "En redacción hay que distanciarse del disparate, de las repeticiones innecesarias, del mal uso de preposiciones, de la anfibología o confusión de sentido, de los términos impropios, de las inexactitudes en los significados, del desconocimiento de los signos de puntuación, de los barbarismos en general y de todos los vicios que afean el bien decir y que enredan y hacen difícil las ideas en la expresión escrita, que es más responsable y cuidadosa que la expresión hablada o conversacional"<sup>39</sup>.

En otra instancia, otro de los temas tenidos en cuenta para esta investigación fue la formulación de estrategias, ya que fue de suma importancia conocer la estructura y todo lo relacionado con dicho tema para llevar a cabo el principal objetivo de esta pasantía.

Para empezar se hace indispensable conocer las teorías que responden a la pregunta ¿qué es una estrategia?, ese aspecto que se ha vuelto tan importante

---

<sup>38</sup> LIZANA, op.cit., Disponible en internet:  
<http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=185>

<sup>39</sup> PALENCIA, op.cit., p.44.

dentro de las actividades humanas y en especial en las actividades empresariales.

En sus inicios, las estrategias eran utilizadas netamente para misiones de carácter militar, pero su significado evolucionó a tal punto de convertirse en una forma imprescindible de dirigir las organizaciones y hacer posible el éxito de sus metas. Alfred Chandler JR. define las estrategias como: “la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas”<sup>40</sup>. En pocas palabras, la estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Asimismo se hace importante entender la diferencia existente entre la planeación estratégica y la formulación de las estrategias, puesto que tal como lo plantean Robert N. Anthony y Vijay Govindarajan en su libro ‘Sistemas de Control de Gestión’, “la formulación de estrategias es el proceso de decidir las nuevas estrategias, mientras que la planeación estratégica es el proceso de decidir cómo implantar las estrategias”<sup>41</sup>.

La lógica de comprender esa diferencia es poder darle a cada una su lugar, es decir que como la planeación es entendida desde el punto de vista sistemático e institucional debe separarse de la formulación para que no entorpezca su proceso creativo e innovador. Por lo anterior es que según los autores de ‘Sistemas de Control de Gestión’, las estrategias pueden ser replanteadas cuando surgen oportunidades y peligros, esto se hace inmediatamente sin tener que llevar una sistematización de la fecha o lugar, las decisiones se toman en el mismo instante en que surgen las ideas para mejorar la estrategia.

Es importante ahora conocer sobre la estrategia empresarial, esa que en la actualidad se ha convertido en un instrumento vital para el éxito alcanzado dentro de las organizaciones y que según David Coloma en su texto ‘La estrategia empresarial. Cómo formularla e implementarla con éxito’; “La estrategia empresarial no es más que una decisión sobre las metas, objetivos y acciones de la organización para prosperar en su entorno. La toma de éstas se produce tras un análisis del entorno de la organización, sus mercados y sus competidores”<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> CHANDLER JR, Alfred. Strategy and structure, 1962. Citado en: Qué es una estrategia y cómo se elabora. [en línea][consultado el 16 de abril de 2013] Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/17273222/Que-Es-Una-Estrategia-y-Como-Se-Elabora>

<sup>41</sup> ANTHONY, Robert N. y GOVINDARAJAN, Vijay. Sistemas de Control de Gestión. Duodécima edición. México: MCGraw-Hill interamericana, 2007. 768 p.

<sup>42</sup> COLOMA, David. La estrategia empresarial. Cómo formularla e implementarla con éxito.[en línea][consultado el 18 de abril de 2013] Disponible en internet: <[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

Un paso fundamental de las estrategias es la toma de decisiones en cuanto a qué caminos escoger para seguir y cuáles descartar definitivamente, para así mismo decidir las capacidades que se tienen para desarrollarlas mediante los caminos escogidos, bien sea para desplegar en profundidad su misión de una forma eficiente en costos o para construir una ventaja competitiva que le permita satisfacer mejor a sus clientes y accionistas.

El proceso formal bajo el cual se planifican los pasos para el desarrollo de la estrategia se da en el plan estratégico (planeación estratégica), que en otros campos también puede llamarse plan de negocio o plan de empresa. Tal como se afirma en el texto „La estrategia empresarial. Cómo formularla e implementarla con éxito’, la estrategia en organizaciones grandes, se diferencia en tres ámbitos principales: la estrategia corporativa, la competitiva y las de apoyo.

“La estrategia corporativa: establece unas metas generales relativas a las diferentes líneas de negocio y funciones, con un foco principalmente financiero. Una decisión fundamental en la estrategia corporativa es la gestión de la cartera de negocios, mediante la cual se determina en qué líneas de negocio debe estar presente la empresa”<sup>43</sup>.

“La estrategia competitiva: busca conseguir una situación favorable de unidades de negocio concretas en sus propios mercados respecto a sus competidores. Aquí se persiguen objetivos con un énfasis más comercial”<sup>44</sup>.

“Las estrategias de ámbitos más globales se acaban desplegando en estrategias funcionales. Son las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, finanzas, tecnologías de la información, innovación,...”<sup>45</sup>.

La estrategia en las empresas se ve como aquella que determina la secuencia de las operaciones donde se relacionan los factores logísticos y tácticos. Además en esta estrategia siempre se asigna un responsable para su cumplimiento y dentro del plan estratégico se contemplan las capacidades para determinar un objetivo, asociar los recursos y las acciones que se llevarán a cabo para cumplirlo, así como los resultados y consecuencias de las decisiones

---

<sup>43</sup> *Ibíd.*, Disponible en internet:<

[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

<sup>44</sup> *Ibíd.*, Disponible en internet:<

[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

<sup>45</sup> *Ibíd.*, Disponible en internet:<

[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

tomadas. Por lo anterior, según el texto „Qué es una estrategia y como se elabora’, la estrategia empresarial debe tener al menos cinco atributos, estos son:

“1. Que se pueda medir - 2. Que se pueda controlar - 3. Que consuma recursos - 4. Que tenga un objetivo claro - 5. Que se le pueda asignar un responsable”<sup>46</sup>.

Después de cumplir al menos con esos cinco atributos se deben tener en cuenta las fases para la formulación de las estrategias, que según David Coloma son:

- Análisis de la situación.
- Establecimiento de los objetivos.
- Definición de los planes de acción.
- Programación de recursos y presupuestación.

El análisis de la situación implica reflexionar sobre la misión y la visión de la organización para verificar si conservan su vigencia, así como un análisis interno y externo de su funcionamiento para una evaluación sobre la situación actual y futura, en su mayoría este análisis se hace bajo el esquema DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas).

Después de haber hecho el estudio de la organización, de conocer cuál es el punto de partida, las herramientas con las que cuenta y lo que desea obtener, se trazan los objetivos a perseguir. “Los objetivos harán referencia a aspectos financieros, de mercado de operaciones, recursos humanos, nuevos productos, etc. Estos objetivos deben estar expresados de forma concreta, cuantitativa y temporizada, de forma que se pueda evaluar el progreso hacia su consecución”<sup>47</sup>.

Después de definir los objetivos, se deben establecer las acciones y el plan de acción teniendo en cuenta el tiempo requerido y el disponible para la implementación de la estrategia y de la obtención de sus resultados.

---

<sup>46</sup> Qué es una estrategia y cómo se elabora. [en línea][consultado el 16 de abril de 2013] Disponible en internet: <<http://es.scribd.com/doc/17273222/Que-Es-Una-Estrategia-y-Como-Se-Elabora>>

<sup>47</sup> COLOMA, op.cit., Disponible en Internet:<[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

Seguido a esto se deben determinar los recursos de cada actividad y así mismo realizar el presupuesto total que implica la estrategia planteada. Después viene el proceso de debate de aceptación de la dicha estrategia planteada teniendo en cuenta que sus metas sean definitivamente aterrizables a la realidad.

No todo acaba en la formulación de las estrategias, debe haber una plena seguridad de que va a ser implementada y controlada. Para esto, se debe tener en cuenta que para que una estrategia pueda ser comunicada con facilidad a todos los miembros de la organización ésta debe estar planteada de una manera simple y bien explicada.

Esta investigación se basó en los anteriores conceptos para lograr cumplir con sus objetivos. Se evidenció el valor que tiene el buen manejo del lenguaje oral y escrito en los medios masivos de comunicación y en la vida del ser humano, lo cual sustentó la importancia de querer mejorar este aspecto en el Noticiero 90 Minutos. Además con los conocimientos sobre la estrategia se identificó el paso a paso a seguir para generar una buena formulación de la estrategia y para comprender la función que ésta tiene dentro del Noticiero como organización empresarial.

## 7. DISEÑO METODOLÓGICO

### 7.1 EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA SE LLEVÓ A CABO EN 4 MOMENTOS ASÍ:

#### **Momento No. 1**

Se Identificaron los errores en el manejo del lenguaje en el noticiero regional 90 Minutos, por medio de una “ficha de errores” que se aplicó a 50 noticias de los años 2010 y 2011. Se hizo la correspondiente búsqueda de documentos aplicativos a la temática, asimismo entrevistas con las personas que integran el grupo periodístico.

#### **Momento No. 2**

Interpretación y análisis de la información. En este momento, se comenzó a verificar la información recogida a partir de la “ficha de errores” y de las entrevistas realizadas al grupo periodístico.

#### **Momento No. 3**

La propuesta fue presentada y en ella se plantearon las razones por las cuales era tan importante formular estrategias para mejorar el uso del lenguaje en el Noticiero Regional 90 Minutos.

#### **Momento No. 4**

Desarrollo de la propuesta. Inicialmente se prometió desarrollar el trabajo en los meses febrero y mayo del 2012, pero esta fecha tuvo una modificación y se realizó en los meses de enero a abril de 2013.

