

**LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS EN LOS COMUNICADORES  
SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE  
PASTO**

**LORENA MERCEDES MESÍAS BUCHELI**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIONES, POSGRADOS Y RELACIONES  
INTERNACIONALES  
FACULTAD DE EDUCACIÓN  
MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA  
SAN JUAN DE PASTO  
2013**

**LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS EN LOS COMUNICADORES  
SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE  
PASTO**

**LORENA MERCEDES MESÍAS BUCHELI**  
**Trabajo de Grado para Optar al Título de Magíster en Docencia Universitaria**

**ASESOR:**  
**Dr. HERNANDO EFRAIN REVELO SALAZAR**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO**  
**VICERRECTORIA DE INVESTIGACIONES, POSGRADOS Y RELACIONES**  
**INTERNACIONALES**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA**  
**SAN JUAN DE PASTO**  
**2013**

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado, son responsabilidad  
exclusivas de su autora”

Artículo 1° del acuerdo N° 324 de Octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo  
Directivo de la Universidad de Nariño

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Presidente del Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**San Juan de Pasto, 2013**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi gratitud, principalmente a Dios y a mi familia por permitirme alcanzar esta meta.

De igual forma mi gratitud profunda a las personas que me acompañaron en la realización de este proyecto, al profesor Hernando Revelo, a mis docentes quienes me orientaron con profesionalismo, a mis compañeros de estudio, de trabajo, a todos y todas quienes me aportaron su granito de arena para el logro de este Trabajo de Grado.

Mi gratitud por la entrega de su tiempo, paciencia, dedicación, disposición y ante todo por el ánimo constante y el apoyo permanente que me llevó finalmente a culminar con un nuevo reto académico en mi vida.

Mi gratitud a esta Institución y a aquellas personas que forman parte de la Maestría en Docencia Universitaria a su coordinadora Martha Alicia López Lasso, a su secretaria Leidy Yuri Guzmán Escobar.

*Es mi deseo dedicar este Trabajo de Grado a Dios  
por iluminarme con su sabiduría, a mi padre  
Alfredo, a mi madre Martha a mis hermanos Ana,  
Ericka, Javier, a mi tío Jaime, a mis sobrinos  
Ángela Daniela y Juan David, al dueño de mi  
corazón Héctor Santacruz porque me acompañaron  
siempre con un espíritu alentador el que me  
contribuyó a lograr este objetivo.*

*Dedico este trabajo de igual manera a aquellas  
personas que día a día construyeron a mi lado este  
proyecto, compartieron conmigo largo tiempo y  
recorrieron grandes caminos, permitiéndome hacer  
este sueño una realidad. Los llevo en el corazón.*

*Lorena Mesías Bucheli*

## RESUMEN ANÁLITICO DEL ESTUDIO

|                             |                                                                                                                      |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CÓDIGO:</b>              | 27'086.897                                                                                                           |
| <b>PROGRAMA ACADÉMICO:</b>  | MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA.                                                                                  |
| <b>AUTORA:</b>              | LORENA MERCEDES MESÍAS BUCHELI                                                                                       |
| <b>ASESOR:</b>              | Dr. HERNANDO EFRAÍN REVELO                                                                                           |
| <b>TÍTULO:</b>              | LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS EN LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO. |
| <b>ÁREA INVESTIGACIÓN:</b>  | <b>DE</b> MEJORAMIENTO CUALITATIVO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.                                                         |
| <b>LÍNEA INVESTIGACIÓN:</b> | <b>DE</b> PEDAGOGÍA Y DIDÁCTICA.                                                                                     |
| <b>PALABRAS CLAVE:</b>      | Argumentación, comunicación, discurso, habla, lengua, lenguaje.                                                      |

### DESCRIPCIÓN:

Esta investigación abordo un estudio en el campo de los medios de comunicación sobre “Los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivo de la radio en San Juan de Pasto”. Entendiendo que argumentar es dar razones, justificar lo que se sustenta sobre un determinado tema, el emisor debe tener la capacidad para influir, orientar y formar, es el emisor la persona encargada de educar al receptor y de contar con las habilidades para trasmitir un mensaje. En este orden de ideas surge la necesidad de estudiar cómo los comunicadores sociales y los periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, hacen uso del proceso argumentativo. Esta investigación se realiza con un grupo representativo de docentes universitarios, comunicadores sociales y

periodistas de las cadenas radiales de Colmundo AM en alianza con el canal CNC programa Fiebre de Fútbol y emisora RCN AM, se hace un análisis de documentos de los programas Colmundo que se emite en la frecuencia 1040 en horario de 1:00 a 2:30 pm, canal CNC Programa Fiebre de Fútbol frecuencia 2 horario 12:30 a 2:00 pm, los Dueños del Balón de 12:30 a 2:00 pm y los Campeones en el horario de 6:00 a 7:00 pm frecuencia 1460, con una transcripción y estudio completo de los espacios.

### **CONTENIDOS:**

En la actualidad el manejo de la radio como medio de comunicación, está sometida a muchos cambios y exigencias, es por esto que los comunicadores sociales y periodistas tienen el deber de dar un buen uso de ellos a través del empleo adecuado del lenguaje, el que se logra a partir de un buen proceso argumentativo. La conducción de la radio en San Juan de Pasto entre comunicadores de academia y periodistas de oficio marca grandes diferencias.

Es así, que dentro de los objetivos está el identificar como son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos, reconocer las dificultades que presentan los comunicadores sociales y periodistas en estos procesos, describir el manejo otorgado a los procesos argumentativos y finalmente elaborar una estrategia didáctica de cualificación en los procesos argumentativos dirigido a comunicadores sociales, periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto que permita mejorar la calidad en su ejercicio.

### **METODOLOGIA:**

La investigación se inscribe en el paradigma cualitativo en el sentido y la significación de la acción humana, se enfatiza en los procesos sociales puesto que la realidad se

construye socialmente y no es independiente de los individuos lo que induce a observar y registrar en forma descriptiva lo acontecido con los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, las emisoras seleccionadas RCN (1460 AM) , Colmundo (1040 AM), Fiebre de Futbol (canal CNC) y los docentes de las universidades –UNAD- Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Universidad Mariana y Universidad de Nariño, posteriormente se analiza e interpreta la información y se plantea una propuesta que surja de los hallazgos del proceso mismo.

Se sigue la ruta del enfoque cualitativo histórico-hermenéutico, la unidad básica de estudio son los comunicadores sociales, periodistas deportivos y docentes. En este proceso se empleará herramientas que permitan la interacción entre el investigador posibilitando la descripción y el análisis del problema a partir de la información recolectada como medio para confrontar la teoría y la práctica con su respectiva interpretación de los sucesos adoptando una actitud abierta y flexible que facilite concebir el trabajo investigativo; las técnicas utilizadas fueron entrevistas con un cuestionario dirigido a los comunicadores sociales, periodistas y docentes, se realizó un análisis de los contenidos temáticos radiales de las emisoras indagadas, el cruce de información permitió la interpretación y la construcción de sentido, debido a que es una investigación de naturaleza eminentemente descriptiva, interpretativa, la tarea fundamental es descubrir lo significativo, se detalló todo lo relacionado con los procesos argumentativos de los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, todo encaminado a explicar los resultados obtenidos dentro de la investigación.

Además se realizó registros en el cuaderno de notas con el propósito de plantear estrategias pedagógicas que conduzcan a la cualificación de los comunicadores sociales y periodistas deportivos, ventana que coadyuvará a plantear a las instituciones formadoras y capacitadoras de profesionales de la comunicación elementos curriculares en el contexto de la lingüística útil y pertinente para el medio radial.

En la presente investigación encontrará en el primer capítulo la fundamentación teórica desde la teoría de la argumentación como principal eje de estudio, sobre como son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, es importante destacar el estudio que se hace a partir de cuatro componentes básicos del proceso argumentativo: descripción, exposición y narración, en el segundo capítulo encontramos los principales retos que presentan en los procesos argumentativos los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio, retos que surgieron a partir de una investigación que partió de las dificultades encontradas en los comunicadores sociales y periodistas deportivos. El tercer capítulo es el manejo otorgado a los procesos argumentativos por los comunicadores sociales y periodistas desde el análisis de los programas radiales de RCN ( Los dueños del balón, Los campeones), Colmundo y CNC programa Fiebre de fútbol y finalmente la elaboración de una estrategia didáctica de cualificación en los procesos argumentativos dirigido a comunicadores sociales y periodistas que permita el progreso en el ejercicio de los profesionales que laboran en los medios radiales.

## **CONCLUSIONES**

La argumentación es un elemento fundamental para el ejercicio periodístico de los comunicadores sociales y periodista deportivos. Es importante cultivar en ellos un alto nivel de exigencia en el desarrollo de su profesión u oficio bajo la responsabilidad el compromiso y la ética con los oyentes.

La recolección de la información permitió corroborar que el planteamiento del problema ¿cómo son los procesos argumentativos que emplean los comunicadores sociales y periodistas deportivos en el medio radial de San Juan de Pasto? existen grandes dificultades y son de orden discursivo, de conocimiento, conceptos, significados y de aplicación al ejercicio periodístico en la transmisión de mensajes. Por lo tanto, el

estudio permitió la elaboración de una estrategia pedagógica y didáctica encaminada a formar a los profesionales de la radio en el campo del periodismo deportivo.

La investigación señala en cuanto al proceso, que gran parte de los comunicadores y periodistas deportivos de la radio en Pasto, han tomado el periodismo deportivo como un ejercicio simple para informar, no existe un análisis, una buena producción de argumentos, con dificultad se aplican los componentes del proceso evidenciados en los contenidos de sus propios programas.

## **RECOMENDACIONES**

La investigación sobre los procesos argumentativos a partir de una formación pedagógica didáctica traza una meta a largo plazo en cuanto a los cambios en el ambiente académico de los programas de comunicación social de las universidades locales, es responsabilidad de quienes manejan los medios radiales contribuir en la formación de los periodistas empíricos para mejorar la calidad de los contenidos de los programas que se emiten por la distintas emisoras.

Es importante que nuevos investigadores continúen trabajos futuros, explorando el campo de las comunicaciones desde la argumentación tema central y esencial en los procesos que cumplen los comunicadores y periodistas al mando de los medios radiales en San Juan de Pasto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Son varios los autores que aportan importantes teorías en la investigación desde la argumentación, para citar a CH, Perelman, L, Olbrechts. (1989). Con su *Tratado de la Argumentación*, está de igual forma Jurger, Habermas. Con la *Teoría de la Acción Comunicativa*, un autor colombiano Ramírez Bravo Roberto con la *Breve Historia y*

*Perspectiva de la Argumentación.* Pasto (Nariño): Fue interesante encontrar a H. Van Eemeren Frans, Grootendorst Rob con la Argumentación, Comunicación y Falacias, Una Perspectiva Pragma-Dialéctica. Textos que contribuyeron en la construcción de esta investigación.

## **ANALYTICAL SUMMARY OF THE ESTUDIO**

**CODIGO:** 27'086.897

**ACADEMIC PROGRAM:** MASTER'S IN UNIVERSITY TEACHING.

**AUTHOR:** LORENA MERCEDES MESÍAS BUCHELI

**ADVISOR:** Dr. HERNANDO EFRAÍN REVELO

**TITLE:** THE ARGUMENTATIVE PROCESSES IN  
SOCIAL COMMUNICATORS AND  
JOURNALISTS SPORTS RADIO IN SAN JUAN  
DE PASTO.

**INVESTIGATION AREA:** QUALITATIVE IMPROVEMENT OF HIGHER  
EDUCATION

**LINE OF INQUIRY:** PEDAGOGY AND DIDACTICS.

**KEYWORDS:** Argumentation, communication, speech, speech  
language, language.

### **DESCRIPCIÓN:**

This research aboard a study in the field of the media on "The argumentative processes in social communicators and sports journalists of the radio in San Juan de Pasto". Understanding that argue is giving reasons, justify what is based on a certain subject, the issuer must have the capacity to influence, guide and form, the sender is the person in charge of educating the receiver and have the skills to convey a message. In this order of ideas is necessary to study how social communicators and the sports journalists of the radio in San Juan de Pasto, make use of the argumentative process. This research is conducted with a representative group of university professors, social communicators and journalists of the chains radial Colmundo AM in partnership with canal CNC programme Fever football and radio station RCN AM, is an analysis of the programme

documents Colmundo that is broadcast on the frequency 1040 hours of 1:00-2:30 pm channel CNC programme football fever frequency 2 hours 12:30 to 2:00 pm the owners of the ball from 12:30 to 2:00 pm and the champions in the hours from 6:00 to 7:00 pm frequency 1460, with a transcript and complete study of the spaces.

## **CONTENTS:**

The management of the radio as a means of communication, is currently undergoing many changes and demands, where journalists and social communicators have the duty to make a good use of them through the proper use of the language, which is achieved through a good argumentative process. Driving in San Juan de Pasto radio academy communicators and journalists of trade mark differences. Thus, within the objectives of this identify as argumentative processes in social communicators and journalists, recognizing the difficulties that social communicators and journalists present in these processes, describe management granted to the argumentative processes and finally develop a teaching qualification in the argumentative processes strategy directed to social communicators, sports journalists of the radio in San Juan de Pasto, which can improve the quality of your workout.

## **METHODOLOGY:**

The research fits into the qualitative paradigm in the sense and significance of human action, emphasizes the social processes since reality is socially constructed and is not independent of the individuals which induces to observe and record descriptively what happened with social communicators and journalists sports radio in San Juan de Pasto, selected stations RCN (1460 AM), Colmundo (1040 AM), soccer Fever football (canal CNC) and the teachers of the universities - UNAD - National Open University and distance, Mariana University and University of Nariño, then analyzes and interprets the information and arises a proposal arising from the findings of the process itself.

gIt follows the route of the historical-hermeneutic qualitative approach, the basic unit of study are social communicators, teachers and sports journalists. In this process will be used tools that enable the interaction among researchers enabling the description and analysis of the problem from the information collected as a means to confront theory and practice with their respective interpretation of events by adopting an open and flexible attitude that will facilitate conceiving the investigative work; techniques used were interviews with a questionnaire aimed at social communicators, journalists and teachers, an analysis of the radial thematic contents of indagadas stations, information crossing allowed the interpretation and construction of sense, because that is essentially descriptive, interpretive nature research, where the fundamental task is to discover the significant, is explained everything about the argumentative processes of social communicators and journalists of radio sports in San Juan de Pasto, all intended to explain the results obtained in the research.

In addition held records in the notebook with the purpose of teaching strategies that lead to the qualification of social communicators and sports journalists, window that helps to raise curricular elements in the context of Linguistics useful and relevant for radial medium institutions and trainers of communications professionals.

In this research, you will find in the first chapter the theoretical foundation from the theory of argumentation as main focus of study, about how they are argumentative processes in social communicators and journalists sports radio in San Juan de Pasto, is important to highlight the study which is made from four basic components of the argumentative process: description, exhibition and narration, in the second chapter we find the main challenges that social communicators and journalists present in the argumentative processes radio sports, challenges that arose from an investigation that began with the difficulties encountered in social communicators and journalists sports. The third chapter is the management granted to the argumentative processes for social communicators and journalists from the analysis of radio programs of RCN (owners of

the balloon, the champions), Colmundo and CNC program Fever football and eventually the elaboration of a didactic strategy of qualification in the argumentative processes aimed at journalists and social communicators, allowing progress in the exercise of the professionals working in the radio media.

In this research, you will find in the first chapter the theoretical foundation from the theory of argumentation as main focus of study, about how they are argumentative processes in social communicators and journalists sports radio in San Juan de Pasto, is important to highlight the study which is made from four basic components of the argumentative process: description, exhibition and narration, in the second chapter we find the main challenges that social communicators and journalists present in the argumentative processes radio sports, challenges that arose from an investigation that began with the difficulties encountered in social communicators and journalists sports. The third chapter is the management granted to the argumentative processes for social communicators and journalists from the analysis of radio programs of RCN (owners of the balloon, the champions), Colmundo and CNC program Fever football and eventually the elaboration of a didactic strategy of qualification in the argumentative processes aimed at journalists and social communicators, allowing progress in the exercise of the professionals working in the radio media.

## **CONCLUSIONS:**

La argument is a fundamental element for the journalistic practice of social communicators and journalist sports. It is important to cultivate in them a high level of demand in the development of his profession or trade under the responsibility commitment and ethics with the listeners.

The information gathering made it possible to corroborate that the approach of the problem would be how argumentative processes used by journalists and social

communicators sports in San Juan de Pasto radial medium? There are great difficulties and are discursive order, knowledge, concepts, meaning and application to the journalists in the transmission of messages. Therefore the study allowed the development of a pedagogical and didactic strategy to form the radio professionals in the field of sports journalism.

Research points regarding the process, much of sports radio on the grass, communicators and journalists have taken sports journalism as a simple to learn, exercise there is an analysis, a good production of arguments, with difficulty applies the components of the process shown in the contents of their own programs.

### **RECOMMENDATIONS:**

La research on the argumentative processes from a didactic training outlines a long-term goal in singing to the changes in the academic environment of the programs of social communication of the local universities, is the responsibility of those who manage the radio media contribute to the formation of the empirical journalists to improve the quality of the contents of the programs aired by the different stations.

It is important that new researchers to continue future work, exploring the field of communications from argumentation topic central and essential processes that meet broadcasters and journalists in charge of radio media in San Juan de Pasto.

### **BIBLIOGRAPHY:**

Several authors important theories in the investigation from the argument, to quote CH, Perelman, Olbrechts, L. (1989). With its Treaty of argumentation, is similarly Jurger Habermas. With the theory of communicative action, a Colombian author Roberto Bravo Ramírez with brief history and perspective of the argumentation. Pasto (Nariño): It was interesting to find h. Van Eemeren Frans, Grootendorst Rob with argument,

communication and fallacies, a Pragma-dialectical perspective. Texts that contributed in the construction of this research.

## TABLA DE CONTENIDO

|                                                                                                                                                                       | Pág. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| INTRODUCCIÓN                                                                                                                                                          |      |
| CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL.                                                                                                                                        | 27   |
| 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.                                                                                                                                            | 30   |
| 1.1. Teoría de la argumentación.                                                                                                                                      | 32   |
| 1.2. Componentes básicos para llegar a una buena argumentación: descripción, exposición y narración.                                                                  | 35   |
| 1.3. Leguaje, lengua y habla.                                                                                                                                         | 37   |
| 1.3.1. El discurso.                                                                                                                                                   | 38   |
| 1.3.2. Contexto de la comunicación social desde lo conceptual.                                                                                                        | 39   |
| 1.4. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.                                                                                                                                        | 43   |
| 1.4.1. Antecedentes Históricos.                                                                                                                                       | 43   |
| 1.4.2. Primeras transmisiones deportivas en Nariño.                                                                                                                   | 44   |
| 1.4.3. Referentes legales.                                                                                                                                            | 45   |
| 2. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS                                                                                                                        | 49   |
| 2.1. PRINCIPALES RETOS QUE PRESENTAN EN LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO.             | 49   |
| 2.1.1. Importancia del argumento en el periodismo deportivo.                                                                                                          | 50   |
| 2.1.2. Cómo comunicamos en el periodismo deportivo.                                                                                                                   | 52   |
| 2.2. PROCESOS ARGUMENTATIVOS IDENTIFICADOS EN LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO.                                   | 57   |
| 2.2.1. Tres componentes fundamentales en el proceso argumentativo.                                                                                                    | 58   |
| Componente descriptivo.                                                                                                                                               | 58   |
| Componente expositivo.                                                                                                                                                | 61   |
| Componente narrativo.                                                                                                                                                 | 63   |
| 3.1.4. Persuadir y convencer a partir del proceso argumentativo.                                                                                                      | 66   |
| 2.2.3.. Importancia de las premisas en la tarea de persuadir y convencer.                                                                                             | 69   |
| 2.3. DESCRIBIR EL MANEJO OTORGADO A LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS POR PARTE DE LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO.    | 73   |
| 2.3.1. El emisor en la acción comunicativa.                                                                                                                           | 73   |
| ESTRATEGIA DIDÁCTICA DE CUALIFICACIÓN EN LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS DIRIGIDO A LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO. | 84   |
| 3.1. PRESENTACIÓN.                                                                                                                                                    | 84   |

|        |                                                                                            |     |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.   | JUSTIFICACIÓN.                                                                             | 85  |
| 2.     | ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA.                                                                | 87  |
| 2.3.1. | INTRODUCCIÓN                                                                               | 87  |
| 2.3.2. | JUSTIFICACIÓN.                                                                             | 88  |
| 2.3.3. | OBJETIVOS DEL DIPLOMADO.                                                                   | 89  |
|        | Objetivo general.                                                                          | 89  |
| .      | Objetivos específicos.                                                                     | 89  |
| 2.3.4. | NIVEL METODOLÓGICO.                                                                        | 90  |
|        | Desarrollo didáctico.                                                                      | 90  |
|        | La evaluación.                                                                             | 90  |
| 2.4.   | Ejes temáticos de la estrategia didáctica de cualificación en los procesos argumentativos. | 91  |
|        | Temas principales                                                                          | 91  |
|        | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES                                                             | 99  |
|        | BIBLIOGRAFÍA                                                                               | 102 |
|        | CIBERGRAFÍA                                                                                | 105 |
|        | ANEXOS                                                                                     | 106 |

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Grafico 1. Cómo lograr un proceso argumentativo.

Grafico 2. Componentes del proceso argumentativo.

Grafico 3. Persuadir y convencer.

Grafico 4. Descripción de los procesos argumentativos.

Grafico 5. Estrategia desde la formación teórica

Grafico 6. Estrategia desde la formación práctica

## **LISTA DE ANEXOS**

|         |                                                                                                                     |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Anexo A | Entrevista comunicadores sociales deportivos de las emisoras RCN, COLMUNDO y Fiebre de fútbol Canal CNC.            |
| Anexo B | Entrevista a periodistas deportivos de las emisoras RCN, COLMUNDO y Fiebre de fútbol Canal CNC.                     |
| Anexo C | Entrevista a docentes Universidad de Nariño, Universidad Mariana y UNAD                                             |
| Anexo D | Revisión de documentos programas RCN (Los campeones y los dueños del balón), COLMUNDO y Fiebre de fútbol Canal CNC. |
| Anexo E | Categorización y fundamentos conceptuales comunicadores sociales y periodistas.                                     |
| Anexo F | Categorización y fundamentos conceptuales docentes                                                                  |

## INTRODUCCIÓN

La investigación denominada “Los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivo de la radio en San Juan de Pasto” busca resaltar la importancia que tiene la argumentación entre los comunicadores y periodistas, teniendo en cuenta que un argumento en la comunicación oral se constituye en una de las competencias básicas por excelencia de la expresión humana. Desde luego, para el desarrollo de la presente investigación se plantea como problema identificar ¿Cómo son los procesos argumentativos que emplean los comunicadores sociales y periodistas deportivos en el medio radial en San Juan de Pasto?