Lo primero que se hizo fue entrevistar las fuentes primarias, para así determinar si los periodistas de este medio estaban conscientes de aquellos errores y saber, si se contaba con su colaboración para este propósito. El Noticiero y todo su equipo de trabajo aceptaron este proyecto de investigación. A partir de ese momento, se hizo una revisión documental de libros, tesis y textos electrónicos. También, se emplearon las asesorías de expertos en los temas de lenguaje y periodismo.



Como segunda fase del trabajo se transcribieron las 50 notas a evaluar con la ficha de errores, y se procedió a hacer su corrección. Después, se obtuvieron los resultados y se graficaron para una mejor comprensión y comparación entre los años 2010 y 2011.

Finalmente, la formulación de las estrategias y la realización del informe final se llevaron a cabo en el mes de marzo y los primeros días de abril de 2013.

## **7.2 ¿QUÉ SE CUMPLIÓ DE LO PACTADO Y CÓMO?**

Se hizo la investigación previa sobre la temática a tratar, se buscaron las respectivas fuentes primarias para las entrevistas y se realizaron. También se empleó la asesoría de expertos en redacción periodística y reglas gramaticales, igualmente se hizo el análisis de los errores orales y de gramática de las 50 notas emitidas en el Noticiero 90 Minutos. Con el resultado de dicho estudio se pudo formular las estrategias enfocadas a mejorar el manejo del lenguaje en este informativo.

Adicional a esto, en el año 2012 la Universidad Autónoma de Occidente adelantó un proceso para la certificación institucional y el Noticiero 90 Minutos fue una de las dependencias autenticadas por la certificadora Bureau Veritas, en ese transcurso este medio de comunicación, prometió tener un sistema de evaluación y mejoramiento de sus textos, mediante un mecanismo diseñado para tal fin. Por lo tanto, el resultado que se obtuvo en este trabajo ya hace parte de los elementos prometidos.

## **7.3 ¿QUÉ NO SE CUMPLIÓ Y POR QUÉ?**

No se pudo cumplir con la fecha de entrega del trabajo, pactada inicialmente en el anteproyecto. La idea era entregarlo en el mes de mayo del 2012, pero debido a inconvenientes personales, en especial por tiempo, no se pudo entregar. Uno de los factores que influyó fue el haber matriculado práctica profesional y trabajo de grado en el mismo período y no distribuir bien el tiempo entre esas dos actividades. Otro de los aspectos prometidos que no se cumplió fue la formulación de varias estrategias para mejorar el uso del lenguaje en el Noticiero Regional 90 Minutos, puesto que después de haber llevado a cabo la investigación sólo fue necesario formular una estrategia con varias acciones que dieran como resultado el cumplimiento de los objetivos trazados. Cabe resaltar que la estrategia que se formuló es el primer paso para seguir en la búsqueda de la excelencia y que así como deja abierta la brecha para modificar la “ficha de errores” que se diseñó para identificar y clasificar los errores,

asimismo deja la inquietud para quien quiera plantear nuevas estrategias dentro de la organización

#### 7.4 ¿QUÉ TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN UTILIZÓ?

**Cuadro 3. Técnicas de recolección de información**

<b>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>		
<b>TÉCNICA / ENFOQUE</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>CONTENIDO</b>
Entrevista / Cualitativo	Cuestionario	Inicialmente las entrevistas se llevaron a cabo con el equipo de trabajo del noticiero. En segunda instancia, con los expertos en lenguaje y redacción periodística. Todas las entrevistas fueron diseñadas con preguntas abiertas.
Ficha de errores / Cuantitativo	Plantilla de corrección de errores gramaticales y orales	Identificación y clasificación de los errores gramaticales y orales aplicados a 50 noticias emitidas en el Noticiero Regional 90 Minutos. Con esa ficha se pudo cuantificar y comparar el promedio de errores de los años 2010 y 2011.
Análisis de documentos	Informe descriptivo	Libros, documentos de internet y tesis sobre los planteamientos teóricos del lenguaje, la comunicación y el periodismo en televisión. Además, las grabaciones en DVD'S de los noticieros, como insumo principal de análisis de errores.

## 7.5 ¿QUÉ PROCEDIMIENTOS FUERON UTILIZADOS?

La forma como se estudió el manejo del lenguaje en las notas periodísticas del noticiario, fue tomando una muestra del total de emisiones correspondientes al primer año que llevaba el actual director en su cargo, puesto que bajo la dirección de él fue que se impuso la figura de un Jefe de Redacción. Posteriormente la muestra se estipuló en un total de 50 notas, divididas en los años 2010 (cuando asumió el cargo el director) y 2011 (cuando cumplió un año en su cargo), es decir, las notas analizadas fueron 25 de un año y 25 del otro.

Para el análisis llevado a cabo en las notas periodísticas del informativo se diseñó, una ficha clasificatoria de errores gramaticales y orales, pensada para ser aplicada en todo el proceso de revisión y corrección de las notas. Para saber con precisión qué clasificaciones debía tener esa plantilla, fue necesario hacer un previo análisis de 10 emisiones escogidas aleatoriamente del año 2011, donde se etiquetaron los errores más comunes.

Después, se hizo indispensable consultar los libros del escritor, Ferrando Ávila, para sentar bases en la comprensión de cada uno de los temas a revisar. De esta manera, después de tener los errores etiquetados y con base a la investigación que se hizo, fue creada la ficha con las siguientes clasificaciones:

- **Errores de Gramática:** los más comunes fueron; uso inapropiado de los tiempos verbales, precisión de los términos y conceptos, errores de género, de número, de gerundios, los eufemismos, el léxico pobre, las frases o palabras inapropiadas, errores de sintaxis y las muletillas.
- **Errores Orales:** los más comunes fueron; problemas de dicción, de sustitución, de terminaciones y de pronunciación.

En el momento en que se aplicó la ficha de errores a las 50 notas periodísticas fue necesario hacer una transcripción de cada una de ellas, puesto que para identificar y precisar los errores no era suficiente con escuchar y ver las notas una y otra vez desde los DVD, para ello, se tomó la sugerencia de Ricardo Pérez, periodista encargado de la elaboración del nuevo manual de estilo del periódico El País, quien argumentó que era mucho más práctico y preciso identificar los errores gramaticales al estar escritos tal cual lo leyó el periodista.

Por lo anterior, cabe resaltar que los errores de puntuación no serán tenidos en cuenta en la evaluación que se hace a cada nota y al periodista que la hizo, porque el formato original que era el audiovisual, fue cambiado al formato escrito con la transcripción.

Al mismo tiempo, para concebir un estudio en profundidad, se hizo una intensa revisión de documentos que fundamentaron las reglas ortográficas, las normas de gramática, lingüística, el lenguaje oral y manual de redacción periodística, al igual que entrevistas con expertos en estos temas y con gran experiencia en medios de comunicación.

Una de las formas pensadas a la hora de aplicar la ficha de errores, fue darle a cada una de las clasificaciones un color diferente, para así obtener resultados más fáciles de identificar. Ya aplicada dicha ficha, a las 50 noticias escogidas para evaluar, se hizo el conteo y se graficaron los resultados con los cuales se pudo, como primer paso, hacer una comparación de errores en los dos años evaluados (2010 y 2011) y, como segundo y gran paso, formular estrategias para mejorar el manejo del lenguaje de las notas periodísticas emitidas en el Noticiero Regional 90 Minutos.

### **7.5.1 Clasificación de los errores y breve definición de ellos:**

**7.5.1.1 Errores gramaticales. Uso inadecuado de los tiempos verbales** este error se evaluó cuando no se conjugaron bien los verbos en modo indicativo, subjuntivo, condicional e imperativo. También cuando en una oración se empezaba hablando en presente y continuaba en pasado o futuro y viceversa.

**Ejemplo incorrecto:** Dos inhabilidades pesan en la hoja de vida del nuevo presidente de la Junta Directiva de Acuavalle, según la norma esto sería un obstáculo para ejercer el cargo.

**Ejemplo correcto:** Dos inhabilidades pesan en la hoja de vida del nuevo presidente de la Junta Directiva de Acuavalle, según la norma éstas serían un obstáculo para ejercer el cargo.

➤ **Precisión de los términos y conceptos:** para la evaluación de errores en este proyecto esta clasificación se tuvo en cuenta cuando en los textos de las noticias se utilizaba una palabra que podía ser reemplazada por otra que complementará mejor el texto.

**Ejemplo incorrecto:** el señor Alvaro Hernando Gasca Cuellar **tiene una prisión** de 15 meses.

**Ejemplo Correcto:** el señor Alvaro Hernando Gasca Cuellar **fue condenado a una prisión** de 15 meses.

- **Errores de género:** éstos se identificaron cuando no se diferenciaba o se confundía el masculino y el femenino, teniendo en cuenta que los sustantivos del género masculino terminan en las vocales e, u y o; y los del género femenino terminan en a y aunque existan muchos sustantivos masculinos terminados en a, como mapa o profeta, siempre debe haber concordancia entre el sujeto y el género.

**Ejemplo incorrecto:** La primer sanción...

**Ejemplo correcto:** La primera sanción...

**Ejemplo incorrecto:** una promesa del patinaje fue **asesinado** este fin de semana.

**Ejemplo correcto:** una promesa del patinaje fue **asesinada** este fin de semana.

- **Errores de Número:** En este caso los errores de número se vieron reflejados cuando en los textos periodísticos evaluados se colocaba una palabra que iba en plural como singular y viceversa.

**Ejemplo incorrecto:** el señor Álvaro Hernando Gasca Cuellar tiene dos inhabilidades, **por lo cual** no podría estar en este cargo.

**Ejemplo correcto:** el señor Álvaro Hernando Gasca Cuellar tiene dos inhabilidades, **por las cuales** no podría estar en este cargo.

- **Errores de gerundios:** para el análisis de las notas periodísticas se tuvo en cuenta el mal uso del gerundio, en donde algunos textos no concordaban con su redacción y sobraban palabras que no permitían tener un mejor estilo en su lectura y alargaban innecesariamente el tiempo de las notas.

**Ejemplo incorrecto:** para estar interviniendo

**Ejemplo correcto:** intervenir

- **Eufemismos:** tratándose de una evaluación de textos periodísticos, lo eufemismos se definieron como las palabras que se utilizan para sustituir a otra que representa una cruda realidad, una ofensa o simplemente para que sea mejor aceptada por el público.

**Ejemplos de eufemismos:** Narcotesoro, sicariato, falsos positivos.

➤ **Léxico pobre:** para este caso este error fue identificado cuando los periodistas utilizaron las mismas palabras en una misma oración o palabras muy frecuentes en todo el texto.

➤ **Frases o palabras inapropiadas:** se evaluaron como frases o palabras inapropiadas aquellas que sobran y las que no concordaban con el texto.

**Ejemplos:** espacio de tiempo, mucho menos, cáncer de corrupción, en su mal oler.

➤ **Error de sintaxis:** este error se presenta cuando la oración no tiene la organización y el orden adecuado de las palabras, así como cuando no existe relación de una frase con otra.

**Ejemplo incorrecto:** desde la misma entrada a la ciudad por el sur, pasando por las avenidas principales o en las paralelas y en los barrios como esta cuadra de Aguablanca, el estado de la valla vial es preocupante.

**Ejemplo correcto:** el estado de la malla vial en Cali es preocupante esto se puede apreciar desde la entrada a la ciudad por el sur, pasando por las avenidas principales o paralelas y los barrios como Aguablanca.

➤ **Muletillas:** palabras o frases que se repiten en exceso en las oraciones de los textos periodísticos, este error se identificó cuando los periodistas hacían expresiones innecesarias en sus textos.

**Ejemplos:** bueno, sí, como tal, esto como tal, pues.

**7.5.1.2 Errores Orales. Problemas de dicción:** este error se identificó cuando al pronunciar las palabras, el periodista omitía una letra de las mismas.

**Ejemplo incorrecto:** Dotor - Acción

**Ejemplo correcto:** Doctor - Acción

➤ **Problemas de sustitución:** este error se identificó cuando el periodista reemplazaba una letra de una palabra por otra.

**Ejemplo incorrecto:** Proyepto - Ciudadat

**Ejemplo correcto:** Proyecto - Ciudad.

- **Terminaciones:** este error se identificó cuando los periodistas omitían alguna de las letras de la última sílaba de una palabra.

**Ejemplo incorrecto:** Determinao - Modalida

**Ejemplo correcto:** Determinado - Modalidad

- **Pronunciación:** este error se identificó cuando el periodista no tenía una vocalización adecuada de las palabras.

**Ejemplo incorrecto:** Las nejecidades - Lajautoridades

**Ejemplo correcto:** Las necesidades - Las autoridades

## 8. RESULTADOS

Para la elaboración del trabajo de grado se realizó un estudio basado en la adecuada expresión gramatical y oral que deben emplear los periodistas del noticiero y para esto se identificaron y clasificaron los errores más comunes en 50 noticias de los años 2011 y 2012 teniendo en la cuenta todos los términos y usos adecuados que debe tener el lenguaje. Por lo anterior, como primer resultado se muestra a continuación los gráficos que dan cuenta de la cantidad de errores de cada clasificación en los dos años.

Además se muestra un cuadro con la totalidad de los errores por cada año, que da cuenta de la clasificación e identificación de los errores según los parámetros del control de los errores gramaticales y orales en el noticiero regional 90 Minutos, lo cual responde los dos primeros objetivos específicos de este proyecto. En dicho cuadro se evidencia una irregularidad en los resultados, lo cual demuestra que no existía un control del lenguaje en las notas diarias del informativo.

El segundo resultado y el más importante es la formulación de estrategias para mejorar el uso del lenguaje en el Noticiero, lo cual responde el tercer objetivo de esta pasantía basado en identificar los pasos a seguir para ayudar a solucionar el problema ya identificado.

**Cuadro 4. Total de errores**

<b>CLASIFICACION DE ERRORES</b>	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
Uso inadecuado de los tiempos verbales	9	8	17
Precisión de los términos y conceptos	32	61	93
Errores de género	0	2	2
Errores de número	0	14	14
Errores de gerundios	8	10	18
Eufemismos	2	0	2
Léxico pobre	12	13	25
Frasas o palabras inapropiadas	23	24	47
Error de sintaxis	10	11	21
Muletillas	4	10	14
Problemas de dicción	11	6	17
Problemas de sustitución	10	4	14
Terminaciones	3	4	7
Pronunciación	11	7	18



## 8.1 ERRORES GRAMATICALES

**Cuadro 5. Uso inadecuado de los tiempos verbales**

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Uso inadecuado de los tiempos verbales</b>	9	8	17

Ejemplo incorrecto: Dos inhabilidades pesan en la hoja de vida del nuevo presidente de la Junta Directiva de Acuavalle, según la norma **esto sería** un obstáculo para ejercer el cargo.

Ejemplo correcto: Dos inhabilidades pesan en la hoja de vida del nuevo presidente de la Junta Directiva de Acuavalle, según la norma **estas serían** un obstáculo para ejercer el cargo.

**Figura 1. Gráfico del uso inadecuado de los tiempos verbales**



En cuanto al uso inadecuado de los tiempos verbales, se observó que el 53% (9/17) de estos errores fueron en el año 2010, en comparación con el año 2011 donde se presentaron 8 de estos, equivalentes al 47% (8/17). Por lo anterior, se puede concluir que hubo una mejora muy mínima pero importante.

**Cuadro 6. Precisión de los términos y conceptos**

	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Precisión de los términos y conceptos</b>	32	61	93

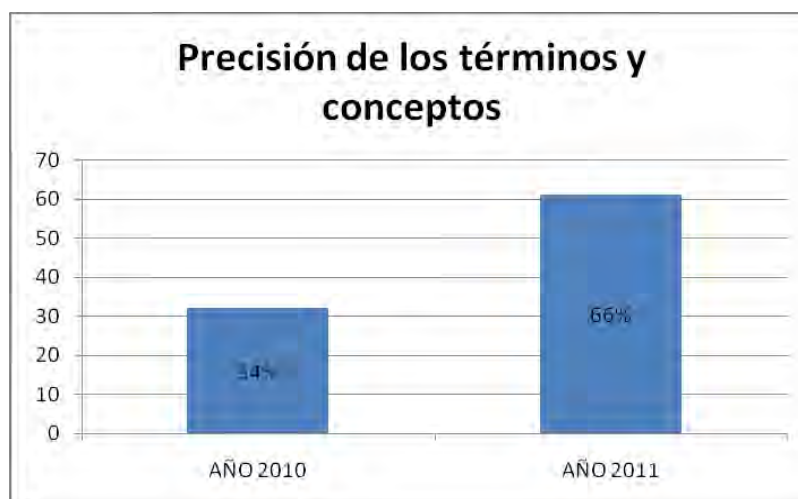
Ejemplo incorrecto: Si buenas tardes, **a la** polémica administrativa que se **vio** al interior de Acuavalle, todo parece indicar que le va a surgir un nuevo capítulo.

Ejemplo correcto: Buenas tardes, **frente a la** polémica administrativa que se **dio** al interior de Acuavalle, todo parece indicar que le va a surgir un nuevo capítulo.

Ejemplo incorrecto: Luego de **oficiar** como secretario de Cultura Departamental.

Ejemplo correcto: Luego de **desempeñarse** como secretario de Cultura Departamental.

**Figura 2. Gráfico de la precisión de los términos y conceptos**



Para la precisión de los términos y conceptos, en el año 2010 se presentaron 32 de los errores de este ítem, equivalentes al 34% (32/93), mientras que en el año 2011 se presentaron casi el doble de errores en comparación con el año anterior equivalente al 66% (61/93). Esto indica que se debe tener un cuidado especial con este tipo de error, que hasta el momento va en crecimiento.

**Cuadro 7. Errores de género**

	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Errores de género</b>	0	2	2

Ejemplo incorrecto: **La primer** sanción penal corresponde al delito de omisión del agente retenedor o recaudador.

Ejemplo correcto: **La primera** sanción penal corresponde al delito de omisión del agente retenedor o recaudador.

Ejemplo incorrecto: Una promesa del patinaje fue **asesinado** este fin de semana. (Cesar Andrés Lastre)

Ejemplo correcto: Una promesa del patinaje fue **asesinada** este fin de semana. (Cesar Andrés Lastre)

**Figura 3. Gráfico de los errores de género**



En la muestra realizada, los errores de género no tuvieron incidencia en ésta ya que para el año 2010 no hubo errores de este índole, equivalentes a un 0% (0/2) y para el año 2011 sólo hubo 2 de ellos, equivalentes al 100% (2/2). Se concluye que de esta variable no hay mucho que analizar, pero sí tenerla en cuenta para llegar al 0% de error.

### Cuadro 8. Errores de número

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Errores de número</b>	0	14	14

Ejemplo incorrecto: el señor Álvaro Hernando Gasca Cuellar tiene dos inhabilidades, **por lo cual** no podría estar en este cargo.

Ejemplo correcto: el señor Álvaro Hernando Gasca Cuellar tiene dos inhabilidades, **por las cuales** no podría estar en este cargo.

Ejemplo incorrecto: se evidencia la cantidad de basuras que están arrojadas.

Ejemplo correcto: se evidencia la cantidad de basura que está arrojada.

Ejemplo incorrecto: después de dos meses que se le **autorizaron** la prórroga a la policía.

Ejemplo correcto: después de dos meses que se le **autorizó** la prórroga a la policía.

### Figura 4. Gráfico de los errores de número



Con respecto a los errores de número, en el año 2010 no se presentaron errores reflejando así un 0% (0/14), mientras que en el año 2011 se presentaron 14 de estos evidenciando un 100% (14/14). Lo anterior denota que habría que analizar con más rigurosidad esta variable para que no siga aumentando su porcentaje.