En este sentido, en Colombia con la Constitución de 1991 artículo 20, no sólo se garantiza a toda persona la libertad de difundir el pensamiento y de expresarse, además se reconoce la naturaleza diferente del derecho a opinar e informar. Ello es importante, en pro de la democratización, el ejercicio del derecho a informar. Esta precisión se da a favor de quien tiene el derecho a recibir información veraz e imparcial, es decir el ciudadano. Veracidad e imparcialidad, por ende se convierten en condiciones necesarias para la democratización de la sociedad y con ello la mediación de los medios a partir de dichas calidades informativas.

La reflexión previa al planteamiento del presente estudio, nace bajo la necesidad de cualificar la práctica de los comunicadores sociales con formación profesional y periodistas de oficio quienes manejan y orientan programas deportivos, se revisaron los distintos programas que se emiten en las cadenas Colmundo AM, Fiebre de Fútbol canal CNC y RCN AM con emisión en San Juan de Pasto, espacios que permiten identificar las diferencias dadas en el manejo y empleo de la argumentación entre un comunicador social y un periodista formado en la práctica del oficio.

La tarea de formar ciudadanía y democratizar a través de los medios reclama con urgencia que quien se dedica a ésta profesión debe instruirse en las competencias argumentativas necesarias para su trabajo, además de una sólida formación cultural e investigativa.

A partir de la investigación, se espera que las universidades y gremios como la Universidad de Nariño, Universidad Mariana, -UNAD- Universidad Nacional Abierta y a Distancia, -ACORD- Asociación Colombiana de Periodistas deportivos de Nariño aúnen esfuerzos para generar planes académicos en procesos argumentativos, de esta forma elevaríamos los niveles de calidad tan reclamados por la opinión pública y evidenciada por los sectores intelectuales de nuestra ciudad.

En la investigación, se plantea como objetivo general: analizar cómo son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos del medio radial en San Juan de Pasto, dentro de los objetivos específicos están: identificar cómo son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio, posteriormente en el objetivo dos se reconocen las dificultades que presentan en los procesos argumentativos desde la aplicación de los componente básicos: la descripción, exposición y la narración, como tercer objetivo describir el manejo otorgado a los procesos argumentativos y finalmente se busca elaborar una estrategia didáctica de cualificación dirigido a comunicadores sociales y periodistas deportivos.

Como justificación de la presente investigación, se considera que a través de este estudio se busca brindar las herramientas argumentativas necesarias para afrontar las exigencias y retos que demanda hoy el medio radial. Por lo anterior, la investigación identifica el problema y plantea una estrategia de cualificación en competencias interpretativas, propositivas y argumentativas fundamentales, además de una formación cultural e investigativa. Los periodistas se han olvidado de la relevancia que tiene la indagación, la consulta, la averiguación el responderse preguntas en la acción comunicativa.

No es desconocido que en el mundo actual la radio ha evolucionado, va desarrollando nuevos mecanismos y técnicas para llegar a más audiencias, por lo tanto los comunicadores sociales y los periodistas deportivos tienen el gran reto de formarse teniendo en cuenta la responsabilidad que como emisor asumen sobre los receptores quienes son sujetos de sus comentarios, el emisor es una persona que lleva consigo un compromiso en la tarea de informar, saber expresarse, tener un discurso coherente, preciso, claro tener razones de juicio sobre lo manifestado, manejar de forma asertiva el persuadir y el convencer hacia su público basado en argumentos éticos y verdaderos.

En cuanto a la metodología, la investigación se desarrolló desde la investigación cualitativa dentro de las características propias del paradigma cualitativo en el sentido y la significación de la acción humana, se enfatiza en los procesos sociales lo que induce a observar y registrar en forma descriptiva. Se siguió la ruta del enfoque cualitativo *histórico-hermenéutico*, la unidad básica de estudio fueron los comunicadores sociales, periodistas deportivos de las cadenas Colmundo, CNC Fiebre de fútbol, RCN radio y docentes idóneos en el área. En este proceso se empleó la entrevista y el análisis de programas.

Así mismo, se describe el fenómeno de estudio bajo las interacciones que se gestan entre los actores, la relación que posibilita darse entre comunicador y oyente con el fin de que sean interpretados y comprendidos desde una realidad. La unión entre lo textual y lo contextual a nivel interpretativo, clarificar criterios a partir del diálogo que se establezca entre la teoría y la realidad sobre las acciones didácticas de los comunicadores sociales y periodistas de la radio en Pasto.

La presente investigación se realizó con los comunicadores sociales y periodistas deportivos de los medios radiales reconocidos por su gran trascendencia local, calidad técnica y difusión periodística. La unidad de análisis también se realizó con el gremio

docente conocedor de ésta temática que permitió recoger información acerca del funcionamiento actual en la formación de profesionales.

Los instrumentos utilizados, la entrevista aplicada a los comunicadores sociales y periodistas; entrevista con formulación de preguntas a los docentes, se mantiene una conversación que permite obtener información a través del intercambio personal de naturaleza verbal y no verbal logrando una aproximación a las experiencias de trabajo.

El cuaderno de notas permitió registrar de manera rápida palabras, frases, contenidos, argumentos quizá incompletos, precisamente esta herramienta consignó datos con tachones, textos constituyéndose como la memoria donde se depositó la información recolectada con el fin de encontrar dificultades, debilidades y a la vez habilidades por fortalecer en los emisores. La grabación de programas permitió el análisis de los contenidos y reconocer como los procesos argumentativos son aplicados por los comunicadores sociales y periodistas deportivos.

Es así, como la novedad de la investigación radica en la necesidad y el compromiso de formar ciudadanía y democracia a partir de los medios de comunicación e información, para ello es necesario primero una toma de conciencia sobre la importancia de contar en nuestro medio con espacios académicos que permitan cualificar los procesos comunicativos. Es así como la Universidad Mariana, -UNAD- Universidad Nacional Abierta y a Distancia que cuentan con el programa de comunicación social lo pueden implementar, de igual forma los gremios del periodismo local entre otros.

Es importante anotar que a través de la argumentación oral se crean valores y normas que contribuyen al desarrollo social de los individuos, más aún cuando ésta es expresada a través de la radio, un medio que llega a diversidad de contextos sociales y culturales. A partir de esa toma de conciencia vendrá la implementación de espacios formativos donde no solo estén comprometidas las instituciones universitarias formadoras de comunicadores, sino todos los centros de formación que vean en la argumentación oral

un medio socio culturizador donde los resultados de la presente investigación se constituyan en los medios asertivos para lograrlo. Con el desarrollo y culminación de la investigación se espera realizar un aporte que pueda servir de orientación a los comunicadores sociales y periodistas de la radio en San Juan de Pasto.

Al realizar un reconocimiento de antecedentes relacionados con este tema de investigación, encontramos a Diego Mauricio Morales Ojeda de la Universidad Sergio Arboleda con la tesis realizada en el año 2010 titulada: La Influencia del discurso del periodismo deportivo en los aficionados del fútbol. En este trabajo el autor hace un análisis de la influencia que ejerce el discurso periodístico de dos de los periodistas deportivos nacionales más escuchados y reconocidos en Colombia, referenciados como Iván Mejía del programa el Pulso del Fútbol de Caracol Radio y Carlos Antonio Vélez del programa planeta fútbol y la sección palabras mayores de RCN cadena nacional. Se desarrolla una comparación de los discursos que ambos personajes emiten en sus programas deportivos y la influencia que los mismos hacen sobre los aficionados y oyentes en el comportamiento de los hinchas y conductas de los receptores frente a sus argumentos. El autor además tiene en cuenta a través de un sondeo la opinión de los hinchas quienes le permitieron deducir las incoherencias, aciertos y desaciertos de los periodistas.

Encontramos la investigación del autor Jhonny Alexander Rodríguez de la Universidad Javeriana, La imagen del periodista deportivo radial en Colombia, elaborada en el año 2008, el autor hace un estudio acerca de la imagen que generan los periodistas en el mundo desde el ejercicio periodístico es decir, se analiza el lenguaje que utilizan, el manejo de la información, el trato y enfoque de las noticias desde la ética hasta el amarillismo, desde la parcialidad e imparcialidad del periodista que vive de la pauta publicitaria, recalca la apariencia que muestran los periodistas ante los otros, entendido como comunicadores que se creen más que los demás. En síntesis hace un análisis de la imagen personal, profesional y verbal. El lenguaje dice mucho de la imagen y el

profesionalismo, el periodista deportivo es el resultado de su lenguaje porque a través de él gana o pierde credibilidad con sus oyentes.

Otro estudio que contribuyó a la investigación, es del autor Lázaro Carrillo Guerrero, de la Universidad de Granada, titulada: “Argumentación y argumento”, básicamente es un análisis sobre la argumentación a partir del lenguaje, el autor cita a Beaugrande (1997) quien afirma que no comunicamos mediante la lengua, comunicamos mediante el discurso, en este orden de ideas el autor manifiesta que la lingüística va más allá de la simple lengua, es un discurso estructurado, con orden, con lógica, la argumentación forma parte de un método comunicativo que posibilita un buen discurso.

De igual forma, está la investigación realizada por el autor Oscar Armando Zúñiga Portilla de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, programa de comunicación y periodismo de la Universidad Mariana realizada en el año (2002) titulada: Los Sentidos otorgados a la “comunicación social” y al “periodismo” por parte de la sociedad pastusa, quien hace referencia al contexto social en que se desenvuelven los comunicadores sociales y los periodistas en la opinión que la sociedad tiene de un ejercicio y una profesión que laboralmente no es reconocida en el medio, tampoco valorada. Busca que se reconozca desde lo académico, la tarea donde juegan papel importante las universidades en la formación de comunicadores y la aplicación de esos conocimientos aprendidos en los medios. Los comunicadores deben ser los más privilegiados en los medios de información, pero hoy en día son los periodistas empíricos quienes están al imperio de los medios.

Está también, la investigación realizada por Daniel Gómez Echeverri egresado de la Universidad Pontificia Javeriana de Bogotá año 2008, con el título “La narración del fútbol en Colombia: voces y estilos”, es un trabajo interesante porque aborda la labor que realizan los narradores deportivos en el país, desde los etilos propios que se emplean hasta los desaciertos y dificultades, se analizaron a narradores destacados como: Francisco “Pache” Andrade, Jorge Eliécer Campuzano, Benjamín Cuello, Jorge Eliécer

Torres. Además, el autor hace referencia a la historia de la narración deportiva y parte de las vivencias, experiencias y anécdotas de los personajes investigados; para soportar el proyecto realizó una encuesta a los oyentes quienes opinan sobre el término narración y cómo califican la misma en Colombia.

Para el proceso investigativo se utilizaron autores desde la argumentación, el periodismo deportivo, las competencias argumentativas, componentes básicos del proceso argumentativo: la exposición, la descripción, la narración; entre los investigadores De Zubiría Samper, Yerena Fonseca, Fuentes de la Corte, Jurger Habermas, Kintto Lucas, Mcintee de Madero, Miranda Alonso Tomás y así muchos escritores esenciales que aparecen en esta investigación.

Toda esta recolección de información permitió asentar que el planteamiento del problema, como son los procesos argumentativos de los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, vislumbra una respuesta en torno a que los profesionales y periodistas requieren de una formación y los llamados a ejercer esta función son las universidades e institutos de enseñanza.

## 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En las líneas siguientes se aborda desde la teoría la argumentación como eje central de estudio, se analizan los componentes básicos del proceso argumentativo tales como: la exposición, la descripción y la narración, se hace un contexto de la comunicación en lo conceptual y se cumple una exploración desde una serie de elementos importantes en la formación y producción de mensajes, se tiene en cuenta el lenguaje entendido como la capacidad que tienen los seres humanos para comunicarse, el habla como la forma personal de expresarse y el discurso como una herramienta esencial en la construcción argumentativa, sobre el lenguaje por ejemplo, Fonseca, (2005) manifiesta: *“Es importante reseñar que el lenguaje nació de la necesidad del ser humano, para comunicar sus ideas, necesidades, sentimientos y pensamientos”*. (p. 3); es así como en un comienzo la comunicación, fue a través de simples sonidos, señales, códigos, acciones corporales, sin ser evidente la palabra, pero de alguna manera estaba; esto permitió que existiera una interacción entre los grupos sociales de la época a partir de los primeros intentos de organizaciones sociales que se dieron entre las comunidades primitivas. El lenguaje nace como el más trascendental de los inventos que ha desarrollado el hombre para comprender su mundo y desempeñar una función central en las sociedades civilizadas. No obstante, el hombre ha evolucionado, ahora tiene una forma de comunicación más completa y fue precisamente por la capacidad de producir pensamiento, ideas, experiencias y expresiones que en últimas eran las respuestas a sus penurias, se hizo partícipe el lenguaje, un lenguaje que a lo largo de la historia se vuelve más complejo para comunicarse con mayor certeza.

En este sentido, es necesario tener cierta calidad para tomar la palabra y ser escuchado,

la calidad del orador varía según las circunstancias: unas veces bastará con presentarse como un ser humano decentemente vestido; otras será preciso ser adulto; otras miembro de un grupo constituido, hay funciones que solas autorizan tomar la palabra en ciertos casos o ante ciertos auditorios; de la virtud del orador dependerá la influencia de sus argumentos.

El mundo de la vida constituye una red intuitivamente presente y por tanto familiar, transparente y a la vez inabarcable de presuposiciones que han de cumplirse y en su emisión tengan sentido, es decir que pueda ser válida. En efecto, es necesario incorporar dentro de la enseñanza algunos cimientos teóricos que sirvan de modelo para orientar los procesos de comunicación por parte de los comunicadores sociales y periodistas edificando su propio conocimiento y a su vez le proporcione realizar sus habilidades, actitudes y estilo, decía Buffon (1909) *“que el estilo es el hombre, todo estilo se va a identificar por la forma como aplicamos las distintas maneras de expresión: la descripción, la narración, la exposición y la argumentación”*.

Es decir, toda forma de exponer contempla la expresión de poder comunicarse y argumentar, de llevar con toda fidelidad la información a un mundo cada vez más globalizado; Pensemos entonces en el papel que ejercen los comunicadores sociales y periodistas de la radio en Pasto, a veces con tantas ideas pueden presentar problemas para detenerse en una de ellas, en otras situaciones el comunicador o periodista disfruta de las situaciones que generan cantidades de ideas y se hace indispensable la organización de las mismas, de allí se funda un propio pensamiento coherente, con conceptos claros y el adecuado lenguaje para luego exponerlo.

Parece oportuno decir que la argumentación es una forma de expresión que se integra de modo muy a fin con el pensamiento, el desarrollo de las ideas, está dirigida a la razón, usa las emociones también para conseguir su propósito de persuadir, convencer de seguir determinada corriente, idea o curso de acción, así pueden actuar los comunicadores y periodistas en su papel como emisor.

## 1.1 TEORIA DE LA ARGUMENTACIÓN

Ciertamente, los comunicadores sociales y los periodistas deportivos tienen una gran tarea porque están expuestos día a día a la discusión, al debate constante y permanente frente a un determinado acontecer, cada ser humano tiene un punto de vista distinto y la heterogeneidad en los conceptos hace que se generen juicios donde cumple función esencial el persuadir y el convencer desde el emisor al receptor, pero a partir de juicios justificados o tesis expuestas con razonamientos válidos. La argumentación desde varios conceptos teóricos la entendemos como la capacidad que tiene un sujeto para reincidir en aquello que otro individuo sustenta, es la habilidad que tiene un sujeto para persuadir, disuadir, convencer y en algunos casos demostrar sobre la veracidad o falsedad que pueda existir en una idea o fenómeno en particular. Cada uno de los seres humanos participamos cotidianamente en la práctica de dar razones sobre lo que hacemos o decimos en la medida que deseamos justificar los actos. Cuando recurrimos a la argumentación se da desde el hogar, citemos un ejemplo: cuando el padre o la madre del hogar le enseña a su hijo qué es lo bueno y lo malo, qué es lo positivo y lo negativo, el profesor, en la institución donde trabaja tiene el deber y la responsabilidad de orientar al alumno y cuando entra a una etapa adolescente se acrecienta el compromiso de guiarlo, en el caso de la universidad le da razones de las responsabilidades que debe asumir. Todos empleamos ideas, conceptos con el firme propósito de hacer ver las razones verdaderas siempre ofreciendo el espacio para que quien recibe la información exprese su punto de vista, dé a conocer sus razonamientos, sus argumentos y exista equilibrio en las apreciaciones. Sobre estas ideas Ch Perelman & Olbrechts (2006) en el “tratado de la argumentación” plantea:

Quien defiende un punto de vista determinado está convencido, muy a menudo, que se trata de una tesis que es objetivamente la mejor y de que su triunfo es el de la buena causa. Por otro lado, en la práctica, esta distinción entre la discusión y el debate parece difícil de precisar en numerosos encuentros. En efecto, en la mayoría de los casos, dicha distinción descansa en la intención que prestamos, con razón o no, a los participantes en

el diálogo, intención que puede variar durante el transcurso del mismo. Solamente en los casos privilegiados en los que la actitud de los participantes está regulada por las instituciones podemos conocer de antemano sus intenciones: en el procedimiento de los comunicadores y periodistas sabemos que cada quien tiene parte de sus argumentos, tesis. (p. 82).

Si bien, ese es el objetivo en el trabajo periodístico de un comunicador social y periodista deportivo estar convencido y seguro de cada una de las afirmaciones que se plantean dentro de la comunicación. Según Platón (487 d-e) citado por Perelman (2006) dice:

Si en la conversación tú estás de acuerdo conmigo en algún punto, este punto habrá quedado ya suficientemente aprobado por mí y por ti, y ya no será preciso someterlo a otra prueba. En efecto, jamás lo aceptarías, ni por falta de sabiduría, ni porque sientas excesiva vergüenza, ni tampoco lo aceptarías intentando engañarme, pues eres amigo mío, como tu mismo dices. Por consiguiente, la conformidad de mi opinión con la tuya será ya, realmente, la consumación de la verdad (p.87).

En este orden de ideas, el hombre que trabaja en los medios de comunicación está en la capacidad de crear su propio criterio, tomar decisiones asumidas desde la ética, con el objeto de transmitir una información que sea aceptada y aprobada por el receptor, por su parte desde la teoría de Ramírez (2008) quien cita a Buyssens (1967), en la semiótica y el texto argumentativo afirma, *“Esta teoría sugiere procesos de argumentación en cualquier forma de comunicación, en cuanto que, producir un signo con alguna intención, implica modificar la actitud del interlocutor”* (p.57) Por lo anterior, se busca dentro de la comunicación, que el emisor pueda valerse de sus propios argumentos, dentro de una discusión sana, con objetividad, es decir, en el instante de debatir, pueda con fundamentos defender su tesis, su propio punto de vista, que esté convencido y pueda convencer. Entre tanto, Ch Perelman & Olbrechts (2006) manifiesta: *“El oyente que recibe los argumentos, no solo puede comprenderlos a su manera, sino que además es el autor de nuevos argumentos espontáneos, casi nunca expresados y que, sin embargo, no intervendrán para modificar el resultado final de la argumentación”* (p. 297). Desde luego, la comunicación es un campo tan amplio y diverso que en el proceso

de informar, el emisor es el encargado de generar en la audiencia nuevas ideas, nuevos conceptos, el periodismo deportivo manejado por comunicadores o periodistas requiere de credibilidad en los conceptos, el hecho de ser una noticia ya sea de temas referentes al fútbol, deporte asociación, administración deportiva, necesitan argumentos válidos, toda información emitida genera impacto y de hecho es sometida a consideración y aprobación de quien lo escucha, en este contexto es interesante lo que planeta Tomás, A (2000) con relación a la argumentación como un recreo de palabras pero que tengan sentido:

Argumentar es un juego, es decir una práctica lingüística sometida a reglas cita a su vez a Wittgenstein, (1953), que se produce en un contexto comunicativo y mediante la cual pretendemos dar razón ante los demás o ante nosotros mismos de algunas de nuestras creencias, opiniones o acciones. Las razones que se presenten para justificar un dicho o un hecho pretenden tener una validez intersubjetiva (el proceso en el que compartimos conocimientos con otros en el mundo de la vida) susceptible de crítica, precisando que así se puedan lograr acuerdos comunicativos. Expresa que cuando se argumenta, se prefiere un conjunto de expresiones lingüísticas de tal modo que de ellas se sigue otra expresión. Un argumento es, pues, un conjunto de oraciones utilizadas en un proceso de comunicación llamadas premisas, que apoyan otra, llamada conclusión, que se deduce, de algún modo, de aquellas. Es decir todo argumento supone un razonamiento en donde una conclusión se infiere de unas premisas (p.16).

Esta es una de las tareas que cumplen los profesionales o empíricos de los medios de comunicación radial encontrar las razones a sus ideas, tratar de convencer a quienes escuchan. Según el aporte de Habermas (2003): *“un argumento se compone de una emisión problemática (conclusión) la cual lleva aneja una pretensión de validez, y de la razón fundamento con que ha de decidirse acerca de esta pretensión”* (p. 47), hoy en día, se cuestiona desde la razón práctica, se esclarece acerca de la verdad, sin embargo todo ser humano se encontrará con opiniones o pensamientos distintos algunos que apoyaran las ideas planteadas otros que tendrán alguna posición contraria.

Es así, como Habermas afirma (2003):

Si se muestra abierto a los argumentos, o bien reconozca la fuerza de esas razones, o trata de replicarlas está actuando de forma racional, pero si se muestra sordo a los argumentos, o ignora las razones no estará enfrentándose racionalmente a las cuestiones, es fundamental que el hombre tenga la capacidad y disponibilidad a exponerse a la crítica, y en caso necesario, a participar formalmente con argumentaciones. (p.58)

Dentro de esta apreciación, los comunicadores sociales y periodista están expuestos a la crítica a raíz de los comentarios emitidos, los oyentes hacen cuestionamientos por lo tanto quienes están al frente de un micrófono deben contar con la claridad necesaria cuando anuncian una información o cuando tengan que afrontar un problema dado por el medio en que se desenvuelven. Hay que reconocer que para argumentar bien, para ser capaces de ofrecer buenas razones que soporten un punto de vista y para saber evaluar bien las razones que los otros ofrecen, es esencial conocer bien un tema, dominar la lengua y saber aplicar nuestro propio lenguaje, por esto la universidad es el lugar principal donde los estudiantes lo pueden aprender.