### Cuadro 9. Errores de gerundios

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Errores de gerundios</b>	8	10	18

Definición: el mal uso del gerundio se evidenció cuando algunos textos no concordaban con su redacción y sobraban palabras que no permitían tener un mejor estilo en su lectura al utilizar las terminaciones (ando – iendo) y alargaban innecesariamente el tiempo de las notas.

Ejemplo incorrecto: para **estar interviniendo** el tráfico de Cali.

Ejemplo correcto: para **intervenir** el tráfico de Cali.

Ejemplo incorrecto: en una de estas colinas podría **estar disparando** la guerrilla.

Ejemplo correcto: en una de estas colinas podría **disparar** la guerrilla.

### Figura 5. Gráfico de los errores de gerundios



En relación con los gerundios se presentó casi la misma cantidad de estos para ambos años. En el año 2010 hubo 8 errores equivalentes al 44% (8/18) y en el año 2011 hubo 10 de ellos, equivalentes al 56% (10/18). Es necesario analizar el origen de estos errores para mitigarlos y establecer un lenguaje de alta calidad dentro de la organización.

### Cuadro 10. Eufemismos

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Eufemismos</b>	2	0	2

Definición: son las palabras que se utilizan para sustituir a otra que representa una cruda realidad, una ofensa o simplemente para que sea mejor aceptada por el público.

Ejemplos:

**Narcotesoro:** un tesoro (dinero) perteneciente a un narcotraficante.

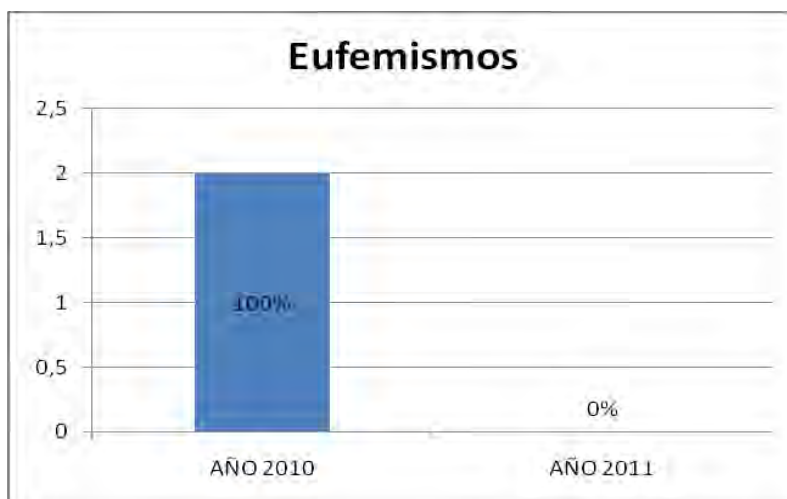
**Sicariato:** asesino con salario.

**Falso positivos:** un diagnostico equivocado.

**Neutralizar:** matar.

**Dar de baja:** matar.

Figura 6. Gráfico de los eufemismos



En lo que se refiere a los eufemismos se presentaron en el año 2010 sólo 2 errores, equivalentes al 100% (2/2), y en el año 2011 no se encontraron errores de este tipo, equivalente al 0% (0/2).

### Cuadro 11. Léxico pobre

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
Léxico pobre	12	13	25

Ejemplo incorrecto: **se encuentra** la recuperación del volante argentino Marín Morel, quien **se encuentra** en la lista de concentrados.

Ejemplo correcto: (**está / se menciona**) la recuperación del volante Marín Morel, quien se encuentra en la lista de concentrados.

Ejemplo incorrecto: **y** frente a estas cifras **y** la ola de inquietudes **y** demandas de los caleños...

Ejemplo correcto: frente a estas cifras, la ola de inquietudes y demandas de los caleños...

Ejemplo incorrecto: la restitución en el **cargo** del Alcalde de Yotoco, Jorge Tascón, destituido de su **cargo**.

Ejemplo correcto: la restitución en el **cargo** del Alcalde de Yotoco, Jorge Tascón, destituido de **sus funciones**.

### Figura 7. Gráfico del Léxico pobre



En la variable léxico pobre hubo un aumento de errores, por lo tanto se debe buscar una solución inmediata con el objeto de reducirlo al máximo. Así pues, para el año 2010 se presentó el 48% (12/25) de estos, mientras que en el año 2011 se presentó el 52% (13/25) de ellos

**Cuadro 12. Frases o palabras inapropiadas**

	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Frases o palabras inapropiadas</b>	23	24	47

Ejemplo incorrecto: por las cuales no podría estar en este cargo y **mucho menos** contratar con el estado.

Ejemplo correcto: por las cuales no podría estar en este cargo y **menos / ni** contratar con el estado.

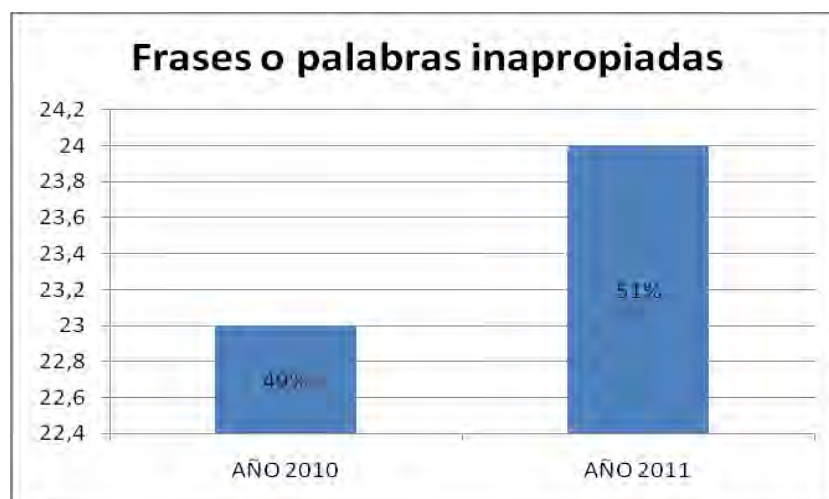
Ejemplo incorrecto: un lote del caramelo **a donde** se están llevando los escombros.

Ejemplo correcto: un lote del caramelo **donde** se están llevando los escombros.

Ejemplo incorrecto: en caso de que **se llegue** a complicar la situación.

Ejemplo correcto: en caso de que **se complique** la situación.

**Figura 8. Gráfico de las frases o palabras inapropiadas**



Las frases o palabras inapropiadas tuvieron una gran incidencia en el total de los errores de la muestra realizada, lo cual indica que hay que hacer énfasis en la corrección de este tipo de errores. Los resultados obtenidos indican que el 49% (23/47) de los errores se registraron en el año 2010 y el 51% (24/47) en el año 2011.



**Cuadro 13. Error de sintaxis**

	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Error de sintaxis</b>	10	11	21

Ejemplo incorrecto: Desde la misma entrada a la ciudad por el sur, pasando por las avenidas principales o en las paralelas y en los barrios, como esta cuadra de Aguablanca, el estado de la valla vial es preocupante.

Ejemplo correcto: El estado de la malla vial en Cali es preocupante, esto se puede apreciar desde la entrada a la ciudad por el sur, pasando las avenidas principales o paralelas y los barrios como Aguablanca.

Ejemplo incorrecto: como la televisión para un pequeño en la ciudad, para los niños de Toribio la guerra se convirtió en su distracción, y en los juegos representan la situación en la que han tenido que crecer.

Ejemplo correcto: como la televisión para un pequeño en la ciudad, la guerra para los niños de Toribio se convirtió en su distracción, y en los juegos representan la situación con la que han tenido que crecer.

**Figura 9. Gráfico del error de sintaxis**



En cuanto a la sintaxis la cantidad de errores en ambos años fue muy pareja, lo cual indica que ésta es una variable a la que hay que prestarle mucha atención y su corrección debe ser inmediata. Los resultados indican que el 48% (10/21) de los errores de este tipo fueron en el año 2010 y el 52% (11/21) fueron en el año 2011.

#### Cuadro 14. Muletillas

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
Muletillas	4	10	14

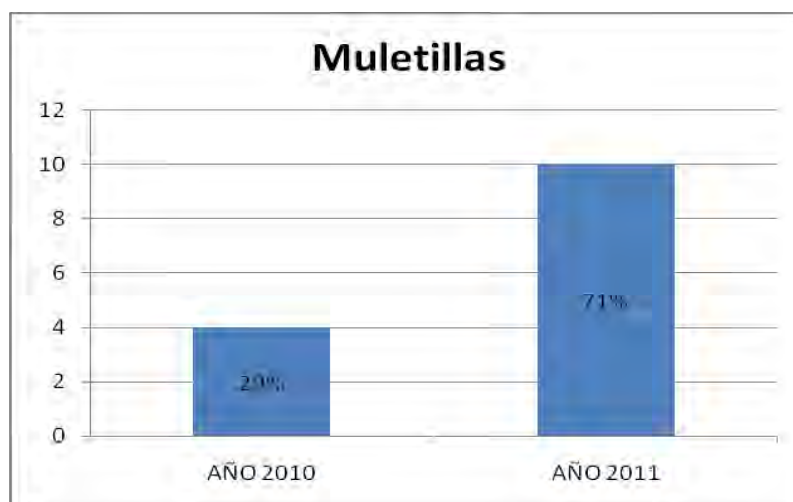
Definición: palabras o frases que se repiten muchas veces en las oraciones de los textos periodísticos y que no son necesarias.

Ejemplos:

Sí, pues, y, como tal, esto como tal, bueno. La mayoría de estas muletillas de los periodistas se presentan cuando se hacen los “falsos directos”.

- **Bueno**, no obstante las diferentes....
- **Y** que **como tal** le fue impuesta...
- Esto **como tal** lo emitió el juzgado...
- **Todo parece indicar** que le va a surgir un nuevo capítulo...
- **Todo parece indicar** que el actual presidente de la Junta...
- **Pues** hasta el momento éste no ha respondido...
- **Bueno**, uno de los sitios en donde hasta el momento...
- ¿Qué consolidado tenemos **como tal**?
- **Y** esta es la información desde Toribio – Cauca...

Figura 10. Gráfico de las muletillas



En relación con las muletillas, se puede observar que en el año 2011 se presentaron más del doble de errores que en el año 2010, noticia que alerta a los periodistas y que debe ser corregida lo más pronto posible. El porcentaje para el año 2010 fue del 29% (4/14) y para el año 2011 fue del 71% (10/14).

## 8.2 ERRORES ORALES

**Cuadro 15. Problemas de dicción**

	<b>AÑO 2010</b>	<b>AÑO 2011</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Problemas de dicción</b>	11	6	17

Definición: este error se identificó cuando al pronunciar las palabras, el periodista omitía una letra de las mismas.

Ejemplo incorrecto: Ación

Ejemplo correcto: Acción

Ejemplo incorrecto: Costante

Ejemplo correcto: Constante

Ejemplo incorrecto: Seleción

Ejemplo correcto: Selección

Ejemplo incorrecto: Esacto

Ejemplo correcto: Exacto

**Figura 11. Gráfico de los problemas de dicción**



En cuanto a problemas de dicción, en el año 2010 se registraron 11 de estos y en el año 2011, 6. Los porcentajes respectivos fueron 65% (11/17) para el 2010 y 35% (6/17) en el 2011. Aquí se observa una mejora significativa de este ítem en el lenguaje oral utilizado por los periodistas del Noticiero 90 minutos.

### Cuadro 16. Problemas de sustitución

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Problemas de sustitución</b>	10	4	14

**Definición:** este error se identificó cuando el periodista reemplazaba una letra de una palabra por otra.

Ejemplo incorrecto: Afeftados

Ejemplo correcto: Afectados

Ejemplo incorrecto: Proyepto

Ejemplo correcto: Proyecto

Ejemplo incorrecto: Danma

Ejemplo correcto: Dagma

Ejemplo incorrecto: Percección

Ejemplo correcto: Percepción

Ejemplo incorrecto: Abtividades

Ejemplo correcto: Actividades

### Figura 12. Gráfico de los problemas de sustitución



Con respecto a los problemas de sustitución hubo una mejora significativa, ya que para el año 2011 se redujeron los errores en más de la mitad de los encontrados en el año 2010. Los porcentajes respectivos fueron de 71% (10/14) en el 2010 y el 29% (4/14) para el año 2011.

### Cuadro 17. Terminaciones

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Terminaciones</b>	3	4	7

**Definición:** este error se identificó cuando los periodistas omitían alguna de las letras de la última sílaba de una palabra.

Ejemplo incorrecto: Denominao  
Ejemplo correcto: Deniminado

Ejemplo incorrecto: Flexibilidá  
Ejemplo correcto: Flexibilidad

Ejemplo incorrecto: Complicidá  
Ejemplo correcto: Complicidad

Ejemplo incorrecto: Flexibilidá  
Ejemplo correcto: Flexibilidad

Ejemplo incorrecto: Olvio  
Ejemplo correcto: Olvido

**Figura 13. Gráfico de los errores de terminaciones**



Para los errores de terminación, el % de error registrado en el año 2010 fue del 43% (3/7) y en el año 2011 fue del 57% (4/7) respectivamente. Esto indica que se aumentó de un año a otro la cantidad de errores de este tipo y por eso es motivo de análisis y de inmediata corrección.

### Cuadro 18. Pronunciación

	AÑO 2010	AÑO 2011	TOTAL
<b>Pronunciación</b>	11	7	18

**Definición:** este error se identificó cuando el periodista no tenía una vocalización adecuada de las palabras.

Ejemplo incorrecto: Las ne**j**ecidades

Ejemplo correcto: Las ne**c**esidades

Ejemplo incorrecto: La**j**autoridades

Ejemplo correcto: La**s** Autoridades

Ejemplo incorrecto: Re**i**sen

Ejemplo correcto: Re**v**isen

Ejemplo incorrecto: La**j**autoridades

Ejemplo correcto: La**s** Autoridades

Ejemplo incorrecto: Buena**a**ventura

Ejemplo correcto: Buena**v**ventura

**Figura 14. Gráfico de los errores de pronunciación**



Para la pronunciación, una variable supremamente importante, existe un alto grado de error y es preocupante y crítica esta situación. Por lo anterior, se deben hacer las respectivas correcciones con el fin de reducir ese número de errores y tener un nivel de pronunciación apto al dirigirse a los televidentes. Los resultados indican que el porcentaje de error para el año 2010 fue del 61% (11/18), mientras que en el año 2011 fue del 39% (7/18).

## 8.3 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Este es el resultado más importante de la investigación porque responde a cumplir el objetivo general de este proyecto que da cuenta de la formulación de estrategias para mejorar el uso del lenguaje en el Noticiero Regional 90 Minutos. Para esto es indispensable tener en cuenta las fases que debe tener la formulación de una estrategia que según David Colma en su texto „Estrategia empresarial, cómo formularla e implementarla con éxito’, son:

- ✓ **Análisis de la situación:** corresponde a conocer la misión, visión y valores de la organización, así como un análisis interno de la misma (DOFA).
- ✓ **Establecimiento de objetivos:** plantearse los objetivos a perseguir. Estos objetivos deben estar expresados de forma concreta, cuantitativa y temporizada de forma que se pueda evaluar el progreso hacia su consecución.
- ✓ **Definición de planes de acción:** identificar las acciones o tácticas a realizar para cumplir con los objetivos y que a su vez esto lleve al cumplimiento de la estrategia planteada.
- ✓ **Programación de recursos y presupuestación:** diseñar el plan de acción donde se recopile en un cuadro: los objetivos, las acciones, se asigne un responsable, una fecha a realizar y además se estipule el valor de cada acción y así mismo se totalice el valor de la estrategia completa.

### 8.3.1 Desarrollo de la estrategia:

**8.3.1.1 Análisis de la situación.** En los más de 20 años de historia del Noticiero nunca se ha hecho una matriz DOFA del mismo, y tampoco se cuenta con una misión y visión debido a que no se ha diseñado un plan estratégico de esta organización. Los parámetros con los que se rige el Noticiero son los mismos de Procívica Televisión y fueron creados hace muchos años. Por lo anterior no fue posible acceder a esta información para conocer más sobre ella, pero en la medida que se llevo a cabo el proyecto se pudo conocer el funcionamiento interno y externo de la comunicación, para así intervenir de manera positiva en sus procesos.

Después de haber llevado a cabo esta investigación y de hacer un previo análisis de la situación actual en el Noticiero Regional 90 Minutos se pudo esclarecer que el problema existente es que no hay un sistema o método que permita la identificación, corrección y control de los errores gramaticales y orales que se cometen en las emisiones diarias del Noticiero Regional 90 Minutos.

Por lo anterior, la estrategia planteada para resolver dicho problema está enfocada en disminuir la cantidad de errores que se comenten por emisión, estipulando para ello un ciclo semestral donde se pueda desarrollar la estrategia en 3 fases, estas son: la identificación, el mejoramiento y el control de los errores del lenguaje, con la idea de que una vez se terminen esos 6 meses de la estrategia, ésta vuelva a empezar pero con menos y diferentes metas a lograr, puesto que los objetivos propuestos inicialmente se deben ir cumpliendo en el ciclo propuestos en la primera estrategia.

Para esta estrategia ya se llevó a cabo la fase de identificación de los errores gramaticales y orales a través de la aplicación que se dio a la “ficha de errores” diseñada en esta pasantía para tal fin. La fase de mejoramiento es la que propone esta estrategia con el objetivo de reducir en un 70% la cantidad de errores del lenguaje proponiendo una serie de metas y acciones a realizar para su cumplimiento. Finalmente la fase del control deberá ser llevada a cabo utilizando a diario el instrumento “ficha de errores” que permita llevar un control estricto que dé cuenta del mejoramiento de la estrategia implementada. Una vez se llegue a esta fase el proceso vuelve a iniciar con nuevos criterios de corrección y se espera que con menos clasificaciones de errores.

Es importante resaltar que la “ficha de errores”, producto de este trabajo, podrá ser modificada o mejorada dependiendo de las necesidades del informativo y de sus colaboradores, en especial de los practicantes y „Pilos’ quienes por su condición de estudiantes entran a hacer parte del equipo periodístico un tiempo y luego se van. Hay casos en los que algunos de ellos se quedan como periodistas de planta, pero predomina más el constante cambio de personal.

Estrategia: reducir en un 70% la cantidad de errores del lenguaje gramatical y oral del Noticiero Regional 90 Minutos, en un periodo de 6 meses.

**8.3.1.2 Objetivos. Objetivo 1:** Capacitar a los periodistas sobre las reglas del lenguaje gramatical durante (2) meses de la etapa de mejoramiento.