## **1.2 COMPONENTES BÁSICOS PARA LLEGAR A UNA BUENA ARGUMENTACIÓN: EXPOSICIÓN, DESCRIPCIÓN Y NARRACIÓN**

Ahora bien, se han tomado como elementos importantes para lograr un eficiente proceso argumentativo tres componentes como son: la exposición, la descripción y la narración, ¿Por qué son esenciales? para un periodista o comunicador la razón de ser de su profesión es informar a través de las noticias y así como el profesor lo enseñó en el colegio que un cuento se estructura con el inicio, el nudo y un desenlace para su construcción, la noticia merece igual manejo, no basta con los datos que suministran las fuentes (personas quienes aportan información), los boletines de prensa emitidos por las distintas entidades o sencillamente lo observable, un periodismo bien realizado requiere de investigación, rastrear, inspeccionar la noticia. Si bien es cierto la argumentación como un mecanismo que relaciona una información completa y razonada necesita

encontrar el estilo, las formas de expresión adecuadas, los detalles de la noticia y la capacidad para contarlas y es precisamente lo descriptivo, expositivo y narrativo que lo posibilita. En este sentido, la investigadora Baena (1998) cita a Buffon (1998) y manifiesta *“que el estilo es el hombre”* (p.73), cuando enunciamos que el comunicador social y el periodista como sujetos de estudio aplican distintas formas de expresión al informar, lo pueden hacer desde su criterio periodístico, desde un contexto informativo sin embargo, la investigación busca que como actores de los medios de comunicación radial apliquen estos elementos al momento de informar, y no se conviertan en herramientas aisladas al proceso argumentativo-

Sin duda alguna argumentar no es fácil, todo texto tiene una forma argumentativa, cada idea que lo compone debe ser ordenada, con lógica. Es importante que un comunicador o un periodista comprenda que al crear un argumento lo descriptivo, expositivo y narrativo conlleva a un buen análisis de la información deportiva para finalmente emitirla a los oyentes, al respecto Fuentes (2004) afirma: *“Tanto la argumentación como la exposición se dirigen al entendimiento, pero existe entre las dos una notable diferencia. La exposición cumple su cometido si hace que las personas a quienes se dirige comprendan lo que se expone; en cambio la argumentación cumple su propósito si hace creer que lo que mantienes es cierto”* (p.84), la finalidad es entender que comunicar no es pronunciar un sermón de Iglesia, un discurso de grado o un discurso político, comunicar sobrelleva una gran responsabilidad del emisor con el receptor, porque quien te escucha formula sus propios criterios y en este caso la argumentación es preciso, ROIZ (2002) dice: *“Los receptores suelen poseer actitudes selectivas sobre aquellos problemas que les interesan de verdad y sobre los cuales toman porción permanentemente, actualizando y matizando sus opiniones en el tiempo, de acuerdo con el devenir de los acontecimientos y con la aportación de nuevas informaciones”* (p.126), por lo tanto, argumentar en el periodismo deportivo es tener conocimiento del tema, encontrar las razones, Fuentes (2004) dice: *“Para narrar un hecho es indispensable conocerlo de una manera completa y rigurosa. Por tanto es necesario investigar sobre las circunstancias y causas que lo producen”* (p.449) Con esta afirmación se puede

deducir la trascendencia que tiene la argumentación al ser construida desde estos componentes que implican investigación, saberes y son los comunicadores y periodistas quienes tienen la tarea de emplearlos.

### **1.3 LENGUAJE, LENGUA Y HABLA.**

Cuando se hace referencia en el cómo construimos el mensaje, se refiere al contenido, tomado también desde una práctica discursiva y su campo de aplicación. Desde ahí es importante plantear en éste estudio términos que juegan un papel necesario en el desempeño de los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en Pasto, puesto que no sólo es sacar ideas, pensamientos o sentimientos, el verdadero sentido de la comunicación está en transmitir un mensaje y generar una respuesta en los demás. Es así, como en éste espacio podemos decir que los humanos tienen las mayores posibilidades de comunicación porque disponen de una inmensa lengua, Yarena (2005) quien cita a (Morris, 1985:37) sobre el tema plantea: *“El lenguaje es la facultad propia del hombre para la expresión de sus ideas”* (p. 3). En éste sentido, el lenguaje tomado desde el vehículo para la comunicación de ideas, emociones y demás tiene un uso individual que es el habla, interpretada como un sistema de comunicación verbal, la lengua de un país es exclusiva del hombre (idioma) es un código social que se comparte entre la sociedad, no obstante podemos decir el pastuso desde que se formó su idioma de cuna ha sido el español o castellano y es con el que se identifica, pero esto no impide que el hombre pueda aprender otros idiomas por ejemplo: en el caso de los comunicadores de Pasto, un requisito por su trabajo y rol social sería aprender otras lenguas para poder interactuar con múltiples comunidades, la comunicación social es abierta y maneja diversas colectividades, según criterio trazado por Serna (1996) expresa que *“los grupos humanos se identifican muy fácilmente por la lengua y por medio de ella distribuyen el trabajo, asignan roles, se jerarquizan y construyen su progreso”* (p. 44). De esta manera, así como el lenguaje es una facultad universal que nos conduce al uso de la lengua como un código social, el habla como parte de estos procesos permite la expresión y el uso particular de esa lengua. Desde luego cada ser humano, cada

comunicador o periodista posee su propia personalidad para decir las cosas, para relatar los hechos y de eso depende su influencia con los oyentes, cada palabra tiene un valor y un significado, la tarea es emplearlos de la mejor forma. En consecuencia la dinámica está en saber hablar bien utilizando los elementos propios de cada lengua y contar con las capacidades de manejar y dominar el lenguaje propio que poseen todos los seres para comunicarse.

### **1.3.1 El Discurso**

Al comprender con anterioridad que el habla considerado como un acto personal, nos permitirá entender de mejor forma que la interacción discursiva es parte del proceso argumentativo, como señala Ramírez (2008) *“la construcción del discurso se genera sobre la base de encadenamientos argumentativos”* (p.114) precisamente la elaboración de esos argumentos ofrecen información, pero los argumentos requieren de una buena cimentación teórica y razonada.

El discurso es relevante tenerlo en cuenta en este estudio puesto que son unidades de la comunicación, referenciar el discurso nos facilitará el análisis de cómo son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos y cómo lo llevan a cabo en su profesión a través de los medios radiales, porque el discurso hace valer las opiniones, los propios pensamientos, las razones y posiciones que son el fundamento de la propia argumentación y dependiendo de su consistencia se logrará llegar a los oyentes. En este ejercicio del comunicador por informar, Fuentes (2004) expresa:

El discurso es el género más literario y más completo de la comunicación oral, su finalidad es convencer de unas ideas y unas actitudes al auditorio para forzar su voluntad e influir en sus actitudes. Es la base de toda comunicación oral, de hecho el discurso se edifica con ideas, pensamientos y razones lo que enriquecen el argumento sobre un tema o varios para luego ser transmitidos (p. 91).

Hay que tener en cuenta que para la preparación de un buen discurso conviene resaltar la escogencia del tema a tratar, la construcción de ideas, los razonamientos que serán el resultado de un buen argumento, en este ámbito Ramírez (2008) cita a (Van Dijk, 2003) y señala que el discurso es *“como una forma de uso lingüístico y de una forma más general como un tipo de interacción social”* (p. 78). Así mismo H. Van Eemeren & Grootendorst, Rob (1992) manifiestan: *“En el discurso cotidiano, incluso una persona que quiere expresarse de manera perfectamente clara no necesita ser completamente explícita para que su punto de vista sea reconocido como tal”* (p. 43). Básicamente el discurso se ocupa de la lengua, de los procesos conversacionales, del diálogo generado y las estructuras sociales. Un discurso bien argumentado se convierte en un canal para transmitir información y generar opiniones, el discurso es una herramienta útil para esta investigación porque abre más caminos de análisis del proceso argumentativo que aplican los comunicadores sociales y los periodistas deportivos.

### **1.3.2 Contexto de la comunicación social desde lo conceptual.**

Desde un marco conceptual la comunicación ha sido reflexionada desde muchos contenidos y conceptos, por lo tanto es relevante conocer los citados y que son aporte para esta investigación:

**Comunicador Social.** Es un profesional que formado en la academia está al servicio de la verdad, es un ciudadano comprometido con la comunidad, con un país, y con la responsabilidad ética y moral ante la ley. El profesional se desarrolla en un campo de estudio multifacético en el cual cumple la labor de investigar, informar a través de los medios de comunicación masiva. La comunicación social tiene varios perfiles de formación en que se puede desenvolver el profesional como: comunicación para el desarrollo, comunicación organizacional, comunicación audiovisual, publicidad, estudio sobre las industrias culturales propios de cada medio de acción. Periodista es una persona que sin ser titulado o con carrera profesional ejerce el periodismo en cualquiera de sus formas audiovisuales televisión, prensa, radio, o medios digitales, sus principales

objetivos son buscar, sintetizar, jerarquizar y publicar información que sea de interés colectivo para la sociedad. Para obtener la información recurre a las fuentes que sean verificables o a los involucrados directamente, para transmitir desde su punto de vista un mensaje a través de un medio de comunicación de masas como la radio, medios digitales, prensa y televisión.

***Periodista:*** Es la persona que se dedica a ejercer la profesión del periodismo en los medios de comunicación radio, prensa, televisión y medios digitales. Hoy en día el periodista puede ser un profesional en diferentes ramas del saber abogado, economista incluso sin tener estudios de bachillerato, pregrado o postgrado. La tarea del periodista es investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita o visual.

***Periodismo deportivo.*** Es un ejercicio que consiste en la consecución, elaboración y difusión de la información que tiene que ver con las disciplinas del deporte en general. El periodismo deportivo en Pasto- Nariño y Colombia ha evolucionado porque son muchos los comunicadores y periodistas que en su ejercicio, han llevado sus conceptos y conocimientos a diferentes partes del mundo, es el caso de la Copa Libertadores de America cuando Deportivo Pasto se clasifico y jugo en Brasil, Argentina, algunos periodistas transmitieron desde estas sedes.

***La radio:*** Es un medio de comunicación masivo que permite la transmisión de mensajes y señales entre un emisor y receptor denominado audiencias, es decir, el conjunto de personas que en un momento dado siguen un programa de un medio de comunicación masiva, captando así un mensaje o agrupación ordenada de elementos concentrados en un repertorio que constituyen una secuencia de signos reunidos, argumentos, discursos. Los comunicadores, los periodistas incorporados a los medios radiales de San Juan de Pasto en el campo deportivo, están haciendo un uso de éstos.

**Comunicación verbal.** Es un fenómeno complejo que va más allá del modelo que visualiza el proceso, porque exige considerar el tipo de relación existencial que se establece entre dos o más personas. Muchas veces se cree que a través de una conversación o de un diálogo aparente se logra el acto comunicativo y no siempre ocurre así, pues es posible que las personas conversen sin que logren comunicarse.

La competencia argumentativa es un fenómeno en constante dinamismo, porque está sujeta a los cambios de pensamiento y actuar del hombre.

Dentro de la Comunicación Verbal existen distintos tipos de argumentos según su capacidad persuasiva.

**La pertinencia:** los argumentos pertinentes están relacionados con la tesis.

**La validez:** conducen a la conclusión deseada. En caso contrario, son argumentos falaces.

**La fuerza argumentativa:** depende de la facilidad con que se rebaten. Se distinguen argumentos débiles y argumentos sólidos. Si no puede ser rebatido es un argumento irrefutable.

Por otra parte, según su función existen argumentos: de apoyo a la tesis propia, concesiones o ideas de la tesis contraria que se admiten provisionalmente, refutaciones o argumentos con los que se debate total o parcialmente la tesis contraria.

Por lo anterior se puede señalar que se encuentran argumentos:

**Racionales:** la argumentación lógica se basa en las relaciones causa-efecto, concreto-abstracto, condición-resultado, concreto-abstracto, individual-general.

**Causales:** son aquellos que se refieren a los motivos que llevan a que se produzca lo afirmado en la tesis, que en consecuencia sustentan causas, hechos o situaciones que anteceden y explican el origen de alguna nueva situación.

**Empíricos:** son aquellos que ejemplifican lo afirmado en la tesis, señalando casos específicos en los cuales se comprueba que lo dicho en la tesis es cierto. Por ello son muy adecuados como sub-argumentos.

**Analógicos:** son aquellos que en vez de multiplicar los ejemplos para apoyar una generalización, discurren de un caso o ejemplo específico a otro. Se apoyan para ello en la operación intelectual formal de la traducción.

**Autoridad:** son aquellos que recurren a una fuente bien informada e imparcial, en la medida de lo posible, para soportar lo dicho.

**Deductivos:** recurren a una ley general para apoyar un caso más particular (deducción).

**Competencias argumentativas:** Las competencias implican conocimiento y desde la competencia argumentativa está la explicación y justificación de enunciados y acciones, dentro de las acciones específicas se desarrolla el ¿Por qué?, ¿Cómo? y ¿Para qué?, demostrar hipótesis, comprobar hechos, presentar ejemplos y contraejemplos, articular conceptos y algo muy importante sustentar conclusiones, Niño (2003) retoma “*que quien estudia los fenómenos del lenguaje, con sus implicaciones profundas en la interacción social, pretende dar respuesta a los cambios del saber humano, como abordar el desarrollo de las competencias a nivel superior en el área del lenguaje*”. (p. 23).

**Lenguaje:** Capacidad que tienen los seres humanos para poder comunicarse. Como cita Paredes (1996):

El lenguaje es el sistema comunicativo por excelencia, exclusivo del hombre, de allí que hace un estudio interesante en la relación entre comunicación, inteligencia, pensamiento, cultura. El comunicador social y periodista debe reconocer que tiene el poder de hablar, de expresarse, argumentar cuando se trata de confrontar una situación, debe tener la capacidad de transmitir la información, siendo veraz, leal, transparente, en esta profesión no se puede prometer cosas, el lenguaje debe ser claro y preciso (p.7).

**Lengua:** Es exclusiva del hombre (idioma), la lengua sirve para favorecer la cohesión de una sociedad. La lengua es un sistema complejo de elementos y relaciones, que es inmensamente variable y que está sometida a muchas influencias externas y a cambios internos.

**Habla:** Es la forma personal de expresión. Cada individuo tiene sus características particulares de hablar, entonar, de expresar sus sentimientos, necesidades, ideales, propósito, fines.

**Discurso:** Se entiende como una cadena de actos de habla, en los que se producen enunciados coherentemente relacionados para cumplir con un propósito comunicativo, dentro de una realidad. En el discurso se tiene presente la construcción ordenada, idónea implica tener las ideas claras, precisas de cada uno de los razonamientos que se vayan a dar a conocer.

## **1.4 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

### **1.4.1 Antecedentes Históricos**

La historia de la Radio en Nariño, tiene una gran importancia para el periodismo deportivo, porque fueron las transmisiones en este campo las que mejores dividendos dejaron a las radiodifusoras locales, fue el deporte el que posibilitó el desarrollo en los medios locales, no solo por lo que represento económicamente el periodismo radial sino los cambios que generó, progreso informativo, tecnología, impacto social etc. .

Es así como cuenta la historia que el 12 de abril del año de 1923, presidía Colombia el general Pedro Nel Ospina y fue, él quien instaló oficialmente la primera Estación Internacional de Morato, ubicada en el municipio de Engativá y siendo de servicio inalámbrico pudo llegar a ciudades como Cali, Cúcuta, Barraquilla, puede manifestarse que así nació la era de las radiocomunicaciones en Colombia, siendo el despegue para el trabajo informativo de los medios de comunicación radial.

Luego de crearse en el país, pasaron 14 años para que en Nariño se realizaran los primeros pininos. En el año de 1937 se reunieron tres grandes figuras entusiastas para analizar la viabilidad de fundar un medio de comunicación, Jorge Rosero Rivera, Segundo Pesantes y Jorge Santacruz impulsaron económicamente esta idea, el aporte ascendió a los \$1950 pesos con los cuales se conformó esta sociedad que se inscribió ante la Notaria Primera y se registró esta nueva empresa que con el tiempo se convirtió en el medio pionero para que los locutores comenzaran a laborar como informantes, a efectuar campañas cívicas; fueron los canales de comunicación al servicio y defensa de la comunidad.

#### **1.4.2 Primeras transmisiones deportivas en Nariño**

La primera transmisión deportiva de Radio Nariño fue en el mes de mayo de 1952, la primera competencia ciclística: “Doble a la Unión”, en esta emisión radial se hicieron esfuerzos técnicos para ubicar distintos micrófonos para comunicar desde varios lugares, comienza a experimentarse con la tecnología de la época.

Igualmente lo afirma ROSERO (1996), en 1946, nace Radio Cadena Nacional (RCN) y parte de esta cadena fueron emisoras como Radio Pacifico del Valle del Cauca (1948), La voz de Medellín (1948) donde se hicieron las primeras y grandes transmisiones. RCN se distinguió por su interés por las transmisiones deportivas, es el caso que en el año de 1962 se difundió desde Arica y Santiago de Chile el Campeonato Mundial de Fútbol con los periodistas de aquella época como lo fueron Carlos Arturo Rueda y Pastor Londoño Pazos. Radio Cadena Nacional ha sido una emisora pionera, ejemplar de trabajo departamental, nacional e internacional en materia deportiva hasta nuestros días, puesto que en la actualidad gran parte de la programación tiene que ver con espacios deportivos, con el desarrollo de temas deportivos en fútbol, ciclismo, fútbol de salón entre otros. (p. 66).

El 29 de marzo de 1982, sale al aire la emisora número 8 del medio llamada Radio Ciudad de Pasto, emisora que fue administrada por el Grupo Radial Colombiano, cambiando luego su razón social nacional por Colmundo Radio después de una transacción comercial con la Cruzada profesional y estudiantil de Colombia, una organización religiosa. Esta emisora ha participado en varios eventos sociales, culturales, deportivos siendo este último campo, en donde ha logrado mayores satisfacciones. En la nómina de trabajadores se recuerda a Patricio Insuasty, Jorge Gallego, Horacio Sterling entre otros. Colmundo continúa posesionándose como medio radial en el país.

En el deporte, una de las mejores transmisiones fue los Juegos Nacionales, evento dirigido por reconocido periodista en varios medios locales Carlos Enrique Pérez, quien posibilitó que se divulgara desde distintos escenarios, campos del deporte del país la participación de Nariño en las eliminatorias de las justas más importantes desarrolladas en Colombia. Se entregaron informes desde Pereira, Armenia, Tolima, siendo éste un acontecimiento interesante para el departamento demostrando la capacidad de poder lograr desde las distancias los enlaces necesarios para informar. Además generó competencia entre los medios radiales, fue un gol que metió la cadena Voz del Galeras.

La historia de la Radio en Nariño sigue siendo un libro abierto, porque pasan los años y nacen nuevos proyectos, aparecen nuevas generaciones de comunicadores sociales y periodistas, se impulsan programas, transmisiones dentro y fuera de la ciudad; en la actualidad los medios radiales RCN, Colmundo han surgido, han ganado espacios, audiencias, el avance y desarrollo tecnológico le han permitido ser eje fundamental para trascender fronteras en la información deportiva.

### **1.4.3 Referentes Legales**

Las emisoras como medios de comunicación al servicio de la sociedad se rigen por las siguientes normas legales: Hasta la década de 1990 el estado colombiano ejercía un

monopolio en el campo de las telecomunicaciones. La televisión y la telefonía, como antes la telegrafía, estaba en manos del estado, quien en algunos casos confería licencias a los particulares para su utilización. A partir de la constitución de 1991 y de la ola de desregulación de la década de 1990 en el mundo, la nación conserva la soberanía sobre el espacio electromagnético pero permite que los particulares tomen una mayor participación en los diferentes servicios de telecomunicaciones. Si recordamos la ley 51 de 1975 reglamentaba que el periodismo se reconocía como una actividad profesional así lo estableció el Congreso de Colombia.

Artículo 1°. Reconocerse como actividad profesional regularizada y amparada por el estado, el ejercicio del periodismo en cualquiera de sus formas. El régimen de la protección de periodista tiene, entre otros, los siguientes objetivos: Garantizar la libertad de información, expresión y asociación sindical defender el gremio y establecer sistemas que produce el periodista seguridad y progreso en el desempeño de sus labores. Artículo 2°.son periodistas profesionales las personas el lleno de los requisitos que se fijan en la presente ley, se dedican en forma permanente a labores intelectuales referentes a: Radicación noticiosa y conceptual o información gráfica, en cualquier medio de comunicación social. Artículo 3. Para ejercer en forma permanente la profesión de periodista se requiere llenar previamente uno de los siguientes requisitos: poseer título en la especialidad de periodismo, expedido por una facultad o escuela aprobada por el gobierno.

Desafortunadamente en fallo por parte de la Corte Constitucional con el presidente del tribunal Vladimiro Naranjo Mesa, se tumbó la ley 51 de 1975, manifestando que no afectaría los derechos de los periodistas, ni les impedirá el ejercicio normal de su profesión, es decir toda persona puede vincularse a los medios de información. Esto significó un retroceso para las facultades preocupadas por educar a los comunicadores, los mandatarios profesionalizaron el periodismo y no la academia. Hoy en día, bajo la constitución política de 1991 los comunicadores sociales compiten con los profesionales de distintas carreras.

Constitución Política Artículo 20 se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Éstos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

La Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), que estableció: “Artículo 19: todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.”Teniendo en cuenta los derechos otorgados, la libertad de expresión merece un adecuado uso, considerando que los medios son el espacio oportuno y propicio para generar un cambio y un mejoramiento contribuyendo así al desempeño idóneo del profesional.

La libertad de prensa implica una responsabilidad por parte de los comunicadores sociales es su función de emisor, porque al acceder a documentos e información de carácter privado de personas o entidades se pone en juego la posición y la credibilidad con que se maneje la documentación adquirida para darse a conocer en el medio, al ser privilegiados es contar con datos que son de gran cuidado el manejo de la ética esta sobre todas las cosas.



## **2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **2.1. PRINCIPALES RETOS QUE PRESENTAN EN LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO.**

#### **PRESENTACION**

Hacia el logro de los objetivos planteados en esta investigación, en el primer capítulo se analizan como son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos, las dificultades, debilidades en el manejo de la información, se pone en juego el empleo del lenguaje, el habla, el mismo discurso y las razones por las cuales los comunicadores y periodistas cometen equivocaciones y desaciertos convertidos en retos de cambio para estas personas quienes deben aprender a comunicar no sólo de forma eficiente, sino también competitivamente a partir de un buen manejo argumentativo.

La herramienta empleada fue la entrevista con preguntas abiertas, efectuadas a los comunicadores sociales y periodistas quienes permitieron recoger datos para el logro de este propósito.