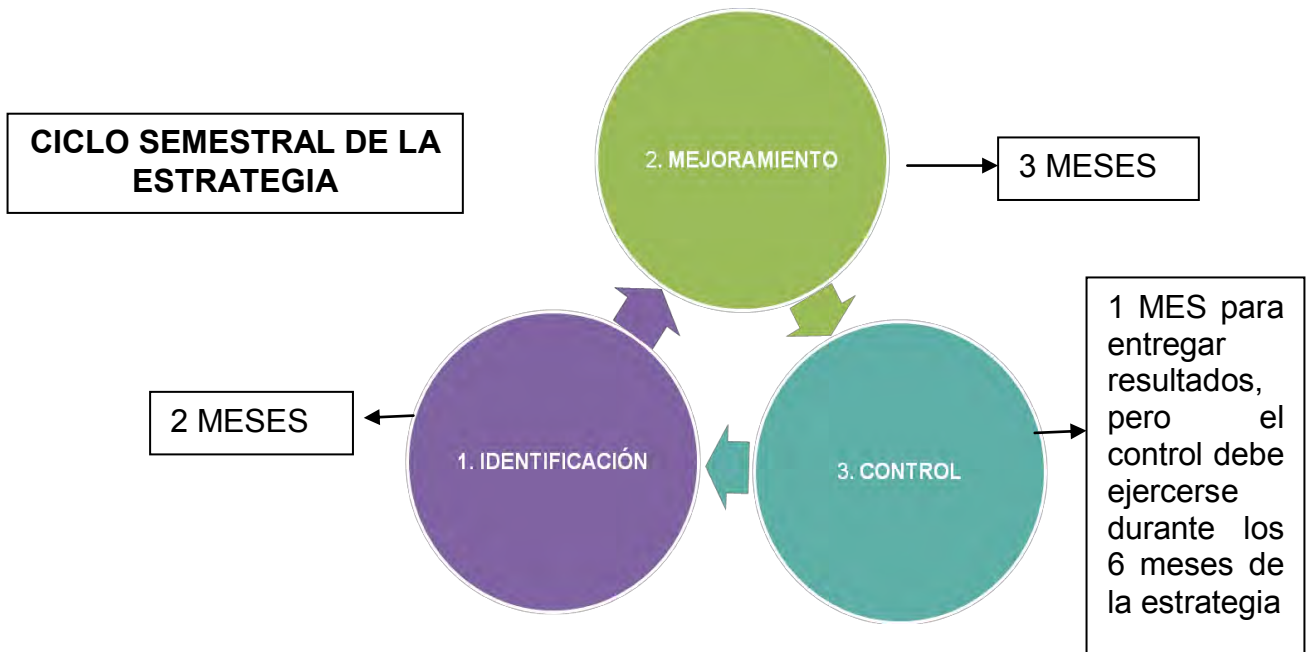
**Objetivo 2:** Capacitar a los periodistas sobre las reglas del el lenguaje oral durante (2) meses de la etapa de mejoramiento.

**Objetivo 3:** Diseñar el cuadernillo del reportero de 90 Minutos en (1) mes de la etapa de mejoramiento.

**Objetivo 4:** Implementar el cargo de asistente del jefe de redacción, quien deberá apoyar todos los procesos diarios relacionados a la evaluación y corrección de los errores del lenguaje durante los seis meses que comprende la estrategia.



**Figura 15. Ciclo semestral de la estrategia**



### 8.3.1.3 Definición de los planes de acción. Para el objetivo 1:

Realizar (3) talleres de actualización sobre las reglas gramaticales. Dichos talleres serán agrupados por temas para ser dictados en una misma jornada. A continuación se muestra un prototipo de los temas a tratar:

- ❖ a. ¿Cómo se conjuga el verbo?
- ❖ b. Explicación de género (femenino y masculino) y número (singular y plural).
- ❖ c. Explicar los tiempos de conjugación (presente, pretérito, copretérito, futuro y condicional).
- ❖ d. ¿Qué son gerundios?
- ❖ e. ¿Qué son los eufemismos?
- ❖ f. ¿Cómo no caer en la utilización de un léxico pobre y de las muletillas periodísticas?
- ❖ g. Estudiar los componentes y orden correcto de la oración (sintaxis).

### **Agrupación:**

- Taller 1: los talleres de los temas a, b y c serán dictados en el mismo grupo con una duración 4 horas en total.
- Taller 2: los talleres de los temas d y e serán dictados en el mismo grupo y tendrán una duración de 3 horas en total.
- Taller 3: los talleres de los temas f y g serán dictados en el mismo grupo y tendrán una duración de 4 horas en total.

### **Para el objetivo 2:**

Llevar a cabo una terapia del lenguaje o fonoaudiología para corregir los errores al hablar. A continuación se muestra un prototipo de las actividades a realizar.

- ❖ a. ¿Cómo corregir los errores de dicción al pronunciar las palabras?  
Eje: Pronunciación correcta: **Acción** - Pronunciación incorrecta: **Ación**
- ❖ b. ¿Cómo corregir los errores de sustitución al pronunciar las palabras?  
Eje: Pronunciación correcta: **Respecto** - Pronunciación incorrecta: **Respepto**
- ❖ c. ¿Cómo corregir la falta de terminaciones en las palabras cuando se pronuncian?  
Eje: Pronunciación correcta: **Ciudad** - Pronunciación incorrecta: **Ciudá**.
- ❖ d. Aprender cuál es la pronunciación de las palabras según la clasificación de las consonantes, es decir: labiales, labiodentales, dentales, palatales y verales.

### **Agrupación:**

Terapia 1: La terapia del lenguaje será dictada en un solo grupo en una jornada completa de 8 horas en total.

### **Para el objetivo 3:**

- ❖ a. Establecer el estilo del Noticiero 90 Minutos para sus notas periodísticas diarias.

- ❖ b. Establecer el estilo del Noticiero 90 Minutos para sus informes especiales.
- ❖ c. Establecer el estilo del Noticiero 90 Minutos en su sección de entretenimiento.
- ❖ d. Agregar al cuadernillo una diversa lista de enlaces oracionales que le sirva como herramienta de escritura a los periodistas.
- ❖ e. Agregar al cuadernillo varios sinónimos de los términos más utilizados en periodismo para alimentar su léxico al escribir y hablar.
- ❖ f. Diseñar e imprimir el cuadernillo del reportero de 90 Minutos.

**Para el objetivo 4:**

- ❖ a. Hacer entrevistas con estudiantes del programa Pilos de la Universidad Autónoma de Occidente para escoger el más apropiado para el cargo de asistente del Jefe de Redacción.
- ❖ b. Capacitar al estudiante elegido sobre el funcionamiento del noticiero y las reglas gramaticales y orales.
- ❖ c. Ejercer el cargo de asistente de redacción empleando la “ficha de errores” para la evaluación y corrección de las noticias diarias de las emisiones del Noticiero Regional 90 Minutos.

**8.3.1.4 Programación de recursos y presupuestación.** Para los objetivos específicos 1 y 2, el Noticiero asignó un presupuesto de \$80.000 pesos por hora de taller y terapia.

**Para el objetivo 1:**

Taller 1: 4 horas x \$80.000= \$ 320.000.

Taller 2: 3 horas x 80.000=\$240.000.

Taller 3: 4 horas x 80.000= \$320.000

**Total presupuesto del objetivo 1: \$880.000.**

**Para el objetivo 2:**

Terapia 1: 8 horas x \$80.000= \$640.000

**Total presupuesto del objetivo 2: \$640.000**

**Para el objetivo 3:**

Para las acciones A,B,C,D y E no se requiere un presupuesto, ya que éstas no generan ningún costo debido a que serán realizadas por el director y el jefe de redacción del Noticiero como parte de sus funciones en el Noticiero.

La acción F si requiere de un presupuesto:

Total de cuadernillos: 20

Diseño e Impresión del cuadernillo: \$20.000 X 20= \$400.000.

**Total presupuesto para el objetivo 3: \$400.000**

**Para el objetivo 4**

Para las acciones A y B no se necesita un presupuesto ya que éstas no generan costos debido a que serán realizadas por el director y el jefe de redacción del Noticiero Regional 90 Minutos.

En el caso de la acción C, para el cargo de asistente del jefe de redacción se debe tener en cuenta que es un estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente perteneciente al programa Pilos, el cual recibirá el 25 o el 50% del valor de su matrícula por trabajar en cualquier dependencia de la Universidad, en este caso cumplirá sus funciones en el Noticiero. Por lo anterior se debe tener un presupuesto aproximado de \$2.500.000. Este es un presupuesto con el que ya cuenta el informativo, puesto que cada semestre entran (4) estudiantes Pilos para brindar apoyo en diferentes áreas.

**Total presupuesto para el objetivo 4: \$2.500.000**

**Total general de la estrategia: \$4.420.000**

### 8.3.1.5 Plan de acción

#### Cuadro 19. Plan de acción

Estrategia: <b>reducir en un 70% la cantidad de errores del lenguaje gramatical y oral del Noticiero Regional 90 Minutos, en un periodo de 6 meses.</b>				
OBJETIVOS	ACCIONES	FECHA	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
1. Capacitar a los periodistas sobre las reglas del lenguaje gramatical durante (2) meses de la etapa de mejoramiento.	<p>Realizar (3) talleres de actualización sobre las reglas gramaticales. Dichos talleres serán agrupados por temas para ser dictados en una misma jornada.</p> <p>A continuación se muestra un prototipo de los temas a tratar:</p> <p>A. ¿Cómo se conjuga el verbo?</p> <p>B. Explicación de género (femenino y masculino) y número (singular y plural).</p> <p>C. Explicar los tiempos de conjugación (presente, pretérito, copretérito, futuro y condicional).</p> <p>D. ¿Qué son gerundios?</p> <p>E. ¿Qué son los eufemismos?</p> <p>F. ¿Cómo no caer en la utilización de un léxico pobre y de las muletillas periodísticas?</p> <p>G. Estudiar los componentes y orden correcto de la oración (sintaxis).</p>	Las actividades se llevarán a cabo en los meses de junio y agosto.	El Jefe de Redacción: Gustavo Mejía y el Directo del Noticiero Guido Correa, serán las personas encargadas de escoger el personal que capacitará a los periodistas.	<p><b>Taller 1:</b> acciones a, b y c 4 horas x \$80.000 \$ 320.000</p> <p><b>Taller 2:</b> acciones d y e 3 horas x \$80.000 \$240.000.</p> <p><b>Taller 3:</b> acciones f y g 4 horas x 80.000 \$320.000.</p> <p>Total del presupuesto para el objetivo 1:</p> <p><b><u>\$880.000</u></b></p>