Para iniciar el análisis, considero importante ilustrar sobre el tema ¿Qué entendemos por proceso argumentativo? Dijéramos básicamente que un proceso argumentativo es dar razones, tener la capacidad de fundamentar lo que se está diciendo y tener una intencionalidad para convencer a la otra persona de las razones expuestas.

Ahora bien, muchos dicen “argumentar, argumentamos siempre”, es como aquel niño desde que nace argumenta con un berrinche, a veces puede argumentar llorando, pero a medida que avanza en el proceso de aprendizaje, él va a tener la capacidad verbal y la capacidad escrita para dar razones de su comportamiento, dar razones de sus peticiones, dar razones de sus puntos de vista, básicamente eso es argumentar dar cuenta del ¿cómo?, ¿por qué?, cuándo?, y con criterio tratar de convencer a la otra persona de que uno tiene la razón.

### **2.1.1. Importancia del argumento en el periodismo deportivo**

Desde esta perspectiva, entendiendo que los procesos argumentativos son los actos que realizan los comunicadores sociales y periodistas deportivos en la construcción de mensajes y contenidos emitidos a través de la radio, mensajes basados en razones con una ejecución eficiente y atractiva dirigido a un grupo de oyentes seguidores de los programas deportivos estudiados como, RCN radio, Colmundo en alianza con Fiebre de fútbol CNC, se involucra básicamente la aptitud que tienen los sujetos analizados para investigar e informar, en este sentido los comunicadores sociales y periodistas investigados afirman: *«un proceso argumentativo es dar a conocer con veracidad y con diferentes opiniones lo que se sabe de un tema específico»*, *«es el acercamiento que hay ante un hecho, una noticia, lo que llaman una chiva»*, *«el periodista debe estar ligado a vivir lo más cercano posible la noticia, para tener la capacidad de explicarla, dirigirla, contarla a quienes los oyen, leen, o escuchan»*, de igual forma manifiestan *«es el poder para denominar o para calificar un concepto sobre algún tema, es decir, se puede opinar sobre fútbol y según el criterio se argumenta y se convence a los oyentes»*. Sin embargo, en los programas analizados se encontró que los comunicadores y periodistas van trabajando dependiendo de lo que el programa va presentando, casi siempre se maneja el mismo proceso, se parte de una noticia, se da una opinión, se generan discusiones entre los integrantes del grupo deportivo, se apoyan en debates en la mayoría de los casos sólo con conceptos puesto que carecen de bases argumentativas para explicar los datos que se recogen de la noticia en desarrollo. De allí, que la primera

dificultad encontrada está en la forma como los periodistas manejan la información, por ejemplo: se habla de la denominada chiva, algunos comunicadores o periodistas consideran que la chiva o la primicia es una competencia entre medios, quien la logra se siente más profesional, más importante porque se difundió primero en el medio de comunicación en el cual labora, pero más allá de eso está en el cómo se la construye, hay criterio, argumentos, razones o sencillamente como sucedió se informa y queda la satisfacción de ser el primero en emitirla.

En esta investigación, es interesante y a la vez preocupante encontrar como en los procesos argumentativos aplicados por los comunicadores sociales y los periodistas no existe un buen manejo del periodismo deportivo, incluso así lo expresan los mismos actores de estudio cuando afirman: *«a veces los periodistas repiten lo que dicen otros medios», «muchos creen saber y ser conocedores del fútbol»* , *«comentar por comentar no es»* , *«uno tiene que estar informado, saber, conocer para decir las cosas»*, hay circunstancias en que los emisores toman el periodismo deportivo como un periodismo relajado, poco interpretativo y sin interés, a criterio de ellos aseguran que creen conocer bien, determinada disciplina como lo anotan el fútbol sin embargo, este deporte también requiere de conocimiento, las reglas de juego, terminología, sistemas y estrategias aplicadas en el campo de acción, el fútbol es un espacio público con una dimensión social, tan sólo el fútbol es global, colectivo, gusta y educa a través de los medios, de acuerdo a Carrión (2006), *“Los medios de comunicación son una caja de resonancia que multiplica geométricamente esta situación, un domingo sin fútbol es impensable porque el fútbol como la sociedad no puede vivir sin la cotidianidad”* (p.15) en ese contexto, los contenidos que se emitan por el periodista o comunicador son muy importantes, por la influencia que pueda ejercer sobre las audiencias y la responsabilidad social. El comunicador y el periodista deben tener la facultad para comunicar y aprender conductas propias del argumento deportivo, una noticia deportiva tratada con el máximo rigor y desde una perspectiva global.

Si la radio es el medio de comunicación por el cual el oyente se informa cuando asiste a un estadio o cuando lo hace diariamente escuchando los espacios deportivos, esencial hacer un análisis del lenguaje que se emplea en esas emisiones, los periodistas o comunicadores diseñan un mundo propio, con conceptos inventados, concebidos en muchas ocasiones por ellos mismos.

### **2.1.2. Cómo comunicamos en el periodismo deportivo radial**

Ahora bien, se hizo referencia teórica a la relevancia que tiene el buen uso del lenguaje, la lengua y el estilo propio de cada persona en su acto de habla y como se concibe el discurso como parte fundamental del proceso argumentativo; en éste sentido, al investigar como son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio fue notable descubrir cuantas debilidades presentan en este aspecto puesto que no se logra una comunicación asertiva, según las entrevistas realizadas a los comunicadores y periodistas quienes orientan los espacios deportivos radiales en las cadenas RCN, Colmundo en alianza con CNC y Fiebre de fútbol, afirman: *«La mayoría tiene problemas con el uso del lenguaje en el periodismo deportivo», «discursos que son repetitivos», «la mayoría de ellos son hinchas antes que periodistas, entonces terminan cometiendo errores en medio de ese apasionamiento»*, esto indica en primer lugar que el discurso repetitivo es producto de la falta de conocimiento sobre un tema, ocasionando redundancias, defectos en la expresión, el discurso repetitivo se convierte en una gran dificultad, porque los periodistas no desarrollan habilidades comunicativas para hablar, no se trabaja ni se diseñan acciones que le permitan desempeñarse eficientemente en ellas y puedan manifestar su pensamiento, su sentir o su conocimiento. Sobre el tema del discurso repetitivo es interesante citar a Puchol (2004) quien formula:

Pero una cosa es conocer suficientemente lo que se va a decir, se puede aprender un tema que no se domina y repetirlo como un papagayo, y otra cosa muy distinta es

encontrarse en condiciones de responder a las preguntas que, en el coloquio, inevitablemente sigue de toda charla o presentación nos queda plantear (p.8)

En segundo lugar, el uso del lenguaje en los comunicadores es un elemento vital, la utilización de un lenguaje inadecuado pone en juego la propia credibilidad, el estilo y la facultad o dificultad para comunicarse, Fonseca (2005) sobre el lenguaje afirma:

Al igual que la comunicación, el lenguaje es el gran instrumento de comunicación, el elemento con el cual se pueden hacer más cambios y adaptaciones para lograr que las palabras representen algo para las personas en cierto contexto, puesto que los significados no radican en las palabras, sino en las personas (p.25.)

Por lo anterior, se puede mencionar que el lenguaje es determinante en los procesos de interacción que tienen los comunicadores y periodistas con la audiencia, el emisor como persona que emite un mensaje debe tener muy presente el tratamiento que le dé al asunto, el ¿Cómo? y el modo de decir las cosas, teniendo en cuenta que si el uso del lenguaje en sus argumentos son inapropiados el oyente está en la capacidad de interpretarlos, desde la teoría de CH, Perelman, L, Olbrechts. (1989) expone: *“El oyente que percibe los argumentos, no solo puede comprenderlos a su manera, sino además es el autor de nuevos argumentos espontáneos, casi nunca expresados y que, sin embargo, no intervendrán para modificar el resultado final de la argumentación”* (p.82) En esta teoría y estudio de la aplicación del habla, del uso del lenguaje señalan los comunicadores y periodistas lo siguiente: *«A veces uno no puede hablar», «es bueno saberse expresar y dirigirse a las personas que le entiendan a uno lo que uno quiere hablar», «Que los periodistas algunas veces no se dejan entender, la narración por ejemplo por ser muy ágil cometen errores y eso ocasiona que el oyente no esté verdaderamente bien informado»*, Puchol (2004), es claro en afirmar:

Se debe hablar de lo que se conoce, construir premisas de lo que se comprende, no se recomienda hablar de lo que se desconoce porque no se llega a una buena conclusión. Ciertamente, hablar de lo que solo se conoce a medias es una experiencia de lo

desagradable. Por ello le recomiendo que hable usted solo de lo que conozca suficientemente bien (p.7)

Al respecto, encontramos en los comunicadores y periodistas otra dificultad no saben expresarse de manera apropiada, se puede conocer o desconocer un tema, pero no cuentan con el talento para hacerse comprender, se carece de habilidades en el manejo del habla, es decir en la forma personal para exteriorizar el conocimiento, se toma como ejemplo al narrador deportivo quien por su oficio debe tener el potencial para contar los acontecimientos de manera ágil y con una buena argumentación, se encontró en los programas analizados que el fin de los narradores está en decir quien lleva el balón, quien se lesionó, que equivocaciones cometió el árbitro, anunciar pauta publicitaria, dar la hora de juego, la falta, pero realmente narrar implica pensar, producir mensajes, narrar consta de una serie de relatos en el cual está presente una marcha versátil de acontecimientos con un orden de relatos cronológicos referidos a lo sucedido en un periodo de tiempo, narrar es construir una realidad que se genera por la actuación de 22 jugadores, narrar es comprender la esencia del deporte y su función informativa.

Todos los comunicadores sociales y periodistas son responsables de propiciar un buen manejo de los medios radiales basados en el acto de informar, teniendo en cuenta que no solo actúan como emisores también deben pensar en el gran número de receptores que los escuchan. Es importante entonces que en el desarrollo de las competencias argumentativas sea ésta la herramienta que les permita ejecutar dichas actitudes.

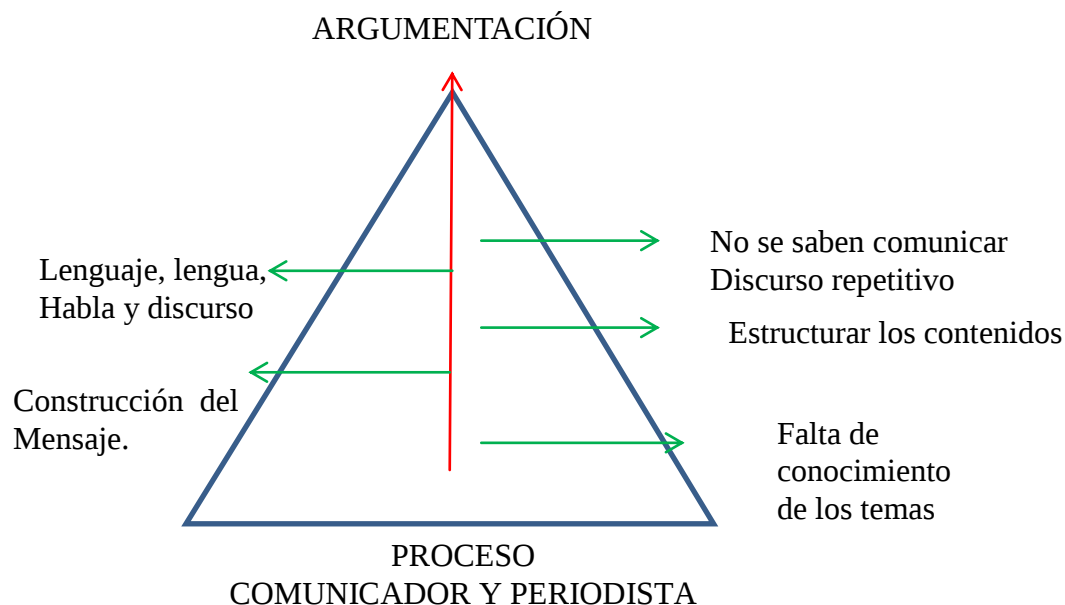
Efectivamente, es indispensable desde este punto de vista que los comunicadores sociales y periodistas conozcan el valor que tiene saber expresarse adecuadamente, saber decir una información de forma sencilla haciéndose comprender, la radio desde cualquier esfera cultural, social, política, deportiva requiere de la utilización de un lenguaje natural, la radio de hoy invita a que el emisor trate al receptor como si fuese un niño, es decir emplear un argumento claro, entendible, de fácil interpretación sin caer en

la informalidad por el contrario que los juicios partan de un proceso argumentativo estructurado.

Sin duda alguna, el estudio ha permitido encontrar con base en los conceptos emitidos por los comunicadores sociales y periodistas de las cadenas RCN y Colmundo radio dificultades en como aplican los procesos argumentativos, son los mismos periodistas deportivos quienes enfatizan la falta de preparación que presentan al transmitir un mensaje: « *Los periodistas somos muy planos nos falta mucha cancha* », « *acá todo se basa en el empirismo*», « *Las posturas, a veces se asumen posiciones demasiado coyunturales y poco sustentadas*», « *No hay soportes, justificaciones claras de peso que defiendan una posición, hay que tener argumentos para hablar, para refutar y responderle a una fuente en eso hay mucha debilidad*», el periodismo deportivo es un campo que exige estudio, tiene un lenguaje técnico, es investigativo y con estilo propio, esto no quiere decir que se pierda la sencillez y la naturalidad en los argumentos. Si bien es cierto los periodistas reconocen que deben tener una mayor preparación, pero es curioso encontrar entre los entrevistados quienes pasan de los seis hasta quince años de actividad laboral y no se preocupan por capacitarse o profesionalizarse y los medios radiales los contratan, en el caso de los comunicadores sociales aunque vienen de la academia también aseguran cometer errores, no obstante están respaldados por unos conocimientos teóricos que de una u otra forma los diferencian. Este análisis nos conduce a trabajar por esa estrategia como plan de acción que mediante actividades pedagógicas y didácticas permitan la resolución de estos problemas.

Para efectos del primer objetivo como son los procesos argumentativos en los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto, la gráfica permite sintetizar las debilidades encontradas.

**Gráfica 1 Cómo lograr un buen proceso argumentativo**



Fuente: Esta investigación

Tomamos la base del triángulo que parte del proceso entendido como los pasos a seguir los comunicadores sociales y periodistas, orientado por una flecha hacia la construcción de un buen argumento.

El primer elemento teórico la construcción del mensaje: cómo lo organizo, elaboró y lo presentó, la investigación encontró que existe deficiencias en el conocimiento de los temas que se emiten en el campo del deporte por parte de los comunicadores sociales y los periodistas.

Encontramos en el proceso argumentativo el lenguaje, la lengua, el habla y el discurso: los comunicadores y periodistas no saben expresarse adecuadamente puesto que no se estructuran de forma clara, ordenada y precisa los contenidos que se van a transmitir,

esto ocasiona los discursos repetitivos, y la aplicación de un periodismo deportivo poco eficaz y asertivo.

La capacidad de análisis y síntesis: no es solo adquirir datos, evidencias, la esencia de comunicar está en el análisis, en el estudio de caso, los juicios y razonamientos basados en una argumentación idóneos para ser difundidos en los programas deportivos.

## **2.2 PROCESOS ARGUMENTATIVOS IDENTIFICADOS EN LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO**

### **PRESENTACIÓN**

En este acápite se plantean tres componentes de estudio fundamentales en el proceso argumentativo, la descripción, exposición y narración.

En la consecución de los objetivos propuestos en el presente contenido se describe la información facilitada por tres (3) comunicadores sociales y tres (3) periodistas deportivos distribuidos en las cadenas radiales RCN, COLMUNDO, Fiebre de fútbol canal CNC, en San Juan de Pasto. La técnica realizada fue la entrevista estructurada con preguntas abiertas y el análisis de dos programas radiales con su respectiva reproducción.

El cuestionario fue elaborado con interrogantes precisos sobre los tres componentes argumentativos (descripción, exposición, narración) y la aplicación de los mismos en el ejercicio periodístico de los comunicadores sociales y periodistas deportivos en cada uno de los espacios radiales locales.

Cada una de las entrevistas aplicadas, fueron transcritas asignando un código diferencial, se clasificaron y se seleccionaron los relatos resultantes con el propósito de determinar la pertinencia de cada uno de los criterios que aportaban a la investigación.

Es de resaltar que cada una de las respuestas obtenidas por los comunicadores sociales y periodistas deportivos como el aporte de los espacios deportivos radiales, mediante una transcripción de los contenidos, proporcionaron los insumos necesarios para el análisis cualitativo.

En el gráfico se especifican el orden de los componentes abordados en el objetivo para llegar a una buena argumentación dentro del periodismo deportivo, se detallan los hallazgos desde los conceptos emitidos por las fuentes investigadas, de igual forma el sustento teórico a partir de la revisión documental y la autora.

### **2.2.1 Tres componentes fundamentales en el proceso argumentativo**

Para este análisis, se consideró de gran relevancia la aplicación de tres componentes básicos para alcanzar un buen proceso argumentativo como son: la descripción, la exposición y la narración se tuvieron en cuenta dos programas radiales los Dueños del Balón y Los Campeones de RCN. Para comenzar sería interesante preguntarse ¿Por qué la importancia de estos componentes?, la descripción es considerada como una herramienta esencial que permite jerarquizar las ideas y que dentro de su aporte argumentativo busca convencer a través de planteamientos debidamente estructurados, el componente expositivo asociado con la argumentación ofrece la explicación de los temas y se tienen en cuenta cada uno de los razonamientos que justifican una tesis o afirmación y el componente narrativo permite desde una construcción descriptiva, expositiva de los hechos llegar a un argumento más sólido, ordenado y coherente.

#### **✓ Componente descriptivo**

En éste orden de ideas bajo las características propias del método aplicado por Baena (1998) afirma:

La descripción es encontrarse con los pequeños detalles de un hecho, un suceso, una persona o cosas, es discernir los rasgos, las situaciones, percatarse de ver lo que otros no

pueden ver, para luego argumentarlo y transmitirlo. La descripción es otra forma del discurso, donde los pequeños detalles hacen la gran diferencia. Una descripción evoca la impresión que nos produce una persona, un hecho, un suceso. (p.98).

En este mismo contexto Fuentes de la Corte, (2004) expresa:

La descripción es importante trabajar con lo literario, especificar las emociones, resaltar la cualidades, habilidades y valores de un ser, un hecho, un momento cotidiano. En la noticia la descripción es parte sustancial aspecto que debe tener en cuenta el comunicador o periodista. La descripción es la forma literaria por la cual se da a conocer seres, objetos o emociones, presentando sus características y poniendo de relieve sus partes, cualidades o circunstancias que los rodean. (p.469)

De esta manera, para los comunicadores sociales y periodistas deportivos la descripción implica, *«es expresar las cualidades, las condiciones el perfil de una determinada persona de algún elemento»*, *«ser muy detallado en la explicación de lo que se habla»*, *«ser más detallado con las cosas»*, *«tenemos nosotros que pintarles con palabras al oyente lo que está pasando en un estadio, en una transmisión»*, *«pero a nosotros nos toca ser bastante claros, bastante emotivos porque nos toca subir el tono de la voz, para que la gente también se sienta identificado con lo que está pasando»*, aunque el concepto esté aproximado a las teorías existentes, el procedimiento tiene que ver con el cómo los comunicadores sociales y periodistas deportivos lo aplican en su ejercicio profesional.

Es así, como encontramos en el espacio deportivo de los Dueños del Balón de RCN emitido el 18 de octubre del año 2012, un aparte cuando los comunicadores y periodistas hacen un comentario sobre la parte técnico-táctica del encuentro entre Deportivo Pasto y Bucaramanga, *«ayer el Bucaramanga sin ser un equipo más que el Deportivo Pasto porque lo demostró en la primera parte, en base a la intención le quito el balón al Pasto, pero más que quitarle el Pasto lo perdió, se lo dejo quitar el Pasto el balón y comenzó a utilizarlo el Bucaramanga y el Pasto intuitivamente se fue echando para*

*atrás, dejo de ser atacante, hicieron el achique y los visitantes fueron los dominantes», si la intención es describir una estrategia táctica empleada por un equipo en el buen manejo del balón y las acciones en un partido, seguramente que con la anterior descripción el oyente no quedo claramente informado, los llamados sistemas en el fútbol son propicios para utilizar el componente descriptivo, deja ver los detalles, las escenas de los jugadores en un partido, llevar paso a paso una táctica adoptada en un juego. Kintto López un autor ecuatoriano y cuando habla de fútbol (2006) aduce: “Que es un deporte que admite meditar y al meditar se está encontrando los detalles de un juego que requiere de una descripción detallada de los pasajes de un encuentro deportivo que se escenifica en un escenario, al fútbol se lo juega y reflexiona, porque es una actividad que se vive dentro y fuera de la cancha” (p. 243). Otro caso similar está en la siguiente reflexión de un periodista, «de que nos sirve darle la vuelta allá a la pelota en la parte posterior, volver y retroceder, nosotros producimos oportunidades de gol, ayer afortunadamente se dieron de momento bastante raros, es decir el Pasto no atacaba bien de pronto tiene una, se enchufa los jugadores tocan la pelota se la entregan a Villota y falta del arquero y penalti».*

En realidad la descripción es fundamental en la construcción de un comentario deportivo o una noticia, porque aporta de forma minuciosa conceptos, conocimientos sobre un acontecimiento o suceso inmediato. Si se hace alusión a la noticia deportiva, ésta tiene igual importancia en el componente descriptivo por la elaboración, contenidos, y los efectos que provoca en los oyentes, sobre el tema los comunicadores y periodistas afirmaron, «describir una noticia es un acercamiento que hay ante un hecho, ante lo que llaman una chiva o ese tipo de cosas, siempre tiene que estar ligado a vivirla lo más cercano posible para que luego uno tenga la capacidad de explicársela», es de aclarar que la cercanía a una noticia no hace que se convierta en una comunicación efectiva, el acercarse a un hecho le da los argumentos necesarios para emitir una correcta información y le permite al emisor decir las cosas desde el valor humano y profesional.

Analizando lo anterior, encontramos la siguiente noticia emitida por el grupo deportivo *«El director de Coldeportes Claudio Corti manifestó que en un 80 por ciento está asegurada la participación de este equipo en el próximo Giro de Italia 2013, estarían participando dos nariñenses con este escuadrón nacional en este evento que se cumplirá en territorio Europeo, los nariñense cuentan con buenos tiempos, pero hay que bajar las marcas»*, la noticia no está bien planteada, no se describe al equipo que van a representar los ciclistas nariñenses, tampoco se nombran quienes son los pedalistas regionales, se habla de marcas y no se las reseña en la información para tener un referente y comparar, por ende el comunicador y el periodista deben apropiarse de los contenidos o saberes propios de su ejercicio profesional, está en detallar, expresar condiciones, cualidades de una persona, hecho, sucesos hay que saber construir la competencia argumentativa.

En este sentido, es mayor la responsabilidad que tiene un comunicador social o un periodista con la audiencia cuando en varias oportunidades se convierte en un técnico para opinar, en jugador para juzgar, en árbitro para determinar, en comentarista para valorar o en un emisor que describe paso a paso las emociones y todo lo que sucede a su alrededor.

### ✓ **Componente expositivo**

En esta acción de comunicar otro componente necesario en el proceso argumentativo es la exposición, lo citado por Fuentes de la Corte (2004): *“La exposición de la argumentación es la parte del discurso en la que se presentan a consideración del oyente los principales hechos generales del asunto del discurso”*. (p.86)

Para la autora Baena (1998) precisa:

Está en la organización de un tema, desgranar todas sus partes para tener una explicación completa. No obstante también incluye el componente de la descripción en el sentido que hay que saber detallar lo que está sucediendo, para posteriormente

explicarlo. La exposición está dirigida a la razón, primordialmente ordena hechos, situaciones, describe técnicamente. Formas de esta exposición: La definición, exposición del significado de las palabras, el análisis, fragmentación o desglose ordenado de un tema, objeto o sujeto en sus distintas partes lógicas, es saber detallar todo lo que está pasando (p.119)

En este sentido los comunicadores y periodistas entrevistados manifestaron: *«yo creo es un contexto mucho más amplio, la exposición debe estar soportada desde la parte descriptiva pero también en la parte de construcción en cuanto a la lectura de lo que uno piensa frente a algo»*. En el programa deportivo Los Campeones de RCN, se propone por parte de los comunicadores y periodistas un tema sobre las declaraciones comprometedoras dadas por parte del técnico del Deportivo Pasto a un medio nacional así, *«bueno un verdadero novelón se armó hoy a raíz de unas declaraciones que entrego Flavio Torres a los medios locales y nacionales como planeta fútbol, vamos por partes primero palabras más palabras meno, Flavio Torres dio a entender anoche que al Pasto le iba a quedar muy difícil porque se iba a enfrentar al Nacional y que Nacional es Nacional y que ellos son los organizadores de la copa postobón y que son los del billete, eso fue lo que dijo, textualmente estoy muy cerca pero palabras más palabras menos eso lo manifestó anoche el profesor Flavio Torres, pero yo lo oí pidiendo disculpas»*, en la expresión anterior se puede estudiar el componente expositivo a partir de una situación planteada por el emisor sin desglosar de una forma lógica lo anunciado por el director técnico, es decir sin encontrar los razonamientos válidos frente a una posición que den o no la razón al entrenador, eso posibilita el elemento expositivo ordenar los hechos, está matizado por argumentos que le den claridad a una noticia y que encuentre una conclusión.

Además, son los mismos periodistas o comunicadores deportivos quienes aseveran que *«exponer ya implica en algunos casos también la posición que pueda tomar uno personalmente»*, *« es preparar de la mejor manera y forma un tema, tratar de no equivocarse»*, de hecho los comunicadores y periodistas poseen un conocimiento previo respecto a la información que se transmite; pero este conocimiento no es llevado a la

acción, lo ideal sería que en ellos se encuentren soluciones. Fuentes (2004), toma a la exposición a partir de la construcción de razonamientos, se puede elaborar un adecuado argumento que garantice aquello que es correcto aceptar. *“Por lo tanto el discurso argumentativo o argumentación es una exposición en la que algo se da como garantizado, se deduce algo de lo que es preciso admitir su verdad, como necesariamente resultante de la otra. Así, todo razonamiento expresado en palabras es un argumento”* (p.84).

El componente expositivo tiene que ver mucho con el criterio que se asume en el ejercicio comunicativo, en la forma de decir las cosas, sin censura, sesgos, es pronunciarlo de manera responsable, los comunicadores y periodistas no solo deben pensar en la forma como señalar las cosas, si aplican adecuadamente los componentes descriptivo, expositivo y narrativo desarrollan un buen proceso argumentativo.

#### ✓ **Componente narrativo**

La narración se constituye en otro componente relevante en el proceso argumentativo que según el aporte de varios investigadores lo definen así, Quimbay Lievano (1995):

La narración se la puede definir como el espacio que posibilita contar algo, un momento, un suceso, un acontecimiento, retomar las costumbres, los tradiciones, los hechos reales del ayer y el ahora. La narración oral continúa siendo una de las mejores maneras de conocer la vida y la realidad de los pueblos y sus costumbres, de recoger la memoria para saber lo que somos. (p. 122)

De igual forma la autora Baena (1995) manifiesta:

La narración la toma como ese componente rico en el decir o contar las cosas, con emociones, imprimiendo el estilo particular del emisor, puesto que será él, el encargado de ver el trato que le dé a la información, utilizando los géneros periodísticos como la crónica, éste considerado el más gustoso de todos porque permite emplear el lenguaje literario, la metáfora, la comparación, toda clase de expresión que hace más exquisita la

narración oral. Es la narración: como una forma de expresión, la forma de decir un hecho, el estilo que podamos manejar para expresarlo, hay quienes lo cuentan de manera sobria, cronológica, hay quienes lo cuentan de manera animada y de lo importante a lo menos importante, hay quienes lo cuentan de manera novelada, le ponen emoción, mímica, y una particular forma de usar la palabra y frases. (p.85)

En este sentido, para Fuentes (2004), *“La narración consiste en contar sucesos o acontecimientos en forma artística y ordenada, de modo que se logre mantener la atención del lector a través de todo relato”* (p.447). Todo hecho, evento, se lo puede contar de forma clara, puntual y cuidadosa, sin dejar a un lado lo atractivo, interesante, logrando captar la atención de inicio a fin de la audiencia. Para el periodista en la narración está el decir las cosas con sentimiento, como hechos reales vividos, los cuales serán más fáciles de interpretarse y apropiarse por la audiencia.

La narración para el comunicador social es acercarse a lo más profundo de las cosas, es ahondar y auscultar los hechos, las situaciones, es recurrir a la descripción, a la exposición, para poder referir con más detalles lo que acontece y contar con los argumentos ideales al momento de relatar un suceso. Los periodistas y comunicadores sociales dicen *«la narración es contar, es llevar a un determinado escenario una situación, es narrar, visualizar, explicar con más profundidad lo que pasa, detenerse en los detalles, yo lo asocio mucho con narrar un partido de fútbol, de baloncesto, narrar implica ser muy descriptivo, expositivo, yo creo que es la conclusión de las dos primeras», «El narrador dice lo que está pasando», « uno le cuenta al oyente lo que está sucediendo, pero el narrador es como más preciso en ese tema».*

Al respecto, es bueno tener en cuenta que los periodistas asocian la narración con la narración deportiva, por ejemplo: la narración de un partido de fútbol, de un juego de baloncesto, una carrera atlética entre otros, dentro de las características de la narración deportiva se establece el relato, el contar varias acciones en un contexto, el narrador es un constructor de imágenes radiales, narra las jugadas, momentos que se escenifican en 90, 94 minutos, o los que se determinen en el campo de acción; pero, es importante tener

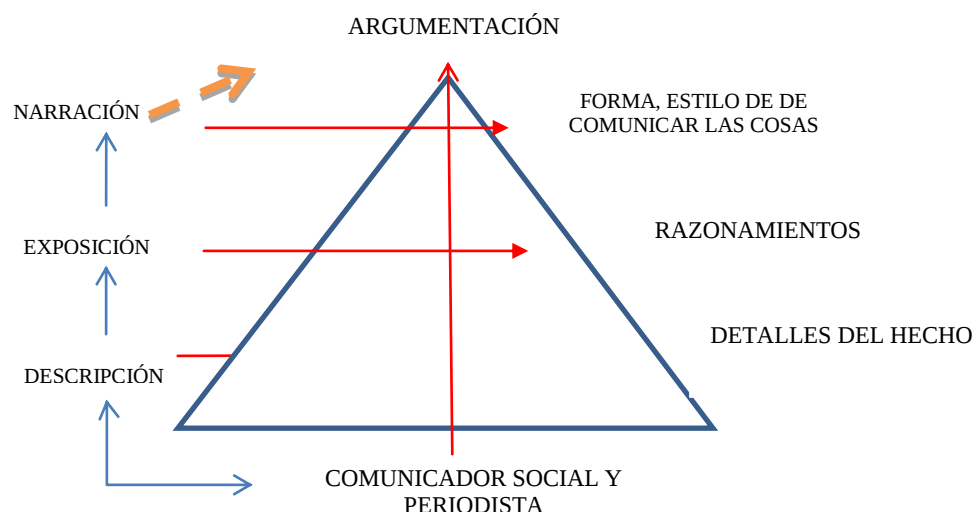
en cuenta que la narración no sólo es narrar un encuentro deportivo, la narración como componente del proceso argumentativo requiere de una investigación, implementar y abordar los componentes antes estudiados como la descripción, la exposición para llegar a una narración de hechos. En algunos casos para los narradores deportivos la narración resulta la expresión y emoción del futbol o cualquier disciplina deportiva mientras que la narración debe convertirse en una vía de entendimiento, comprensión e interpretación.

Las precisiones que se obtengan sobre una información serán importantes al momento de emitir una comunicación, que pueden desarrollarse desde los componentes básicos en los procesos argumentativos.

La siguiente gráfica tiene como base al comunicador social y al periodista en la función de aplicar en su orden los componentes básicos para llegar a una buena argumentación, entendida la descripción como una herramienta que construye los datos, los detalles y las pinceladas de los hechos, la exposición son los juicios de valor que se dan a los acontecimientos, y la narración el componente que permite tejer los detalles, los razonamientos para finalmente poderlos contar de forma precisa, ordenada y asertiva a la audiencia, Baena (1998) al respecto expresa:

La argumentación es parte de un proceso donde se tiene en cuenta los componentes como la descripción y la narración para construir distintos razonamientos que permitan llegar a una argumentación, acertada y convincente. La argumentación es una forma de las expresiones que se integra de modo muy a fin con la narración y la descripción en tanto que se utilizan similares técnicas del manejo de palabras. (p.110).

## Gráfica 2 Componentes del Proceso Argumentativo



Fuente: Esta investigación.

### **2.2.1 Persuadir y convencer: a partir del proceso argumentativo**

Con anterioridad se afirmó que los componentes como la descripción, la exposición y la narración contribuyen en la elaboración de un buen argumento y a su vez se consideran elementos que cuestionan la función del comunicador o periodista en el sentido de persuadir o convencer, como por ejemplo: se definió que la descripción permite jerarquizar las ideas y que dentro de su aporte argumentativo busca convencer a través de los planteamientos, la exposición por intermedio de los razonamientos y los juicios demuestra y la narración al contar los hechos con veracidad evidencian el mensaje. En este sentido se estimó significativo tener en cuenta la tarea que cumplen los comunicadores y periodistas deportivos en el tema del persuadir y convencer, para ello hay que indicar que el proceso argumentativo es fundamental, como dice Baena (1998):

La argumentación tiene como objeto el persuadir y el convencer a raíz de razonamientos que formen una tesis bien estructurada sobre un tema determinado. De los razonamientos depende que exista una adecuada argumentación. La argumentación es una forma de las expresiones que se integra de modo muy a fin con la narración y la descripción en tanto que se utilizan similares técnicas del manejo de palabras. Aunque está dirigida a la razón, usa las emociones también para conseguir su propósito de persuadir, convencer de seguir determinada corriente, idea o curso de acción. La argumentación hace todo lo posible por convencernos acerca de una tesis o idea central. (p.110)

En la teoría de la argumentación, el persuadir y convencer son formas de motivar a otras personas para que de manera voluntaria acojan y valoren la forma de ver las cosas. En la persuasión quizá se pueda ejercer influencia en otra persona por la forma de ser y actuar, pero quien influye puede hacerlo inconscientemente, en cambio si pretende que la otra persona cambie de opinión lo podrá hacer libremente. Estos casos se dan mucho en el periodismo deportivo en la capacidad que tiene el emisor en persuadir a sus oyentes y que pueden ser negativa o positivamente. El profesional de hecho se desarrolla en un

campo de estudio multidisciplinario en el que cumple la labor de investigar, informar a través de los medios de comunicación masiva.

Fonseca (2005) expresa que *“todo comunicador con el propósito de persuadir intenta producir una influencia o un cambio en otras personas; aun si fracasa en ello, sigue involucrado en el proceso de persuasión, debido a su intención”* (p. 171). Es así como desde su teoría Ch Perelman & L, Olbrechts (2006), anuncia que:

Llamar persuasiva a la argumentación que solo pretende servir para un auditorio particular, y nominar convincente a la que se supone que obtiene la adhesión de todo ente de razón. El matiz es mínimo y depende, esencialmente de la razón. Cada hombre cree en un conjunto de hechos y verdades, que todo hombre según él debe admitir, porque son válidos para todo ser racional (p. 64).

Otro aporte que hace Fonseca (2005), quien cita a Bettinghaus (1973:10), define que: *“La persuasión es un intento consciente de un individuo de cambiar las actitudes, creencias o conductas de otro individuo o grupo”*, Lerbinger (1979:1) *“La persuasión es la manipulación de símbolos para producir acciones en otras personas”* (p. 170). En el programa radial Los Campeones de RCN, los periodistas cuando hablan del precio de boletería para el partido entre Deportivo Pasto y Quindío comentan *«Yo le sugiero al comité ejecutivo del Pasto colocar una boletería barata, porque es un partido de categoría B, no sería justo que los hinchas paguen 20.000 o 12.000 mil pesos por un partido que en primer lugar Quindío no convoca y segundo Pasto no necesita los puntos ya está clasificado entre los ocho, por favor señores directivos una entrada económica incluso deberían colocar gancho un caballero que lleve una dama, directivos ya es tiempo que estimulen a los aficionados»*.

En este caso los periodistas a través de los comentarios están tratando de persuadir a los directivos para que rebajen el precio en las entradas la influencia puede ser negativa o positivamente, es la actitud dominante y de imposición que dejan entrever los periodistas, el convencer por su parte tiene como característica influir sobre los otros

desde el conocimiento, desde el razonamiento, lo justificado. El comunicador puede cumplir un rol importante en la radio local, en el sentido de convertirse en un emisor que logre convencer el ¿Por qué? es bueno bajar el precio, que beneficios otorga a los hinchas y que ganan los directivos. Acerca de este tema Kathleen (1981) afirma: *“persuasión es una actividad reservada a quienes carecen de ética. Por el contrario la persuasión es una forma de comunicación en la que debe participar toda persona que se arriesga a entrar en relación con los demás”* (p.24) los comunicadores y periodistas poseen un estilo propio, poseen conocimientos particulares que conllevan a actuar de tal manera que puedan incidir en las audiencias de forma favorable o no favorable dependiendo sus razonamientos. En este aspecto la ética juega un papel esencial puesto que pone a prueba los principios y reglas que regulan y guían la actividad de los comunicadores y periodistas en su actividad de informar al servicio de los demás.

El comunicador ético construye el conocimiento y por ende la capacidad moral en el manejo de su profesión, lo cual le brinda credibilidad, dignidad, seriedad en su trabajo, en este aspecto, algunos autores destacan la relevancia que tienen las razones, las premisas según Anthony Weston (2005):

Argumentar es un campo de acción amplio donde se buscan las razones, el ¿por qué? de las cosas, es la elaboración de premisas, el intercambio de ideas y razonamientos que conduzcan a una acertada conclusión. Dar argumento significa ofrecer un conjunto de razones o de pruebas en apoyo a una conclusión, el argumento es esencial, en primer lugar, porque es una manera de tratar de informarse acerca de qué opiniones son mejores que otras. No todos los puntos de vista son iguales, un argumento es un medio para indagar. (pp.11- 12)

Sobre los términos persuadir y convencer, los dos tienen su razón de ser cuando se transmite un discurso, lo que se busca finalmente es convencer a un auditorio con criterios, para citar un ejemplo: a un niño de 4 años se lo puede persuadir para que no raye las paredes a través de juegos, con un detalle u otros mecanismos, pero difícilmente lo puede convencer para que no la haga, plasma la esencia del persuadir. Como analiza

Ch Perelman & L, Olbrechts (2006) quien cita a Kant, *“la persuasión es una mera apariencia”, “convinciente es la que se supone que obtiene la adhesión de todo ente de razón”* (pp.67-68) en lo expuesto anteriormente hay que comprender que la intervención de ideas y acciones que pueda tener un comunicador social o un periodista hacia un receptor puede estar marcada por un hecho persuasivo y para otros el convencer a partir de argumentos sólidos y fundamentados, los comunicadores sociales y periodista deportivos entrevistados afirman: *«es el poder que tú tienes para denominar o para calificar algún concepto sobre algún tema, es decir, yo puedo opinar sobre el fútbol y según mi argumento puedo llegar a convencer más a los oyentes, dependiendo el caso de que estemos hablando», «tener muchas bases muchos argumentos y poder convencer a la gente de que mi opinión es muy válida »*, según Kathaleen & Reardon (1981) agrega que: *“la comunicación y el convencimiento requieren niveles más altos de funcionamiento cognitivo y de conciencia. Mediante esas dos actividades la gente aprende tanto las conductas pertinentes como las razones de esa conducta”* (p.27).

Es interesante comprender que uno de los más grandes poderes de la comunicación en su tarea de influir sobre las audiencias, es tener la capacidad de convencer a los oyentes generando en ellos una transformación, por ejemplo: cuando en un programa deportivo se habla de la paz en los estadios y se convoca al aficionado a crear cultura deportiva en los escenarios, se está anunciando un cambio en el comportamiento del hinchado a través del poder de convicción más no de persuasión, es decir uno puede persuadir al oyente pero no logra convencerlo, porque desde la persuasión es la audiencia quien decide si lo hace o no, la persuasión no es algo que una persona ejerza sobre otra es tan sólo un medio por el cual las personas colaboran en hacer algunas acciones, mientras que la convicción logra mediante argumentos hacer cambiar las ideas, concienciar a los oyentes lo que es bueno o malo, inculcando los valores, la moral.

### **2.2.3 Importancia de las premisas en la tarea de persuadir y convencer**

Para el autor Tomas Miranda (1995), en el proceso argumentativo hay un elemento significativo que son las premisas, entendidas como las proposiciones fundamentales para un diálogo, debate etc. Alonso trabaja la falsedad o la invalidez, la verdad o la validez a partir de esas premisas que conllevan a obtener una conclusión positiva o negativa. *“La validez o invalidez y la corrección o incorrección se dicen de los argumentos, la verdad de las premisas exige la verdad de la conclusión. No pueden ser las premisas verdaderas y la conclusión falsa”* (p.20). Si las premisas que construye el comunicador social o el periodista a partir de una investigación son las verdaderas, el resultado o la conclusión será puntual, consideran sobre el tema los comunicadores y periodistas lo siguiente: *«Tu das a conocer con veracidad y con diferentes opiniones lo que se sabe de un tema específico, del tema que se esté tratando eso»*, sin duda alguna en las opiniones como lo expresan los entrevistados las premisas deben contener juicios para alcanzar una mayor precisión y veracidad en los conceptos emitidos.

En este sentido el autor Alonso (2000) se refiere a un tema que es propio acerca de los juicios para defender una tesis y es que cada acto comunicativo cuando logra convencer o persuadir se somete a críticas y reflexiones no obstante, dentro del proceso cada premisa, idea, acción u opinión emitida deberá estar justificada por su validez, para el autor mencionado y quien cita a un investigador Wittgenstein, (1953) propone: *“Las razones que se presenten para justificar un dicho o un hecho pretenden tener una validez intersubjetiva (el proceso en el que compartimos conocimientos con otros en el mundo de la vida) susceptible de crítica, precisando que así se puedan lograr acuerdos comunicativos”* (p. 67) Lo anterior hace parte de un proceso que se da paso a paso; para emitir un argumento y dar razón del mismo, del dominio del tema que esté tratando, de aquello que se pueda decir y el oyente se siente o no identificado pero con la convicción de saber que aquello que se apuntó por parte del emisor, fue un argumento dado desde el conocimiento. Ch, Perelman & L, Olbrechts (2006) dijo:

El hombre es un portador de ideas y es vital que cada tesis o idea central planteada sea defendida desde toda posición, ganando credibilidad y objetividad. “tratado de la

argumentación, plantea que quien defiende un punto de vista determinado está convencido, muy a menudo, de que se trata de una tesis que es objetivamente la mejor y de que su triunfo es el de la buena causa. (p.82).

La función de un comunicador social o un periodista es elaborar argumentos que contengan razonamientos bien fundamentados y así tener propiedad para expresar una posición frente a un tema en desarrollo y que conlleven a un proceso de convencimiento basado en argumentos. Los comunicadores y periodistas al respecto afirmaron: *«buscar los argumentos suficientes para expresar una postura », «formación de los conceptos que se van a emitir en un espacio radial», «de donde nos nutrimos para que la información sea clara»*, como Anthony Weston (2005) quien plantea sobre las premisas:

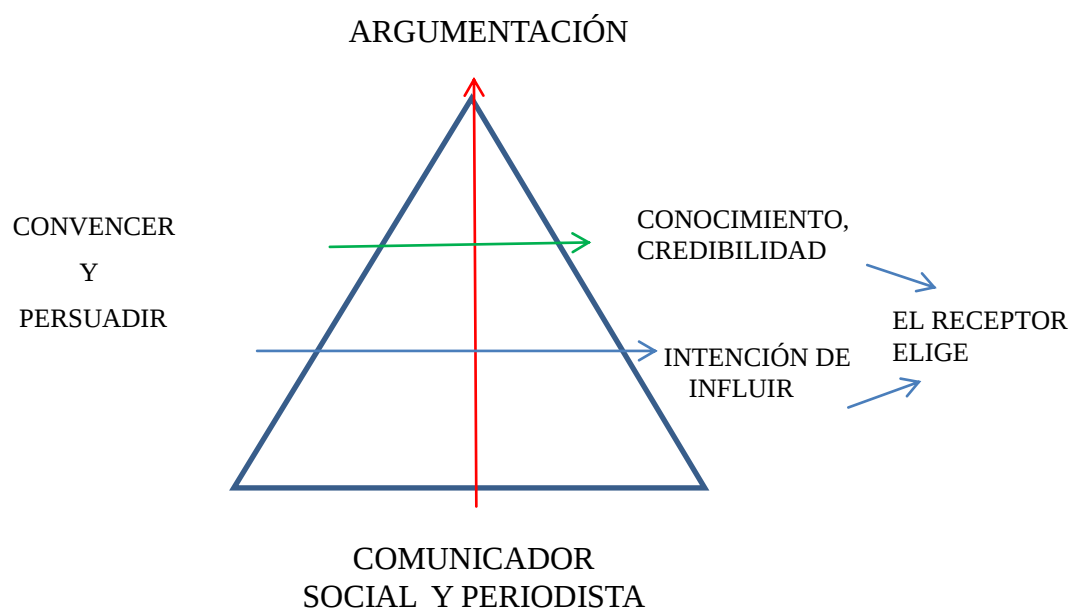
Argumentar es un campo de acción amplio donde se buscan las razones, el ¿por qué? de las cosas, es la elaboración de premisas, el intercambio de ideas y razonamientos que conduzcan a una acertada conclusión. Dar argumento significa ofrecer un conjunto de razones o de pruebas en apoyo a una conclusión, el argumento es esencial, en primer lugar, porque es una manera de tratar de informarse acerca de qué opiniones son mejores que otras. No todos los puntos de vista son iguales, un argumento es un medio para indagar (p.11-12).