Cuadro 19 (continuación)

<p>2. Capacitar a los periodistas sobre las reglas del el lenguaje oral durante (2) meses de la etapa de mejoramiento.</p>	<p>Llevar a cabo (1) terapia del lenguaje o fonoaudiología para corregir los errores al hablar. A continuación se muestra un prototipo de las actividades a realizar.</p> <p>A. ¿Cómo corregir los errores dicción al pronunciar las palabras? <u>Eje: Acción - Acción</u></p> <p>B. ¿Cómo corregir los errores de sustitución al pronunciar las palabras? <u>Eje: Respetto - Respetto</u></p> <p>C. ¿Cómo corregir la falta de terminaciones en las palabras cuando se pronuncian? <u>Eje: Ciudad - Ciudad.</u></p> <p>D. Aprender cuál es la pronunciación de las palabras según la clasificación de las consonantes, es decir: labiales, labiodentales, dentales, palatales y verales.</p>	<p>Las actividades se llevarán a cabo en los meses de junio y agosto.</p>	<p>El Jefe de Redacción: Gustavo Mejía y el Directo del Noticiero Guido Correa, serán las personas encargadas de escoger el personal de fonoaudiología que capacitará a los periodistas.</p>	<p><b>Terapia 1:</b> acciones a,b,c y d 8 hora x \$80.000 \$640.000.</p> <p>Total del presupuesto para el objetivo 2: <b><u>\$640.000</u></b></p>
<p>3. Diseñar el cuadernillo del reportero de 90 Minutos en (1) mes de la etapa de mejoramiento.</p>	<p>A. Establecer el estilo del Noticiero 90 Minutos para sus notas periodísticas diarias.</p> <p>B. Establecer el estilo del Noticiero 90 Minutos para sus informes especiales.</p> <p>C. Establecer el estilo del Noticiero 90</p>	<p>El diseño deberá llevarse a cabo en el mes de agosto.</p>	<p>El Jefe de Redacción será la persona encargada de llevar a cabo el diseño y la realización del cuadernillo.</p>	<p>Para las acciones a,b,c, d y e no se requiere un presupuesto, ya que éstas no generan ningún costo debido a que serán realizadas por el director y el jefe de redacción del Noticiero como parte de sus</p>

Cuadro 19 (continuación)

	<p>Minutos en su sección de entretenimiento.</p> <p>D. Agregar al cuadernillo una diversa lista de enlaces oracionales que le sirva como herramienta de escritura a los periodistas.</p> <p>E. Agregar al cuadernillo varios sinónimos de los términos más utilizados en periodismo para alimentar su léxico al escribir y hablar.</p> <p>F. Diseñar e imprimir el cuadernillo del reportero de 90 Minutos.</p>			<p>funciones diarias.</p> <p>La acción F si requiere un presupuesto:</p> <p>Total de cuadernillos: 20</p> <p>Diseño e impresión del cuadernillo: \$20.000</p> <p>\$20.000 x 20: \$400.000.</p> <p>Total del presupuesto para el objetivo 3:</p> <p><b><u>\$400.000</u></b></p>
<p>4. Implementar el cargo de asistente del jefe de redacción, quien deberá apoyar todos los procesos diarios relacionados a la evaluación y corrección de los errores del lenguaje durante los seis meses que comprende la estrategia.</p>	<p>A. Hacer entrevistas con estudiantes del programa Pilos de la Universidad Autónoma de Occidente para escoger el más apropiado para el cargo de asistente del Jefe de Redacción.</p> <p>B. Capacitar al estudiante elegido sobre el funcionamiento del noticiero y las reglas gramaticales y orales.</p> <p>C. Ejercer el cargo de asistente de redacción empleando la "ficha de errores" para la evaluación y corrección de las noticias diarias de las emisiones del Noticiero Regional 90 Minutos.</p>	<p>El asistente entrará a trabajar desde el mes de junio de 2013 y deberá permanecer durante los 6 meses que dura la estrategia. En los dos últimos meses del tiempo total de su labor deberá dedicarse a culminar la fase de control.</p>	<p>Los encargados de hacer las entrevistas para el cargo de asistente de redacción serán el director y el mismo jefe de redacción.</p>	<p>Para las acciones a y b no se necesita un presupuesto ya que éstas no generan costos debido a que serán realizadas por el director y el jefe de redacción del Noticiero Regional 90 Minutos.</p> <p>En el caso de la acción c, para el cargo de asistente de redacción sí se debe contar con un presupuesto aproximado de:</p> <p>\$2.500.000.</p> <p>Total del presupuesto para el objetivo 3:</p> <p><b><u>\$2.500.000</u></b></p>

## 9. PRODUCTOS QUE GENERÓ LA PROPUESTA

El producto que generó este trabajo de investigación fue la ficha de errores gramaticales y orales.

### 9.1 FICHA DE ERRORES GRAMATICALES Y ORALES

La “ficha de errores” fue creada como una estrategia para identificar y clasificar los errores más comunes en la muestra de 50 notas periodísticas. Cabe resaltar, que la creación de dicha plantilla fue una de las ideas innovadoras de este proyecto, debido a que según la investigación realizada, hasta el momento no se ha hecho un análisis del lenguaje de este tipo en los medios de comunicación local, por lo cual, no existía una ficha como la que se diseñó.

La identificación de errores y la clasificación que se le dio a ellos, salió de una revisión aleatoria de 10 notas periodísticas del año 2011, donde se etiquetaron algunos de los errores más comunes, además, fue necesario tener en cuenta algunos de los libros del escritor Fernando Ávila, que daban cuenta y explicaban dichos errores ya identificados. De esa manera, fue como se creó la ficha de errores, la cual fue un importante y decisivo instrumento en los resultados de este trabajo.

La “ficha de errores” será la herramienta con la que contará el Jefe de Redacción de 90 Minutos y su asistente a la hora de evaluar las emisiones diarias, para así mismo diagnosticar si se logra o no un cambio positivo con la implementación de la estrategia y llevar un control de la misma.

#### Cuadro 20. Ficha de errores gramaticales y orales

<b>FICHA DE ERRORES NOTA:</b>	<b>Fecha de la emisión:</b>
<b>Errores Gramaticales</b>	
<b>1. Uso inadecuado de los tiempos verbales:</b>	
<b>2. Precisión de los términos y conceptos:</b>	



Cuadro 20 (continuación)

**3.Errores de género:**

**4.Errores de número:**

**5.Errores de gerundios:**

**6.Eufemismos:**

**7.Léxico Pobre:**

**8.Frases o palabras inapropiadas:**

**9.Error de sintaxis:**

**10.Muletillas:**

**Errores Orales**

**1.Problemas de dicción:**

**2.Problemas de sustitución:**

**3.Terminaciones:**

**4.Pronunciación:**

## 10. CRONOGRAMA

**Cuadro 21. Cronograma de Actividades**

<b>MESES</b>	<b>ENERO</b>				<b>FEBRERO</b>				<b>MARZO</b>				<b>ABRIL</b>			
<b>SEMANAS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
<b>actividades</b>																
<b>Identificación de los errores más comunes de 10 emisiones aleatoriamente.</b>	X	X	X	X												
<b>Recolección de información documental.</b>	X	X	X	X	X											
<b>Entrevistas con los expertos en el manejo del Lenguaje.</b>				X	X	X	X									

Cuadro 21 (continuación)

<b>Reunión con el grupo periodístico.</b>	x	x					x					x				
<b>Identificación de los errores de lenguaje en 50 notas periodísticas de los años 2010 y 2011.</b>					x	x	x	x								
<b>Reunión con el director del Noticiero.</b>			x				x					x		X		
<b>Elaboración de estrategias.</b>												x	x	x		
<b>Socialización con el grupo periodístico.</b>													x	x		
<b>Redacción de informe final.</b>												X	X	X		

## 11. RECURSOS

### 11.1 TALENTO HUMANO

CUADRO 22. TALENTO HUMANO

DIRECTOR	JEFE DE REDACCIÓN	JEFE DE PRODUCCIÓN	COORDINADOR DE CONTENIDOS	PERIODISTAS Y PRESENTADORES QUE FUERON EVALUADOS	PERIODISTAS Y PRESENTADORES QUE APLICARÁN LA ESTRATEGIA	ENCARGADO DE ARCHIVO
Guido Mauricio o correa	Gustavo Mejía	Laura Muñoz	Miguel Ángel Palta	<p>María Claudia Home</p> <p>Rubén Darío Galvis</p> <p>Rodolfo Gómez</p> <p>Óscar Cárdenas</p> <p>Nicolás Jiménez</p> <p>Gloria Chaparro</p> <p>Cristian Cuesta</p> <p>Alina Constanza Silva</p> <p>Miguel Ángel Palta</p> <p>Óscar López</p> <p>Carlos Andrés Aponte</p> <p>Javier Ramírez</p> <p>Carlos Plaza</p>	<p>Ángela Zappalá</p> <p>Rodolfo Gómez</p> <p>Óscar Cárdenas</p> <p>Miguel Ángel Palta</p> <p>Óscar López</p> <p>Carlos Andrés Aponte</p> <p>Javier Ramírez</p> <p>Carlos Plaza</p> <p>Carlos Penagos</p> <p>Katherin Estacio</p> <p><b>Practicante:</b></p> <p>Henry Ríos</p> <p><b>Pilos:</b></p> <p>Ana María Zea</p>	Gustavo Paz

Cuadro 22 (continuación)

				Carlos Penagos Olga Lucía García <b>Pilos y practicantes:</b> Jazmín López Katherin Estacio Ana María Zea Ricardo Jaramillo	Valeria Chantré Alejandra Laguado Valeria Marmolejo Jessica Holguín <b>Presentadoras de la sección de entretenimiento:</b> Katherine Caicedo Leidy Escobar	
--	--	--	--	---	--	--

## 11.2 RECURSOS FÍSICOS

- Grabadora de voz digital
- CD DVD'S
- Computador
- Conexión a internet
- Documentos (manuales de estilo de diferentes medios impresos tanto universitarios como de impacto masivo, así como nacionales e internacionales)
- Impresiones y fotocopias
- Espacio físico.
- Escritorio.
- Elementos de escritorio (lapicero, resaltador, cosedora, etc.)