Lo anterior, lo consideramos relevante puesto que en la capacidad de raciocinio que tenga un comunicador social o un periodista podrá construir sus premisas desde la validez, la precisión y la subjetividad responsable facultando el derecho de convencer a una audiencia a través de un mensaje estructurado, lógico y formativo. Es así como esta investigación asume el gran compromiso de formación académico, pedagógico de los comunicadores sociales y periodistas.

Al periodismo deportivo se le debe dar la misma importancia como al periodismo en el campo de la política, lo económico, lo social, algunos comunicadores o periodistas consideran el periodismo deportivo como un periodismo sencillo, fácil de manejar, un periodista cuando se le preguntó acerca de la argumentación en el ejercicio del periodismo deportivo expresó *« que uno no llegue y diga cosas que escuchó, o que me*

*dijo por ejemplo el fotógrafo de los deportistas vea paso esto y uno sin saberlo propiamente salga diciendo eso al aire, muchos aquí lo hacen y hablan lo que les comentó un aficionado que estuvo en la práctica en el estadio o repiten lo que escucharon en otro medio radial», esto demuestra que algunos periodistas o comunicadores desempeñan su trabajo sin el profesionalismo que se requiere para manejar un medio de comunicación , respaldan su labor periodístico con fuentes que no garantizan credibilidad y veracidad en la información, además el comunicador o periodista es el encargado de buscar la noticia, documentarse y de esta forma convertirse en un emisor de calidad en los espacios deportivos radiales de la ciudad.*

**Gráfica 3 Persuadir y convencer**



Fuente: Esta investigación

La gráfica tiene como base al comunicador social y al periodista en la función de aplicar en su orden los componentes básicos para llegar a una buena argumentación, entendida la descripción como una herramienta donde se construyen los datos, los detalles y las pinceladas de los hechos, la exposición son los juicios de valor que se dan a los

acontecimientos, y la narración el componente que permite tejer los detalles, los razonamientos para finalmente poderlos contar de forma precisa, ordenada y asertiva a la audiencia, Baena (1998) al respecto expresa:

La argumentación es parte de un proceso donde se tiene en cuenta los componentes como la descripción y la narración para construir distintos razonamientos que permitan llegar a una argumentación, acertada y convincente. La argumentación es una forma de las expresiones que se integra de modo muy a fin con la narración y la descripción en tanto que se utilizan similares técnicas del manejo de palabras. (p.110)

## **2.3 DESCRIBIR EL MANEJO OTORGADO A LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS POR PARTE DE LOS COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE PASTO**

### **PRESENTACIÓN**

El siguiente capítulo es muy interesante porque se analizan seis programas deportivos distribuidos así: tres producciones de las cadenas Colmundo radio en alianza con Fiebre de fútbol CNC con una duración de dos horas y 3 programas de la cadena RCN radio repartidos de la siguiente manera: un programa llamado los campeones (duración una hora y treinta minutos) y dos espacios de los dueños del Balón (duración una hora) donde se hace una transcripción total de los programas, se hizo un estudio detallado y minucioso del uso del lenguaje, el habla y la lengua por parte de los comunicadores sociales y periodistas, se analizaron los desaciertos o aciertos en el manejo de la información, de igual forma la capacidad de síntesis, la reflexión sobre los acontecimientos y el desarrollo de las habilidades comunicativas.

#### **2.3.1 El emisor en la acción comunicativa**

Los espacios deportivos creados en la radio de Pasto desarrollan un papel preponderante al constituirse como medios privilegiados para informar y satisfacer a una audiencia, los programas no se miden por el tiempo al aire se miden por la calidad estructural y el profesionalismo de quienes los conducen.

En este sentido, es importante recalcar que dentro de la investigación los comunicadores sociales y periodistas por su acción comunicativa mantienen una fuerte relación con los oyentes, en consecuencia debe existir una buena preparación para hablar, un manejo apropiado del lenguaje y en este proceso es fundamental la parte argumentativa, conviene resaltar el planteamiento de Ramírez quien cita a Buyssens (2000):

Los argumentos son la base de todo acto de habla, es primordial la construcción de signos que implican un compromiso con el entorno. En el acto comunicativo se mide la intención o finalidad del emisor, el que a su vez puede cuestionarse por lo que haya expresado. El receptor califica al emisor en su acción de informar. Igualmente en 1967 define dicho campo, como ciencia que estudia los procesos de comunicación; es decir, como ciencia que se ocupa de los medios utilizados para influir en los otros. Esta teoría sugiere procesos de argumentación en cualquier forma de comunicación, en cuanto que, producir un signo con alguna intención, implica modificar la actitud del interlocutor. (p.57)

La primera responsabilidad en el rol del comunicador es aprender a transmitir la información, lograr que el oyente entienda las ideas y la finalidad del mensaje, por ello es bueno preguntarse, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? se informa y cuáles son sus razones, en éste contexto los entrevistados expresaron: *«la argumentación es muy importante porque con los argumentos que emitas los oyentes te califican»*, *«me parece que es muy importante tener unos argumentos cuando se informa, unas bases sólidas para que el oyente se sienta en la capacidad de escucharte y también en la capacidad de si no está de acuerdo contigo de emitir algún concepto o alguna crítica constructiva acerca de tu trabajo»*, conocer y tener propiedad sobre un tema genera credibilidad, habilidades argumentativas y propicia cuestionamientos sobre el receptor, acerca del tema los profesionales de la radio abordados manifestaron: *«hay que saber del*

*tema primero para poder hablar y poder expresarse de él, y de esa manera llegar a una conclusión», de lo anterior, sólo si la producción argumentativa está bien construida faculta un buen mensaje, Alonso (1995) quien cita a Wittgenstein propone:*

“que la argumentación es un juego que se manifiesta en un acto comunicativo, en el que se pretende dar razones de los planteamientos elaborados a partir de las premisas y que se emiten a los receptores, también se tiene en cuenta los conceptos a raíz de las tradiciones y creencias en que ha sido formado la persona” (p. 87)

De acuerdo con lo expuesto, los comunicadores sociales y periodistas por naturaleza manejan estilos particulares, los que tienen academia incluyen hasta los conocimientos desde sus propias áreas economistas, abogados entre otros y colocan en práctica sus costumbres de origen, acentos, tono de voz, de manera que todo influye en el proceso informativo desde la argumentación, es así como el investigador Rosales (1998) dice: *“La argumentación oral está matizada con una gran cantidad de componentes esenciales como los grupos fónicos, las pausas, entonaciones que la hacen rica y variada”* (p.15), es preciso decir que el proceso argumentativo es una unidad completa, desde la capacidad de habla, empleo del lenguaje, reglas, signos para llegar a una elaboración del mensaje.

Con base en lo anterior, en los programas deportivos analizados se encontraron varias inconsistencias, mal uso del lenguaje, términos y comentarios inapropiados, expresiones despectivas cuando se refieren a determinados personajes; el 30 de agosto del año 2012 en el programa de televisión Fiebre de fútbol en alianza con el programa radial de Colmundo, un espacio dirigido por 3 comunicadores sociales y dos periodistas, se encontró que en cuanto a la estructura del programa no existen secciones definidas, excepto cortes publicitarios, la interacción con los televidentes y oyentes que se hace a través de la página [www.fiebre](http://www.fiebre) de fútbol y [canalcnc@hotmail.com](mailto:canalcnc@hotmail.com). Teniendo en cuenta el interés investigativo en el desarrollo del espacio deportivo, los periodistas y comunicadores inician el programa abordando temas sobre el fútbol profesional colombiano se encontró comentarios como estos por parte de los comunicadores: *«pero*

*Camilo Vargas, que ha hecho Camilo Vargas, si quedó campeón con Santafé pero le falta mucho pelo pal moño»* esta última expresión pelo pal moño no tiene relación con la terminología deportiva adecuada que se debe emplear para referirse acerca de un futbolista que tuvo un buen nivel deportivo y que por el momento está en una curva de descenso en su rendimiento personal, además de señalar que son enunciados que no existen en la lengua. De igual forma otro integrante del grupo con profesión, interviene refiriéndose a un ex técnico del Deportivo Pasto así: *«yo solo le diría al profesor Bernal, si lo tuviese aquí o si me pudiese escuchar, profesor Bernal en Ibagué...no le pasaba lo que en Pasto, allá no le comían cuento igual que acá, digo, jugadores a los cuales usted maltrataba se le ocurría decir cualquier barbaridad, cualquier cosa, allá son de más hechos, son más trajinados y no le comen, seguramente si el hombre se puso con sus cosas pues allá si le bajaron la caña de una»* otro comunicador comentó acerca de los jugadores, esto dijo: *«y fue la expulsión de Adriano sobre precisamente Cristiano Ronaldo, pero en ambos uno entre las piernas y el otro como un guanabanazo»*.

Analizando la afirmación se podría decir que frases como no le comían cuento, le bajaron la caña de una, el vocablo guanabanazo no construyen la lengua por el contrario la maltrata. Ramírez (2008) cita a Anscombe y Ducrot (1994 [1983]); Ducrot (1998) y Plantín (2001[1996] ) quienes defienden que la argumentación está inscrita en las mismas frases de la lengua; señalan que “no se argumenta con la lengua sino en la lengua” (p. 108), añádase al tema que un emisor debe destacarse por tener un excelente discurso producto de un buen proceso argumentativo. De igual modo encontramos otro caso en el que un comunicador se expresa de la siguiente forma ante los televidentes y oyentes, para referirse acerca de la situación contractual del jugador Juan Carlos Henao:

*«A lo de Henao igual, Henao se fue con sus derechos para Brasil precisamente como no le resolvía ni él quería irse entonces él esperó y mire hay una cosa que si es muy clara y que aquí no la hemos tocado como es, y es una cosa que si es muy clara, usted, usted puede ser, mejor dicho el equipo puede ser dueño de sus derechos deportivos, pero si no hay un contrato vigente automáticamente los derechos pasan al jugador»*.

Si se reflexiona sobre las habilidades argumentativas, encontramos que el comunicador comete de forma reiterada errores en su discurso, le falta claridad, orden y precisión con la idea que quiere expresar, emplea términos peyorativos, inventa palabras, además se pierde el respeto por la persona en referencia.

En el estudio de este programa también se encontró que los periodistas y comunicadores sociales emplean frases y términos incorrectos como: «*Sobre la convocatoria de Alcatraz García*», «*Boyacá se mandó dos resultadazos*», «*vamos a tener esa jugada un poquito más adelante*», «*resulta que no fue tan así*», «*hoy también se afrontaba la misma circunstancia y hubo la necesidad de dividir al grupo en dos grupos, valga la redundancia, el equipo en dos grupos*». Una argumentación bien fundamentada es la herramienta perfecta para darle un buen uso a la lengua, porque es la formación del conocimiento y ante todo porque refleja el nivel cultural de los comunicadores y periodistas deportivos del medio radial. Si analizamos las palabras empleadas como: «*resultadazos*», lo correcto es hablar de resultados, «*un poquito más adelante*» lo justo sería decir más adelante, de esta forma se consignan muchos errores que el comunicador siendo de la académica como el periodista de otras profesiones distintas a la comunicación social o sencillamente periodista de oficio las utilizan. Un trabajador de los medios radiales tiene el deber y la responsabilidad de manejar adecuadamente su lenguaje de alguna forma está reflejando su capacidad intelectual, asimismo, hoy en día contamos con mejores condiciones para adquirir conocimientos sin embargo, existe menos interés por contar con una buena formación.

Ahora bien, teniendo en cuenta las entrevistas realizadas a los comunicadores y periodistas ellos afirmaron sobre el uso adecuado que se le debe dar a la lengua, la aplicación de los componentes del proceso argumentativo y se descubrió que la mayoría de los emisores demuestran una serie de anomalías, no son coherentes, claros, prima la imprudencia, la falta de educación, desde el dominio de las técnicas de la conversación, del diálogo con referencia especial a los tiempos de intervención y a la organización de los contenidos.

Dentro de este contexto, se hace un segundo análisis sobre el programa de televisión Fiebre de fútbol CNC emitido el 9 de agosto del año 2012. Cabe señalar que los espacios deportivos están diseñados para hablar del deporte desde las diferentes esferas fútbol, deporte asociado, de competencia, deporte formativo entre otros. En el presente espacio con una duración de 2 horas y 30 minutos, se encontró un diálogo de 24 minutos por parte de los comunicadores y periodistas sobre el fallecimiento del cantante Jairo Varela, así comienza el comentario el periodista: *«abrir un espacio para solidarizarnos con el país porque de alguna manera pienso que el sensible fallecimiento del maestro Jairo Varela realmente nos sorprendió a todos una situación que se dio de manera intempestiva por el gran músico colombiano»*, otro aporte de un periodista sobre el tema en el que se reitera el inadecuado uso del lenguaje es: *«se pareció tanto a ti que fue una de las canciones hermosas que ha escrito, muchísimas, muchísimas, yo creo que no tiene presa mala ninguna de las composiciones»*, presa mala es una frase mal empleada, el periodista en su lugar debe decir que todas las canciones son de buena calidad y producción, luego se cita por un periodista al cantante Joe Arroyo quien hace alusión a su reciente muerte con esta expresión: *«Joe Arroyo casi poquito más de un año, año y pocos días más»*, *«no voy a echar un cuento»*, *«hemos perdido a dos grandes cantantes»*, en este análisis, tanto el comunicador como el periodista pierden el horizonte del programa que es hablar del deporte, sumado a ello el uso inadecuado del lenguaje, es importante tener claro que un programa tiene objetivos y propósitos definidos.

En este orden de ideas, se estudió el programa Fiebre de fútbol en alianza con Colmundo emisión 21 de agosto del 2013, se hace un estudio cuidadoso sobre el uso de la lengua, es así como las expresiones citadas a continuación reflejan los graves problemas que presentan los periodistas y comunicadores en la acción comunicativa.

✓ *«Un espaciecito más amplio para descansar y recargar baterías»*.

- ✓ «Eso se hace por fuera, y a mí eso me pareció incómodo y eso lo sintió tan incómodo Luis Fernando ee a pesar de que su papá le agradeció al gobernador todo el cuento blablabla blablabla».
- ✓ «Pasto si jugó mejor, mucho mejor en la parte visual táctica».
- ✓ «Es esplendido él hace la repetización».
- ✓ «La nómina para presentar, más adelantico se la damos».
- ✓ «Tenemos una entrevistita».
- ✓ «Me van a venir a meter el cuentazo que no, que estamos trabajando que ni se qué».
- ✓ «Ladrones de tres pesos, de esos maleantes chimbilacos».
- ✓ «Hay algo Vicky para que dialoguemos un poquito, o no mucho porque tenemos el tiempo corto».
- ✓ «Escuchaba más bien unas ridiculeces».
- ✓ «Los asociados del Deportivo Pasto podrían hacerle la reclamación».

El problema radica en que los comunicadores y periodistas no saben emplear de forma adecuada las palabras y desconocen el significado de los términos que utilizan por ejemplo: la palabra chimbilacos si nos referimos al significado de chimbilaco es un murciélago pequeño de color negro, caracterizado por tener la boca muy roja y dientes blancos por ende el uso de esta palabra no tiene relación con el comentario del periodista, otras expresiones como más adelantico los diminutivos deben eliminarse. En este mismo análisis en el programa los Campeones de RCN la cariñosa, un grupo deportivo conformado por 2 comunicadores sociales y 2 periodistas en la emisión de octubre 19 de 2012 se detectó:

- ✓ «Ayer dije papita pa el loro».
- ✓ «Bueno un verdadero novelón».
- ✓ «Ya está, no quiero echarle más leña al fuego».
- ✓ «Estamos muy acomplexados», «vamos a ganar vamos por la copa, que somos pobrecitos que somos tonticos, patatán patatán».

De igual modo, en el programa deportivo los Dueños del Balón de RCN orientado por 1 comunicador social y 2 periodistas, en la emisión del 18 de octubre del 2012 se citan algunas frases empleadas por los emisores en sus comentarios:

- ✓ «Me ha hecho llegar estos documentos, les voy a echar un ojito».
- ✓ «En base a la intención le quito el balón al Pasto».
- ✓ «Ese jugador para tranquilizar las aguas».
- ✓ «Pero digamos que para el caso del día no tanto, pero si para la promoción del evento, se hubiera dado a conocer un poco más de lo que se trataba».

Al margen de los errores y las deficiencias que presentan los comunicadores sociales y los periodistas, Serna (1996) desde la sociolingüística de la comunicación manifiesta:

Que la lengua popular o vulgar es propia de los grupos secundarios, es decir, de aquellos que se interrelacionan permanentemente, pero no en forma íntima sino accidentalmente; es el lenguaje de la calle, del mercado, del estadio, del bus y de todos los lugares en donde la gente, la generalidad se reúne (p. 49).

Si bien en cierto, hoy en día el comunicador y el periodista debe utilizar un lenguaje sencillo para que sea comprendido por los oyentes, es necesario hablar con cultura, con respeto y con términos que construyan y enseñen, es evidente en estos casos como se inventan palabras y se lesiona el idioma español.

En este orden de ideas y teniendo en cuenta el objetivo de estudio sobre el manejo otorgado a los procesos argumentativos por los comunicadores y periodistas se realizó un análisis interesante en el espacio los dueños de balón de RCN radio emisión 19 de octubre del 2012 y tiene que ver con la estructura empleada por los periodistas para formular una pregunta, es de precisar que una pregunta de tipo entrevista tiene ciertas características como: tema definido, que sea corta, precisa, ordenada, sin opinión o respuesta incluida, es así como un periodista abordó al técnico del Deportivo Pasto y le preguntó acerca de la campaña que realiza el club en el fútbol profesional: «Bien ¿Profe

*el Pasto tiene diecinueve puntos usted sabe que dependemos afortunadamente de nosotros para lograr la calificación, usted como mira esa opción para la sumatoria bien puede ser llegar a los veintiséis puntos o definitivamente optar por la victoria de los tres y garantizar la calificación, usted mira el panorama un poco sombrío o tiene mucho optimismo mucha fe para lograr la calificación profe?»*, en este caso el periodista se extiende en la pregunta, cuestiona las posibilidades que tiene el equipo matemáticamente para clasificar y plantea lo que tiene que hacer el técnico, como dijimos al principio una pregunta debe ser concreta, sin rodeos.

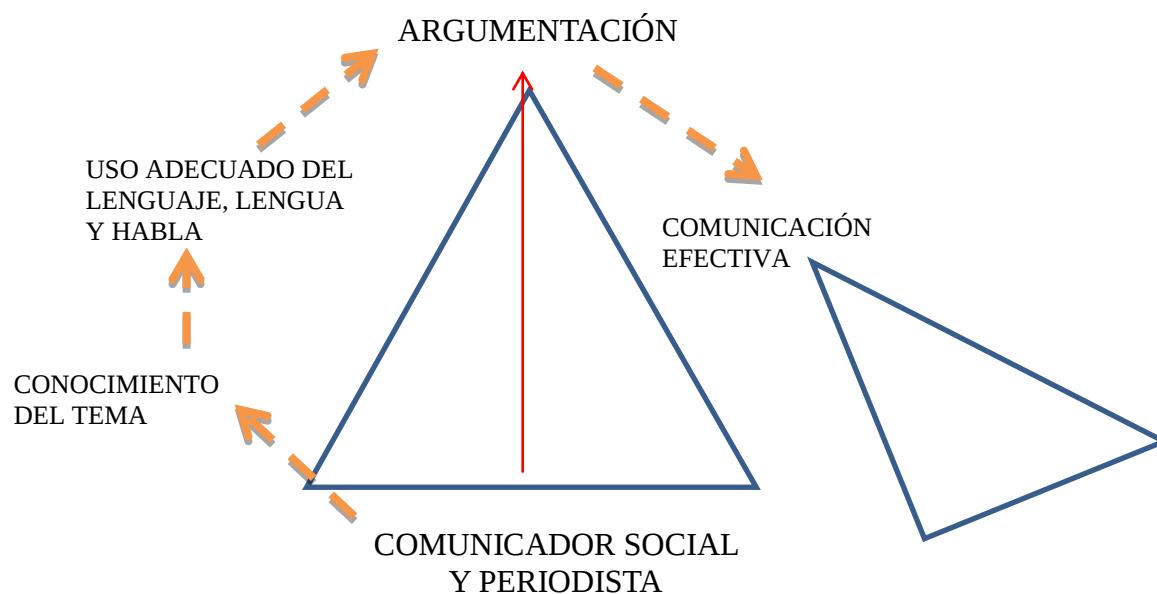
En el segundo interrogante formulado por el mismo periodista encontramos similares errores: *«¿Eso es cierto profe, y ya decíamos dependemos de nosotros mismos si el equipo logra sumar esos nueve puntos sería lo ideal y el equipo lograría la calificación, ya lo otro entraría a depender de otros resultados, por lo pronto el tema de Copa Postobón aunque se perfectamente que yo le apunto a los dos pero no es o no sería un poco más conveniente asegurar ese paso, ese tiquete a la gran final estando en la final no quiere decir que nos garantice ese tiquete, pero sería un poco la vida más corta, le apunta un poco más a Copa o a la liga Postobón profe?»*, lo anterior da muestra de la falta de orientación que el periodista tiene para realizar una entrevista porque inicia con una opinión personal, reflexiona acerca de las opciones que tiene el equipo estadísticamente para saltar a una siguiente fase en el campeonato y luego cambia de tema del torneo profesional pasa a la Copa Postobón, es de anotar que dentro del periodismo existen diferentes tipos de entrevistas como: entrevista de perfil o de personalidad donde se pueden incluir comentarios y descripciones, otro tipo de entrevista es de información, mixta entre otras, en este caso la entrevista no admite que quien pregunta exprese conceptos, además no hay claridad o continuidad en el tema propuesto y en algunas ocasiones el periodista tiene incluida la posible respuesta y una de las reglas del periodismo es cuestionar sin saber la réplica y es así como a lo largo de la entrevista encontramos esta clase de imprecisiones.

En el tercer interrogante el periodista comete los mismos errores, *»¿Profe Flavio el caso de Edwards y Giraldo usted los va a utilizar a los dos jugadores de entrada para el partido frente al Bucaramanga o dependerá del resultado de la primera para saber si los puede utilizar sobre todo a Edwards teniendo en cuenta la importancia de este partido profe?* Para la respectiva respuesta el técnico afirma: *»Yo pienso que la primera pregunta sería si los dos jugadores se encuentran físicamente bien».*

Es importante tener en cuenta que un emisor es también un educador de sus receptores, que debe tener conocimiento sobre un tema determinado, aplicar correctamente las herramientas que ofrece el periodismo porque el oyente cree y aprende de quien habla a través de los medios, por lo tanto es necesario incorporar dentro de estos proceso algunos cimientos teóricos que sirvan de modelo para orientar a los comunicadores sociales y periodistas, que edifique su propio conocimiento y a su vez le proporcione realizar sus habilidades actitudes y estilo, ya decía Buffon (Tomo XX , año 1909) *“el estilo es el hombre, todo estilo se va a identificar por la forma como aplicamos las distintas maneras de expresión”.*

Los comunicadores sociales y los periodistas de la radio en San Juan de Pasto tienen una inmensa responsabilidad con el manejo del idioma, con los conceptos, ideas, opiniones debates y controversias que se tornen en un espacio deportivo y todo se logra cuando se cumple con un adecuado proceso argumentativo. Por ello la tarea de construir nuevas didácticas que permitan mejorar las debilidades que presentan los comunicadores y los periodistas.

**Gráfica 4. Descripción de los Procesos argumentativos**



Fuente: esta investigación.

La gráfica indica que los comunicadores y periodistas sí cuentan con el conocimiento y dominio de los temas a tratar lograrán un buen uso del idioma, el lenguaje y la forma personal para expresarse, todo esto permitirá la construcción de un argumento fundamentado en el mensaje para luego comunicarlo a través de los medios radiales.

### **3. PROPUESTA**

#### **ESTRATEGIA DIDÁCTICA DE CUALIFICACIÓN EN LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS DIRIGIDO A COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO**

##### **3.1 PRESENTACIÓN**

La construcción de esta estrategia didáctica y pedagógica tiene como propósito aportarle a las universidades y a los gremios del deporte de Nariño una mejor formación académica en periodismo deportivo desde los procesos argumentativos. Las universidades hoy en día, deben darle un valor necesario y la prioridad a los esfuerzos de formación continua desde el aprendizaje que articula el conocimiento teórico con la referencia a la práctica que se quiere innovar.

Precisamente, en la búsqueda de un crecimiento en conocimientos y alta calidad educativa, se plantean elementos fundamentales para transformar de manera positiva la instrucción de comunicadores y periodistas al servicio de los medios radiales en Pasto.

Para la elaboración de esta estrategia fue primordial la información suministrada por los docentes de distintas instituciones de educación superior Universidad de Nariño, Universidad Mariana y la -UNAD- Universidad Nacional Abierta y a Distancia, quienes a través de una entrevista con preguntas abiertas permitieron dar a conocer las debilidades que se presentan en la enseñanza y formación de profesionales en el tema de la argumentación con énfasis en periodismo deportivo, además de dar aportes conceptuales para la construcción de la misma.

### 3.2 JUSTIFICACIÓN

Con base en el análisis de resultados de la presente investigación, se deduce que los comunicadores sociales y periodistas en su profesión u oficio no han respondido de forma favorable en el uso adecuado de los procesos argumentativos aplicables en su función de emisor en los medios radiales de Pasto.

En consecuencia, se presentan debilidades y dificultades en la acción comunicativa pero que a través de esta propuesta las convertiremos en retos y cambios favorables desde lo académico.

La siguiente propuesta entonces, permite reflexionar sobre el papel que pueden desempeñar las universidades y los gremios como la Asociación de cronistas deportivos de Nariño –ACORD- en la formación.

Por ello, para lograr una interacción más efectiva entre el conocimiento y el sistema social, cultural, educacional y ante todo en éste nuevo mundo de las globalizaciones y las tecnologías de las comunicaciones, cobra pleno sentido y gran importancia ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y formación continua de alto nivel académico.

Si bien, el tema que nos corresponde son los procesos argumentativos, donde se estudia, la expresión oral, el buen discurso éstos elementos se convierten en una necesidad de todo ser humano; sin duda alguna a lo largo de la historia el argumentar ha jugado un papel determinante en los procesos de interacción de los individuos. Niño (2008) expresa:

No cabe duda de que nos hallamos en la era de las comunicaciones, nunca antes en la historia de la humanidad se había usado tanto la palabra “comunicación, es foco de atención de las ciencias humanas, objeto de la investigación y medio de desarrollo social (p. 37).

En un alto porcentaje, el hombre no sabe expresarse asertivamente porque no cuentan con las habilidades para hacerlo, uno de los docentes abordados en esta investigación de

la Universidad Nacional Abierta y a Distancia sobre este tema manifestó: *«el manejo de la expresión corporal, considero dentro de mi experiencia que depende de la cultura, en Nariño todavía se trabaja un proceso donde culturalmente predomina la timidez, muy cerrado el estudiante, se está dando una apertura muy respetable pero se sigue dando una cierta timidez en el manejo de la expresión oral, entonces hay que repuntar mucho desde allí », « clave ahí es el buen uso del lenguaje como herramienta que necesitamos para formar y ser capaces de llegar de manera muy clara con los públicos, creo son dos debilidades que uno frecuentemente encuentra y especialmente en el área deportiva»*, por su parte una de las docentes se refirió a la nuevas tecnologías de la comunicación que no puede estar aislada a los procesos de formación desde lo argumentativo

Estamos en unos tiempos de vanguardia en el manejo de las TICS y se supone que los estudiantes que vienen a hacer el pregrado traen unas competencias en el manejo de éstas y no es así, los muchachos ven con grandes falencias la utilización de las TICS, esta serie de herramientas que les sirven como ayuda en su discurso oral, deben aplicarse y utilizarse en la academia

Si bien es cierto, las comunicaciones cada vez se van transformando y las universidades que trabajan con el programa de comunicación social están encaminadas a trabajar de forma conjunta. En éste contexto de construcción de una estrategia didáctica los docentes de las universidades opinaron acerca de las debilidades que tienen algunos estamentos en la formación de profesionales, sobre el tema un docente de la Universidad de Nariño expreso:

Argumentación, tanto en argumentación oral como en la argumentación escrita observamos que hay muchas fallas, en primer lugar porque el profesor no argumenta y por lo mismo, si no argumenta no va a enseñar a argumentar, a veces la gente por ejemplo; en lo que es lo escrito, escribe como habla, y ahí se presentan fallas porque se van haciendo más fuertes una serie de vocablos, expresiones, que realmente no responden a la sintaxis de la lengua castellana, entonces para mí lo fundamental es que la gente salga bien preparada, bien fundamentada en argumentación tanto en lo oral

como en lo escrito, la labor de la academia está en generar programas o currículos donde se trabaje la parte argumentativa, exclusivamente.

Por su parte otro docente plantea, *«Lo primero que se encuentra en todo profesional son los procesos lectoescritores, porque si la gente no sabe leer y escribir difícilmente va a argumentar»*, entonces el proceso escrito es básico para la formación argumentativa, es así como dos docentes entrevistados manifestaron acerca de la importancia del trabajo escrito: *« considero que las temáticas a trabajar desde el inicio son la escritura, con los procesos escriturales, se le brinda las herramientas para que ellos trabajen en un análisis del discurso»*, *«trabajar, un proceso basado en la producción de textos, apoyará el buen manejo argumentativo»* Con base en estos hallazgos y los aportes realizados por los distintos maestros, la estrategia didáctica de cualificación en los procesos argumentativos dirigido a comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio se plantea de la siguiente manera.

## **2.3 ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA**

### **2.3.1 INTRODUCCIÓN**

La formación continua es una necesidad logra una interacción más efectiva entre el conocimiento y el sistema social, cultural, educacional, por ello, cobra pleno sentido realizar los mayores esfuerzos por brindarle al comunicador social, al periodista y al personal interesado por el periodismo deportivo las oportunidades para desarrollarse con calidad en esta profesión.

Las universidades hoy en día se preocupan por brindar este espacio de formación continua, teniendo en cuenta que es un aprendizaje el cual articula el conocimiento teórico con la referencia a la práctica. Una estrategia didáctica se convierte en una herramienta porque permite mejorar la calidad educativa, orientada hacia los actores del hecho pedagógico como son los comunicadores sociales y periodistas deportivos.

En este contexto, la presente propuesta consiste en una estrategia didáctica con aportes en el tema de la argumentación oral, a partir de varios elementos como el contexto y los intereses de los profesionales y empíricos de la radio.

En este sentido, la propuesta propia del entorno educativo posibilitará mejorar la calidad y alcanzar un mayor nivel de conocimiento de quienes trabajan en el periodismo deportivo.

Es así, que dentro del proceso de aprendizaje, se han señalado varias formas apropiadas en la cual los individuos aprenderán las competencias argumentativas y desarrollaran las habilidades específicas para el desempeño profesional. En este orden de ideas, la estrategia a partir de un espacio de cualificación es la aplicación de un diplomado de educación continua para el perfeccionamiento, la actualización, capacitación, y formación en argumentación oral con énfasis en periodismo deportivo, diseñado en respuesta a las necesidades propias de la investigación. Este diplomado está encaminado a la resolución de problemas que presentan los comunicadores sociales y periodistas en su desempeño; el propósito es desenvolver en ellos destrezas en el manejo de programas informar acerca de la actividad deportiva de carácter profesional y aficionada.

### **2.3.2 JUSTIFICACIÓN**

En la nueva concepción del aprendizaje, se procura que la educación sea abierta y en éste proceso los comunicadores sociales y periodistas juegan papel importante, hoy los medios masivos de comunicación están sometidos a constantes transformaciones a partir de lo tecnológico y el desempeño de quienes funcionan en ellos. El aprendizaje en los comunicadores sociales y periodistas está en procesar nuevos conocimientos, considerar las nuevas ideas y tener acceso a la información-

Entonces dentro de este proceso se encuentra la didáctica como aspecto indispensable dentro del contexto educativo. Es importante lo expresado acerca de la didáctica por Alarcón & Montenegro (2000):

Es un campo donde se refleja la competencia del docente. Se tienen en cuenta cinco líneas de trabajo: ciencia y tecnología, lenguaje y comunicación, desarrollo social, desarrollo artístico y desarrollo biofísico. En cada una de estas líneas se ubican las áreas de trabajo académico junto con los proyectos pedagógicos. (p. 14)

Es decir, la didáctica permite a través de la investigación estipular elementos acordes al proceso de formación de los comunicadores sociales y periodistas deportivos. Esto da como resultado la elaboración de una estrategia didáctica de cualificación en los procesos argumentativos que contiene sus bases teóricas, lineamientos metodológicos que orientan la forma del cómo se aplicará.

### **2.3.3 OBJETIVOS DEL DIPLOMADO**

#### **✓ Objetivo general**

Ofrecer herramientas esenciales desde el conocimiento teórico y práctico para mejorar la calidad en los procesos argumentativos de los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto

#### **✓ Objetivos específicos**

- Explorar los ámbitos temáticos deportivos para mejorar la calidad en los procesos argumentativos de los comunicadores sociales y periodistas de la radio en San Juan de Pasto.

- Contribuir al desarrollo de las competencias argumentativas en los comunicadores sociales y periodistas deportivos

### 2.3.4 NIVEL METODOLÓGICO

Este nivel ofrece a la estrategia la forma de cómo desarrollarse. Presenta las opciones a seguir para la puesta en marcha de la propuesta. De tal modo que el nivel metodológico lo compone los siguientes elementos:

La estrategia de cualificación didáctica considera como punto de inicio para la realización del diplomado, abordar las necesidades y las expectativas de los comunicadores sociales y periodistas deportivos en cuanto a las temáticas que se deben estudiar. Este aspecto es de suprema importancia porque se brindará un clima de interés a los participantes, en éste sentido se organizan los contenidos a enseñarse y el objeto de estudio durante el lapso académico.

✓ **Desarrollo Didáctico:** En esta unidad tanto las estrategias de enseñanza como las de evaluación pueden ser utilizadas durante el diplomado. Las estrategias de enseñanza propuestas en el modelo son:

✓ **La evaluación:** se considera de gran importancia que la estrategia didáctica que se propone en esta investigación debe estar sometida a una constante revisión la cual permita evaluar su efectividad tanto en el nivel conceptual como el metodológico. En tal sentido, se considera que el modelo es susceptible de modificaciones constantes y así garanticen el adecuado desarrollo del diplomado direccionado a comunicadores sociales, periodistas además de permitir la inclusión de personas que demuestren su interés por este género periodístico.

La evaluación debe ser ejecutada por los docentes en cuanto a la efectividad de la estrategia, contenidos e impacto educativo. Además de considerar los avances

metodológicos y conceptuales a realizarse en el área. Esta estrategia se considera como la opción más apropiada porque se generan espacios de reflexión, se propone diversos escenarios para el dinámico y buen desarrollo del diplomado.

## **2.4 EJES TEMÁTICOS DE LA ESTRATEGIA DIDÁCTICA DE CUALIFICACIÓN EN LOS PROCESOS ARGUMENTATIVOS**

### **A. Bases teóricas de la argumentación en el periodismo deportivo**

Está constituido por unidades orientadas en el cómo desarrollar los procesos argumentativos, entre estos se encuentran: la teoría de la argumentación con énfasis en el deporte, componentes básicos del proceso argumentativo, manejo del discurso en el deporte, terminología deportiva, este nivel se construye a partir de una revisión bibliográfica.

### **B. El deporte y los medios de comunicación radial**

Fundamentos del periodismo deportivo, calidad de la información que se transmite por los medios radiales, eficacia y criterio del periodista y del comunicador social.

### **C. Prácticas y aplicación del periodismo deportivo**

La propuesta se impregna con diversas actividades, discusiones y reflexiones que propician una nueva visión del conocimiento estudiado en el diplomado, una nueva forma de ver los contenidos desde la práctica en los campos deportivos y la construcción de esos conocimientos para luego ser difundidos por los medios radiales.

#### **2.4.1 TEMAS PRINCIPALES:**

La estrategia desarrollará temáticas de interés distribuidas así:

## **Parte 1. La Argumentación y la investigación.**

**Argumentación:** La argumentación desde la teoría, explicará inicialmente el significado, la importancia y los elementos a profundidad básicos para la construcción de un buen argumento o razonamiento, donde el comunicador o periodista deportivo encuentre la validez y los soportes teóricos necesarios para defender una posición.

**Investigación:** La investigación le permite al hombre construir el conocimiento, los conceptos, interpretar las teorías, de allí que es importante enseñarle y motivar al estudiante a averiguar, preguntar, indagar un determinado tema.

### **Procesos argumentativos**

**Componentes del proceso argumentativo:** La investigación propone enseñar y diferenciar los tres componentes básicos del proceso argumentativo y que adquieren un significado especial en la utilización y su aplicación, éstas son: la descripción, exposición y la narración.

**Descripción:** Desde la pedagogía y la didáctica con base en los autores, se le explicará y definirá al estudiante la descripción como un componente del proceso argumentativo y se desarrollará desde la teoría y la práctica ejercicios orales y escritos que le posibilite coordinar, ordenar, detallar y encontrar la versatilidad, la agilidad y las razones suficientes para abordar una noticia, un acontecimiento, un suceso entre otros, dentro del periodismo deportivo.

**Exposición:** con base en los autores se le definirá al estudiante el componente de la exposición, la importancia, la aplicación en la elaboración de un argumento, y desarrollará desde la teoría y la práctica ejercicios orales y escritos con base en noticias, acontecimientos, sucesos entre otros, dentro del periodismo deportivo.

**Narración:** Desde la teoría se le definirá al estudiante el componente narrativo, la importancia, la aplicación en la elaboración de un argumento y desarrollará desde la teoría y la práctica ejercicios orales y escritos que le den las herramientas para ir construyendo la teoría con la descripción, la exposición y lo narrativo.

Finalmente este trabajo propiciará la eficiencia, claridad y precisión en la elaboración de una noticia, un acontecimiento, un suceso, una transmisión en el campo del periodismo deportivo.

## **Parte 2. Niveles conceptuales**

**Manejo del discurso en el deporte:** Se definirá y enseñará el concepto de discurso entendido éste como una reflexión, como la transmisión de un saber y qué papel juega dentro del proceso argumentativo.

**Terminología deportiva:** Es relevante que el estudiante cuente con unos conceptos teóricos fundamentales del periodismo deportivo, así como la economía, el derecho, la medicina, la música, la filosofía y la agronomía, manejan su propia terminología, lo mismo sucede con el periodismo deportivo. El fútbol un deporte tan universal goza de una terminología única de su disciplina, el ciclismo, el baloncesto y demás modalidades de la actividad física, el propósito es brindarle al estudiante herramientas para su ejercicio profesional dentro del periodismo deportivo.

**Lectoescritura:** El principal insumo del comunicador y periodista es la lectura y la escritura. Manejar la argumentación desde la producción textual es importante, a partir de ello se enseñará la lectoescritura basada en un periodismo ágil, práctico, la comunicación escrita ayuda a la reflexión razonada, evita repeticiones y redundancias se selecciona el mejor lenguaje, e irá de la mano con la comunicación oral que es espontánea y más dinámica

### **Parte 3. Hacia la práctica**

**Talleres didácticos escritos en periodismo deportivo:** La utilización de talleres prácticos en la escritura, la redacción constante de noticias, informes, la escritura en los géneros periodísticos, la aplicación de los componentes descripción, exposición, narración, la investigación, conllevan a un mejor proceso argumentativo. Es de recoger la frase que dice que el que escribe bien hablará bien.

**Talleres didácticos en los procesos argumentativos en el periodismo deportivo:** Desarrollo de talleres orales y la praxis del proceso argumentativo a partir de los componentes descripción, exposición y narración, se desarrollarán ejercicios prácticos de expresión corporal, desarrollo en clase de discursos donde se maneje la improvisación o a partir de lecturas y bases de contenidos propender por los diálogos y así los estudiante tengan la posibilidad de opinar, crear un propio criterio. La utilización de exposiciones enriquece mucho al estudiante en la pérdida del temor y la ganancia en la propiedad de expresión y por ende en el dominio de un determinado tema. La elaboración de programas deportivos que permita la actividad periodística del narrador, un comentarista, los reporteros y se pueda aplicar los diálogos y los debates deportivos.

**Práctica en los medios radiales de Pasto:** Es valiosa y conveniente la práctica que el estudiante hace en el medio radial porque es la puesta en escena real de sus opiniones, raciocinios, argumentos, es la teoría dicha en el ejercicio profesional. Si el estudiante cuenta con los instrumentos bien cimentados dados por el docente estará apto y listo para afrontar con conocimiento ética y criterio desde su academia un periodismo deportivo radial exitoso.

Es necesario que en este espacio de práctica reflexionemos sobre el comunicador y el periodista empírico Serna (1996) dice: *“que la experiencia del empírico es algo tan valioso que no se puede despreciar, pero para que el empírico pueda sistematizar su*

*experiencia debe conocer algunas disciplinas académicas, que le servirán de soporte a ese don natural o a esa experiencia”* (p.16), y sin lugar a dudas la argumentación es la base de un buen comunicador social.

Por ende, el diplomado permitirá promover y desarrollar la capacitación para el mejor desempeño de los profesionales, periodistas vinculados al medio radial como también el público en general interesado por estos temas del deporte.

### **Modalidad del diplomado**

El diplomado será administrado de manera presencial, es decir que se requiere la asistencia de participante y del facilitador a un ambiente de aprendizaje para el desarrollo de las actividades académicas planificadas.

### **Personal docente**

Hoy en día el docente debe tener la capacidad para desarrollar sus prácticas pedagógicas, consideramos importante su grado de formación (pregrado, especialización, maestría), idóneo en el tema de la comunicación, conocimiento acerca de la formación en argumentación, generador de un ambiente para el aprendizaje a través de la interacción efectiva entre los actores y su contexto. Que sea un evaluador permanente de los resultados obtenidos en el desarrollo del diplomado en estudio.

Es decir, el docente debe convertirse en un experto que domine los contenidos planificados (pero es flexible), fomenta la búsqueda de la novedad: curiosidad intelectual, originalidad que cuente con la capacidad para desarrollar en cada uno de los participantes actitudes positivas y los valores. Como docente debe tener un modo abierto y crítico, estar dispuesto al aprendizaje continuo y a la actualización permanente, emplear recursos relacionados con los contenidos de su asignatura y nuevas estrategias didácticas de la enseñanza.

## Evaluación docente

Se realizará a partir de trabajos en clase, se evaluará el trabajo práctico realizado por los participantes del diplomado en los medios de comunicación como están determinados en las temáticas a desarrollar.

Además se propiciarán espacios de debate, diálogos que permitan fortalecer las competencias argumentativas y que serán evaluadas.

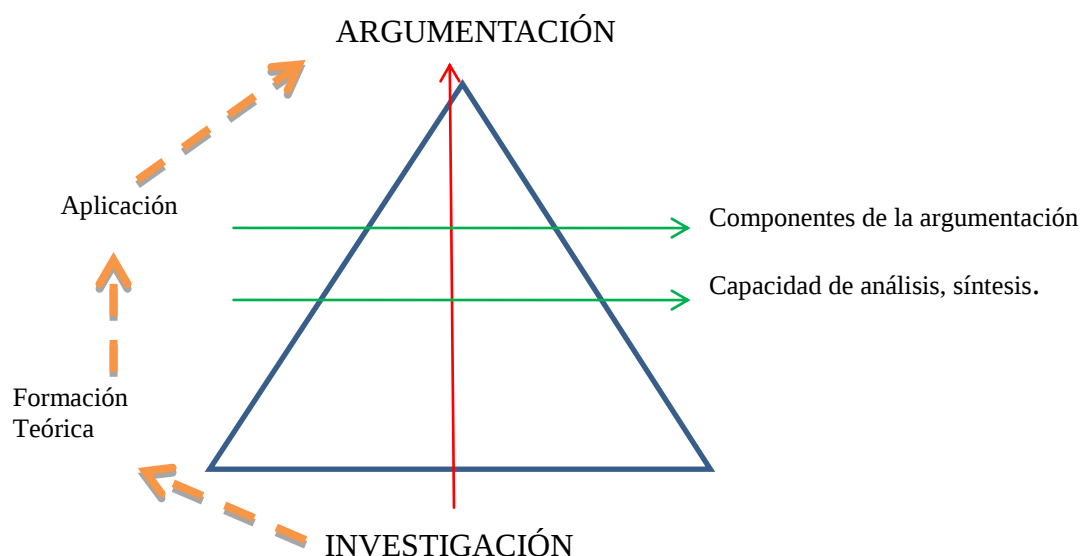
## Credencial que otorga

Al participante que cumpla con los requisitos académicos exigidos se le otorgará un diploma como certificación de haber adquirido las competencias correspondientes.