### 11.3. RECURSOS FINANCIEROS

**Cuadro 23. Recursos Financieros**

<b>RECURSOS FINANCIEROS</b>	
<b>ITEMS</b>	<b>VALOR</b>
Grabadora de voz digital	\$60.000
Cd DVD'S	\$25.000
Impresiones y fotocopias	\$50.000
Elementos de escritorio (lapicero, resaltador, cosedora, etc.)	\$10.000
<b>Total: 145.000</b>	
Los demás elementos como computador, acceso a internet, libros, tesis y demás documentos, escritorio y el espacio físico fueron proporcionados dentro de los servicios de la Universidad Autónoma de Occidente y del Noticiero.	

## 12. CONCLUSIONES

- En este trabajo investigativo se pudo concluir que en la labor periodística y en la vida diaria el lenguaje está limitado solo a la concepción de hablar y escribir, pero no se tienen en cuenta las reglas gramaticales que para ello existen. Es importante que, en especial, los profesionales de la comunicación se conciencien de la importancia que tiene la gramática y de las herramientas que ésta brinda para la creación de textos limpios y claros, de forma que al televidente le llegue siempre información oportuna y de gran calidad.
- Según los índices de errores arrojados en la investigación, los periodistas del Noticiero Regional 90 minutos necesitan estudiar y aplicar las reglas gramaticales del lenguaje para disminuir y, en el mejor de los casos, eliminar la probabilidad de errores en las emisiones diarias del informativo.
- Igualmente, se concluye que es importante que los colaboradores del Noticiero Regional 90 Minutos y el medio mismo estén siempre en la búsqueda de la excelencia en todos sus procesos, y para esto se necesita que haya una constante actualización de las reglas gramaticales y orales, así como de los cambios que realice la Real Academia de la Lengua Española en la aceptación de nuevos términos o eliminación de otros.
- Asimismo, este proyecto de investigación demuestra que es necesario que haya una evaluación constante de la calidad del lenguaje utilizado en las notas periodísticas. Para esto se puede recurrir a la ficha de errores que se diseñó en esta investigación.
- El tiempo es uno de los factores con los que menos cuentan los periodistas en los noticieros y más, cuando ocurren hechos de “última hora” y de gran importancia, por ello es tan indispensable que dichos profesionales estén en completa capacidad para escribir excelentes textos, con la total libertad de salir al aire sin ser revisados por el jefe de redacción o el director.
- Es importante precisar que, según el estudio y los resultados, los periodistas tienden a cometer más errores cuando realizan los llamados “falsos directos”, es decir, que cuando hacen presentaciones en cámara es cuando se comenten más errores en las expresiones utilizadas, tanto así, que en algunas ocasiones caen en la redundancia. Por lo anterior, es que se debe tratar de mejorar en este aspecto, ya que el periodista puede perder su credibilidad ante el televidente.

### **13. RECOMENDACIONES**

La recomendación para el Noticiero Regional 90 Minutos donde se llevó a cabo el proyecto de investigación, es que no pierda el rigor por el correcto manejo del lenguaje hablado y escrito. Puesto que de ahí, depende que el mensaje que quiere transmitir a los televidentes sea de excelente calidad y de esta forma, este informativo se convierta en un ejemplo a seguir en la comunicación.

Además, es importante que investigaciones de este tipo se sigan realizando dentro del proceso de producción de las noticias diarias del noticiero para que, cada vez más, sean menos los errores que se cometan y el noticiero alcance un alto nivel en el estándar del lenguaje.

Para finalizar, es importante que el Noticiero 90 Minutos lleve a cabo la estrategia formulada en este trabajo y asimismo siga en el proceso de corrección y de control del lenguaje de los textos de sus noticias diarias. Además, que una vez terminado el primer ciclo de la estrategia ,comprendido en un periodo de seis meses, se inicie de nuevo el proceso de identificación de errores para diagnosticar el problema existente, luego se estipulen nuevos objetivos a cumplir para la corrección o disminución de errores y finalmente se evalué si se ha cumplido con las metas trazadas inicialmente.



## BIBLIOGRAFÍA

AGREDO TRUJILLO, Maria Luz y RINCON CABAL, Andrés. Análisis de la emisión de los programas el mañanero de la mega y el zoológico de la mañana en la superestación. Universidad Autónoma de Occidente, 1999.

ANTHONY, Robert N. y GOVINDARAJAN, Vijay. Sistemas de Control de Gestión. Duodécima edición. México: MCGraw-Hill interamericana, 2007. 768 p.

ALCALA, ANTONIO. El concepto de corrección y prestigio lingüístico. México:Trillas Editorial, 1982.

ÁVILA FERNANDO. Ortografía española, Bogotá: Editorial Normal, 2003. 2 p.

AKMAJAM, ADROAN: Demers, Richard y HARNISH, Robert. Lingüística una introducción al lenguaje y la comunicación. Madrid: Alianza Editorial, 1984. 23 p.

CALERO CRUZ, Solón. RODRÍGUEZ Sandra. TRUJILLO ROCHA, Diana Marcela. URDINOLA MUÑOZ, Fredy Hernando. ZULUAGA HOYOS, Mauricio y CALDAS ÁLVAREZ, Maria del Mar. Cartografía Cultural Del Campo De La Televisión En Cali (1987 – 2003). Santiago de Cali, Universidad Autónoma de Occidente 2006. p 101

CANAL 22.Manual de estilo. México [en línea] [Consultado el 26 de septiembre de 2011]. Disponible en Internet: [http://www.canal22.org.mx/manual\\_estilo.pdf](http://www.canal22.org.mx/manual_estilo.pdf)

CÁRDENAS URRUTIA, Hernán. La lengua en los medios de comunicación social.[en línea] [Consultado el 24 de septiembre de 2011.] Disponible en Internet: <http://www.onomazein.net/6/lengua.pdf>

CHALA, Priscila y OBANDO, Francisco. El lenguaje y los medios de comunicación. Revista Migrante.[en línea] [ Consultado el 26 de septiembre de 2011] Disponible en internet: [http://www.infomigrante.org/revista/index.php?option=com\\_content&task=view&id=624](http://www.infomigrante.org/revista/index.php?option=com_content&task=view&id=624)

CHANDLER JR, Alfred. Strategy and structure, 1962. Citado en: Qué es una estrategia y cómo se elabora. [en línea][consultado el 16 de abril de 2013] Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/17273222/Que-Es-Una-Estrategia-y-Como-Se-Elabora>

CIERRA, MARIANO y RAFART, SUSANA. Manual de Ortografía de la Lengua española. España: Veron Editor, 1993. 7 p.

COLOMA, David. La estrategia empresarial. Cómo formularla e implementarla con éxito.[en línea][consultado el 18 de abril de 2013] Disponible en internet:<[http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia\\_empresarial-como\\_formularla\\_e\\_implementarla\\_con\\_exito.pdf](http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf)>

Comuna 22. Consultado el 24 de septiembre de 2011, disponible en Internet: [http://planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes\\_Territoriales/PERIODO%202008-2011/Comunas/Comuna%2022.pdf](http://planeacion.cali.gov.co/PlanDesarrollo/Planes_Territoriales/PERIODO%202008-2011/Comunas/Comuna%2022.pdf)

DE SICARD, Sofía. Moderna biblioteca de la lengua: gramática. 2 ed. Colombia: La casa del diccionario impresiones, 1996.

Entrevista a la presentadora del Noticiero Regional 90 Minutos. Realizada el 25 de septiembre de 2011.

Entrevista al director del Noticiero Regional 90 Minutos. Realizada el 25 de septiembre de 2011

Entrevista Colprensa. El profesor súper O, cuatro años luchando por la justicia idiomática [en línea] [Consultado el 26 de septiembre de 2011]. Disponible en internet: <http://www.vanguardia.com/historico/26608-el-profesor-supero-cuatro-anos-luchando-por-la-justicia-ideomatica>.

Entrevista realizada al periodista del Noticiero Regional 90 Minutos, Javier Ramirez. 25 de septiembre de 2011.

Entrevista realizada al periodista del Noticiero Regional 90 Minutos, Miguel Ángel Palta. 25 de septiembre de 2011.

GALINDO, Carmen; GALINDO, Magdalena y TORRES, Armando. Manual de redacción e investigación: guía para el estudiante y el profesionalista. 1 ed. México: Grijalbo, 1997.

GARCIA MADRAZO, Pilar y MORAGÓN GORDÓN, Carmen. Aprende tú solo gramática: gramática. 1 ed. Madrid: Ediciones Pirámide, S.A., 1998.

LIZANA SALAS, Nubia. El periodismo y la función del periodista. Consultado el 24 de septiembre de 2011. Disponible en internet: <http://www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=185>

Los medios de comunicación social. Consultado el 28 de septiembre de 2011. Disponible en internet: [www.hiru.com/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-social](http://www.hiru.com/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-social)

Nuestra historia: Santiago de Cali tiene 470 años. Consultado el 24 de septiembre de 2011. Disponible en internet: <http://www.cali.gov.co/publicaciones.php?id=1335>

PALENCIA, Luis F. Periodismo Idiomático. Barranquilla, Colombia: Ediciones Uniautonoma, 1996. 299 p.

Qué es una estrategia y cómo se elabora. [en línea][consultado el 16 de abril de 2013] Disponible en internet: <http://es.scribd.com/doc/17273222/Que-Es-Una-Estrategia-y-Como-Se-Elabora>

YORKE, Ivor. Periodismo en televisión. México: Limusa Noriega Editores, 1994. 71 p.