## Duración del diplomado

Intensidad Horaria: 120 horas

## Gráfica 5. Estrategia desde la formación teórica



Fuente: esta investigación

## FORMACIÓN TEÓRICA

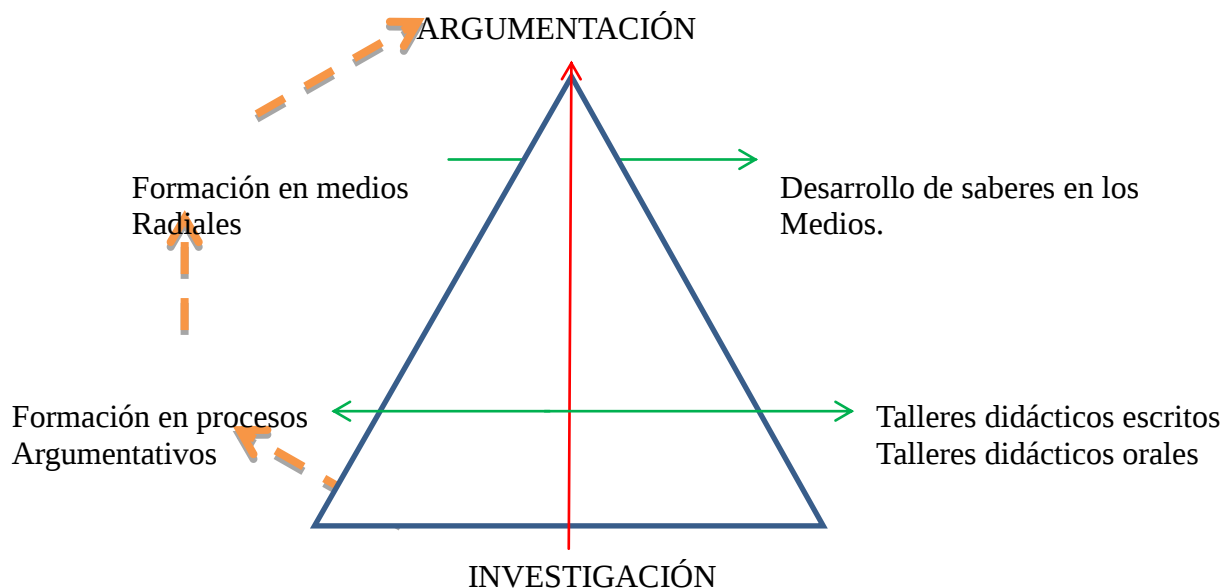
1. Teoría de la argumentación
  - ✓ Manejo del discurso
  - ✓ Terminología deportiva
  - ✓ Lectoescritura

de los conceptos, significados y aplicaciones de los componentes fundamentales del proceso argumentativo, la descripción, la exposición y la narración.

La investigación permitirá además desarrollar la capacidad de análisis, raciocinio, síntesis, la reflexión de los hechos o sucesos generados en el ejercicio profesional del periodismo deportivo de la radio de San Juan de Pasto

Todo con base en una propuesta de cualificación didáctica encaminado al fortalecimiento y mejoramiento de la calidad profesional de los actores de la radio.

### Gráfica 6. Estrategia desde la formación práctica



Fuente: esta investigación

## FORMACIÓN PRÁCTICA

1. Talleres didácticos en escritura
2. Talleres didácticos en argumentación
3. Práctica radial
4. Práctica radial y resultados

La gráfica muestra la investigación como fundamento del proceso argumentativo en la formación y comunicación del campo periodístico en el deporte, a través de una estrategia pedagógica y didáctica con la elaboración de talleres escritos y orales con la práctica en el manejo del discurso, el debate sustentado, la improvisación con criterios propios del estudiante en formación, el desarrollo de una buena lectoescritura orientado hacia la práctica radial en los medios de comunicación en San Juan de Pasto.

La práctica se constituye en un campo de gran importancia en los procesos académicos basada en la indagación y presentación de información de interés general y que influye en las disposiciones de la comunidad a través de la puesta en escena de la opinión pública.

En el caso del periodismo radial los mensajes que se elaboran y presentan están determinados por el lenguaje, los géneros periodísticos: entrevistas, crónicas, reportajes, entre otros. Por lo anterior, es de suma importancia que los estudiantes aprendan los contenidos determinados por el periodismo radial para abordar este ámbito de la comunicación y manejo mediático, su influencia en la sociedad y su responsabilidad

## CONCLUSIONES

La argumentación es un elemento fundamental para el ejercicio periodístico de los comunicadores sociales y periodista deportivos. Es importante cultivar en ellos un alto nivel de exigencia en el desarrollo de su profesión u oficio bajo la responsabilidad el compromiso y la ética con los oyentes.

El desarrollo de la competencia argumentativa y conocimientos pedagógicos sólidos en los comunicadores sociales y periodistas harán posible que se sientan poseedores y constructores de un saber básico de su profesión, lo que les permitirá desplegar un sentido de pertenencia frente a su quehacer diario de informar a través de los medios radiales.

La recolección de la información posibilitó corroborar que el planteamiento del problema ¿cómo son los procesos argumentativos que emplean los comunicadores sociales y periodistas deportivos en el medio radial de San Juan de Pasto? existen grandes dificultades, y éstas son de orden discursivo, de conocimiento, conceptos, significados, y de aplicación al ejercicio periodístico en la transmisión de mensajes. Por lo tanto el estudio permitió la elaboración de una estrategia pedagógica y didáctica encaminada a formar a los profesionales de la radio en el campo del periodismo deportivo.

La investigación con relación al proceso argumentativo, la tendencia dominante en los comunicadores sociales y periodistas deportivos de la radio en Pasto, es que a pesar de los modos y formas como lo aplican no es el más adecuado, existen dificultades en la construcción de conocimiento, falta investigación para la elaboración de una acertada información.

Dentro de los espacios deportivos constituidos por los distintos grupos de periodistas y comunicadores sociales en la radio de Pasto, es necesario un cambio en la estructura informativa, se planifique, ordene e investigue la construcción de las noticias y el desarrollo de debates, diálogos o discusiones que se propician al interior del programa como también en la retroalimentación que se genera con la audiencia.

Se presentan entre los comunicadores sociales y periodistas debilidades en la aplicación de los componentes básicos de un proceso argumentativo, la descripción, exposición y narración considerados como elementos básicos para desarrollar un buen uso de la lengua, mejora el proceso de informar y hace mas efectiva la actividad comunicativa en el campo deportivo.

A nivel de los propósitos formativos, la investigación busca recorrer un camino de innovación que conduzca a construir una comunicación diversa, dinámica, de opciones y formación para comunicadores, periodistas y personal que esté interesado en el periodismo deportivo, a través de una estrategia didáctica de educación continua será determinante el concurso de las universidades y gremios deportivos existentes en el medio.

***Razón por la cual, se recomienda:***

Es importante que la formación pedagógica y didáctica proporcione condiciones y ambientes que ayuden a los comunicadores y periodistas a desarrollar un espíritu investigativo, en un contexto de oportunidades para buscar información, responder a preguntas, indagar sobre ideas a través de un proceso que posibilite la adecuada aplicación y una mejor calidad del periodismo deportivo en los medios radiales de Pasto.

La argumentación es un tema tan amplio de exploración, que sería importante que nuevos investigadores continúen estudios en éste campo para que contribuyan al

mejoramiento en la producción de los programas deportivos y manejo idóneo de los medios de comunicación en Pasto.

## BIBLIOGRAFIA

- ALARCÓN, Guillermo José, MONTENGERO, Ignacio Abdón (2000). *Competencias Pedagógicas. Autoevaluación docente*. Bogotá-Colombia. Ed. Nomos S.A.
- ARTEAGA ROSERO, Ramiro (1996). *Historia de la Radio en Nariño. Colombia: Imaginación*. S.A.
- BAENA PAZ, Guillermina. (1998). *Método del discurso científico*. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial.
- CARRIÓN, Fernando, (2006). *Fútbol y sociedad*. Ecuador: Imprenta Mariscal.
- CASSANY, Daniel. (1989). *Describir el escribir: como se puede aprender a escribir*. Barcelona: Ed. Paidós.
- CHULIÁ, Elisa. (2001). *El poder y la palabra*. Madrid (España): Ed. Biblioteca Nueva.
- CH, Perelman, L, Olbrechts. (1989). *Tratado de la Argumentación*. (Traducción en español de Julia Sevilla Muñoz). Madrid (España): Ed. Gredos.
- DE ZUBÍRIA SAMPER, Julián. (2006). *Las Competencias Argumentativas*. Bogotá: Ed Magisterio.
- FONSECA YERENA, María del Socorro. (2005). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: S.A. de CV. Pearson Educación.
- FUENTES DE LA CORTE, Juan Luis. (2004) *Comunicación estudio del lenguaje*, Segunda edición. Graficas Marmol. S.L Barcelona, España.
- H. VAN EEMEREN, Frans, GROOTENDORST, Rob (1992) *Argumentación, Comunicación y Falacias, Una Perspectiva Pragma-Dialéctica*. Ed. Universidad Católica de Chile. Chile traducción Celso López Saavedra, Ana María Vicuña Navarro.
- JURGER, Habermas. (2003). *Teoría de la Acción Comunicativa I*. México: Grupo Santillana cuarta edición.
- JURGER, Habermas. (2003). *Teoría de la Acción Comunicativa II*. México: Grupo Santillana cuarta edición.

- KATHLEEN KELLEY, Reardon. (1981). *La persuasión en la comunicación teoría y contexto*. Barcelona. Iberica. Ed Paidos.
- KINTTO, Lucas (2006). *Con sabor a gol. Futbol y periodismo*. Quito Ecuador: Imprenta Mariscal. Segunda edición.
- MIRANDA ALONSO, Tomás. (1995). *El Juego de la Argumentación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- MOESCHLER, Jacques. (1985). *Argumentation et conversation*. Paris: Hatier.
- NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. (2003). *Competencias en la comunicación*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. (2004). *Semiótica y Lingüística*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- PAREDES P, Ligia Marina. (1996). *Lenguaje y cultura I Oralidad y escritura*. Santa fe de Bogotá: Ediciones Hispanoamericanas.
- PUCHOL, Luis. (2004) *Hablar en público. Nuevas técnicas y recursos para influir a una audiencia en cualquier circunstancia*. Ed. Díaz de Santos S.A.
- ROIZ, Miguel. (2002) *La Sociedad Persuasora. Buenos Aires. Control cultural y comunicación de masas*. Buenos Aires. Ed. Paidos.
- QUIMBAY LIEVANO, Luis. (1995). *Lenguaje comunicación y narración oral*. Bogotá. Ed. Hispanoamericanas.
- RAMIREZ BRAVO, Roberto. (2000). *Breve Historia y Perspectiva de la Argumentación*. Pasto (Nariño): Ed. Universitaria Universidad de Nariño.
- ROSALES, Carlos. (1987). *Didáctica de la Comunicación Verbal*. Madrid: Notigraf. S.A San Damalcio Madrid 2º edición.
- SERNA URREA, José Manuel (1996). *Sociolingüística de la comunicación*. Santa Fe de Bogotá. Ed. Arfo Ltda.
- TEUN VAN DIJK (1983). *Estructuras y funciones del discurso*. Segunda edición. Editores Melo S.A.
- WESTON, Anthony. (2005). *Las claves de la argumentación*. España. Ed. Ariel, S.A.
- YARCE, Jorge. (2008). *Comuníquese efectivamente, hablar en público es fácil, usted puede*. Bogotá: Primera Edición en Panamericana Editorial Ltda.

ZUÑIGA PORTILLA, Oscar Armando (2010) Tesis “Los Sentidos otorgados a la  
“comunicación social” y al “periodismo” por parte de la sociedad pastusa

## **CIBERGRAFIA**

CARRILLO GUERRERO, Lázaro. (1997). en Izro@msn.com Lázaro Carrillo Guerrero.  
Recuperado 9 de agosto de 2011

RODRÍGUEZ, Jhonny Alexander. (2008). en Jhonny <http://www.javeriana.edu.Co/biblos/tesis/comunicación/tesis217>. Recuperado 9 de agosto 2011

MORALES OJEDA, Diego Mauricio. (2010). en [http://www.usergioarboleda.edu.co/investigacion-comunicacion/documentos-\\_edicion\\_1/periodismo-deportivo](http://www.usergioarboleda.edu.co/investigacion-comunicacion/documentos-_edicion_1/periodismo-deportivo).  
Recuperado 17 agosto 2011

[http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones\\_en\\_Colombia](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones_en_Colombia). Recuperado 17 de agosto 2011.

# ANEXOS

**ANEXO A.**  
**GUIÓN DE ENTREVISTA**  
**PARA PERIODISTAS DEPORTIVOS DE LA RADIO EN SAN JUAN DE**  
**PASTO. EMISORAS RCN, COLMUNDO Y FIEBRE DE FÚTBOL CANAL CNC.**

|                       |             |  |                   |
|-----------------------|-------------|--|-------------------|
| Nombre                |             |  |                   |
| Campo de formación    |             |  |                   |
| Medio de comunicación |             |  |                   |
| Fecha:                | Hora Inicio |  | Hora Finalización |

**ASPECTOS GENERALES**

1. Formación académica
2. Campo de trabajo
3. Experiencia en medios de comunicación radial

**PROPÓSITOS A ALCANZAR**

Para el primer objetivo Identificar los procesos argumentativos en los Comunicadores sociales y Periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto se elaboro una pregunta abierta y a profundidad.

4. ¿Qué entiende por procesos argumentativos?
5. ¿Encuentra usted alguna diferencia entre un periodista y un comunicador social, en la aplicación del proceso argumentativo?

Para alcanzar el segundo objetivo Reconocer las principales dificultades que presentan en los procesos argumentativos los Comunicadores sociales y Periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto.

En la investigación se plantean cuatro componentes básicos del proceso argumentativo que son la descripción, la exposición, la narración y la argumentación, a partir de estas cuatro categorías se le formula al periodista las cuatro preguntas concretas y a profundidad

6. ¿Existen tres componentes básicos para desarrollar un proceso argumentativo, la primera es la descripción, que entiende usted por este componente?
7. ¿El segundo componente es la exposición, su concepto?
8. ¿El tercer componente la narración?

**ANEXO B.**

**GUIÓN DE ENTREVISTA  
PARA LOS COMUNICADORES SOCIALES DEPORTIVOS DE LA RADIO EN  
SAN JUAN DE PASTO. EMISORAS RCN, COLMUNDO Y FIEBRE DE  
FÚTBOL CANAL CNC.**

|                       |             |  |                   |
|-----------------------|-------------|--|-------------------|
| Nombre                |             |  |                   |
| Campo de formación    |             |  |                   |
| Medio de comunicación |             |  |                   |
| Fecha:                | Hora Inicio |  | Hora Finalización |

**ASPECTOS GENERALES**

1. Formación académica
2. Campo de trabajo
3. Experiencia en medios de comunicación radial

**PROPÓSITOS A ALCANZAR**

Para el primer objetivo Identificar los procesos argumentativos en los Comunicadores sociales y Periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto se elaboro una pregunta abierta y a profundidad.

4. ¿Qué entiende por procesos argumentativos?
5. ¿Encuentra usted alguna diferencia entre un periodista y un comunicador social, en la aplicación del proceso argumentativo?

Para alcanzar el segundo objetivo Reconocer las principales dificultades que presentan en los procesos argumentativos los Comunicadores sociales y Periodistas deportivos de la radio en San Juan de Pasto.

En la investigación se plantean cuatro componentes básicos del proceso argumentativo que son la descripción, la exposición, la narración y la argumentación, a partir de estas cuatro categorías se le formula a los comunicadores sociales las cuatro preguntas concretas y a profundidad

1. ¿Existen tres componentes básicos para desarrollar un proceso argumentativo, la primera es la descripción, que entiende usted por este componente?
2. ¿El segundo componente es la exposición, su concepto?
3. ¿El tercer componente la narración?

**ANEXO C.**

**GUIÓN DE ENTREVISTA**  
**PARA DOCENTES DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y**  
**DOCENTES GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN ARGUMENTACIÓN.**  
**UNIVERSIDADES, UNAD, UNIVERSIDAD DE NARIÑO Y UNIVERSIDAD**  
**MARIANA.**

|                          |             |  |                   |
|--------------------------|-------------|--|-------------------|
| Nombre                   |             |  |                   |
| Campo de formación       |             |  |                   |
| Universidad donde labora |             |  |                   |
| Programa                 |             |  |                   |
| Fecha:                   | Hora Inicio |  | Hora Finalización |

**ASPECTOS GENERALES**

1. Formación académica
2. Experiencia docente Universitaria
3. Asignatura
4. Semestre

**TEMA: EL COMUNICADOR Y EL PERIODISTA**

5. ¿Que diferencia encuentra usted entre un comunicador social y un periodista?

**TEMA: CONTENIDOS TEMATICOS**

6. ¿Que contenidos temáticos considera usted son importantes incluir en la formación del estudiante desde el proceso argumentativo?
7. ¿Los que usted mencionó en que contribuyen?

**TEMA: ENFOQUES TEORICOS**

8. ¿Qué autores son pertinentes en la enseñanza y formación del estudiante en el proceso argumentativo?

**TEMA: ESTRATEGIA DIDACTICA Y PEDAGÓGICA**

9. ¿Qué metodologías se pueden implementar en la enseñanza del estudiante en la formación argumentativa como componente esencial en el ejercicio periodístico en el campo del deporte?

**ANEXO D**  
**REVISIÓN DE DOCUMENTOS PROGRAMAS RCN (LOS CAMPEONES Y**  
**LOS DUEÑOS DEL BALÓN), COLMUNDO Y FIEBRE DE FÚTBOL CANAL**  
**CNC.**

|                                                                                                                                   |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del programa                                                                                                               |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
| Integrantes del programa                                                                                                          |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
| Campo de formación                                                                                                                |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
| Medio de comunicación                                                                                                             |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
| Fecha:                                                                                                                            | Hora Inicio |                                | Hora Finalización                                                                                                |                                                                                                                        |
| <p><b>ASPECTOS GENERALES DE LOS INTEGRANTES</b></p> <p>1. Formación académica</p> <p>2. Experiencia en medios de comunicación</p> |             |                                |                                                                                                                  |                                                                                                                        |
| <b>DURACIÓN DEL PROGRAMA Y MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>                                                                              |             | <b>ESTRUCTURA DEL PROGRAMA</b> | <b>CONTENIDOS DE ANALISIS</b>                                                                                    | <b>DESARROLLO DE CONTENIDOS</b>                                                                                        |
| Duración                                                                                                                          | Medio       | Secciones                      | Objetivo de la sección                                                                                           | Manejo de temáticas                                                                                                    |
|                                                                                                                                   |             | Entrevistas                    | Tema, propósitos.                                                                                                | Manejo y orientación de cuestionario.                                                                                  |
|                                                                                                                                   |             | Invitados en vivo              | Tema específico, finalidad del personaje invitado.                                                               | Como abordan al invitado, si existe previa preparación, uso del lenguaje, planificación de preguntas.                  |
|                                                                                                                                   |             | Noticias                       | Información, documentación, investigación, redacción, argumentación de los hechos o acontecimientos.             | Fue asertiva, clara, precisa, veraz, responsable, justificada.                                                         |
|                                                                                                                                   |             | Debates, diálogos, polémicas   | Elaboración de contenidos, Manejo del discurso, opiniones, estudio de los fundamentos y los conceptos expuestos. | Argumentos, discurso, conocimiento del tema, existe investigación y apropiación del asunto o, situación en desarrollo. |
|                                                                                                                                   |             | Twitter                        | Manejo de la información a través de Twister.                                                                    | Como se realiza la retroalimentación.                                                                                  |

## ANEXO E

| METACATEGORIA                                        | CATEGORIA             | PREGUNTA                                                                                                                                           | POBLACIÓN          | INDICADORES                                                       |
|------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------|
| PROCESOS ARGUMENTATIVOS EN EL EJERCICIO PERIODISTICO | FUNDAMENTO CONCEPTUAL | ¿Qué entiende por procesos argumentativos?                                                                                                         | COMUNICADOR SOCIAL | No conocen con claridad el significado del proceso argumentativo  |
|                                                      |                       | ¿Encuentra usted alguna diferencia entre un periodista y un comunicador social, en la aplicación del proceso argumentativo?                        |                    | Se reduce a la formación académico y lo empírico                  |
|                                                      |                       | ¿Existen tres componentes básicos para desarrollar un proceso argumentativo, la primera es la descripción, que entiende usted por este componente? |                    | Existe desconocimiento en los conceptos de las cuatro categorías. |
|                                                      |                       | ¿El segundo la exposición, le tercero es la narración?                                                                                             |                    | No existe precisión en las respuestas.                            |

## ANEXO F.

| METACATEGORIA                                        | CATEGORIA             | PREGUNTA                                                                                                                         | POBLACIÓN | INDICADORES                                                                    |
|------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|
| PROCESOS ARGUMENTATIVOS DESDE LA FORMACIÓN ACADEMICA | FUNDAMENTO CONCEPTUAL | ¿Qué diferencia encuentra usted entre un comunicador social y un periodista?                                                     | DOCENTES  | Se remite a la formación desde el aula y la experiencia a partir del empírico. |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Procesos lectoescritores                                                       |
|                                                      |                       | ¿Qué contenidos temáticos considera usted son importantes incluir en la formación del estudiante desde el proceso argumentativo? |           | No existe un buen manejo del discurso                                          |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Es necesaria una práctica adecuada en los medios de comunicación radial.       |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Es preciso un cambio en el plan de estudios                                    |
|                                                      |                       | ¿Qué autores son pertinentes en la enseñanza y formación del estudiante en el proceso argumentativo?                             |           | Autores desde los clásicos, filosofía de la argumentación.                     |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Teorías de la argumentación                                                    |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Discurso y poder                                                               |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Desarrollo de talleres teórico-prácticos.                                      |
|                                                      |                       |                                                                                                                                  |           | Manejo de la didáctica en la comunicación                                      |