

**Propuesta de diseño de una sección de noticias Positivas para
Noticias Telemedellín.**

**Trabajo de grado para optar por el título de
Comunicadora y Periodista**

Susana Grisales Vélez

**Asesor
Diego Alonso Sánchez Sánchez
Comunicador Social y Periodista, Especialista en Mercadeo**

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas – Antioquia
2018**

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Resumen | 4 |
| Introducción | 6 |
| Misión de Teledellín | 6 |
| Visión de Teledellín | 6 |
| Justificación | 7 |
| Impacto científico y tecnológico | 7 |
| Impacto social y económico | 8 |
| Objetivos..... | 10 |
| Objetivo general | 10 |
| Objetivos específicos | 10 |
| Marco teórico | 11 |
| Psicología positiva..... | 11 |
| Televisión pública..... | 14 |
| Noticieros | 23 |
| Secciones de noticieros | 25 |
| Metodología | 29 |
| Técnicas..... | 29 |
| Observación participante | 29 |
| Resultados..... | 31 |
| Conclusiones y recomendaciones | 33 |

Propuesta Área de buenas noticias 35

Referencias..... 39

Resumen

El 7 de diciembre de 1997, Telemedellín tiene su primera transmisión. En esta etapa, el canal contaba con 4 horas de programación diarias. Esta entidad pública conformada con socios como la Alcaldía de Medellín, EPM, Área Metropolitana, Inder, Empresas Varias e ITM, comienza como una idea de canal educativo que permitiera facilitar la educación a distancia.

Desde 2004, la programación de Telemedellín pasa a ser de 24 horas, lo que significa en ese entonces un crecimiento y una gran responsabilidad. Actualmente, el canal cuenta con el reconocimiento U.S Green Building Council, es decir, una certificación oro a las construcciones ambientalmente sostenibles. El lugar donde funciona su sede fue pensado estratégicamente para verse como un canal cercano a la ciudadanía, que permita que la esencia de canal público local se refleje en todas sus esferas.

Desde sus inicios, Noticias Telemedellín fue creada para darle un valor agregado al canal en temas informativos y de educación, teniendo en cuenta que el público objetivo del mismo son los habitantes y residentes de Medellín y del resto de municipios del Área Metropolitana, aunque intentando impactar a otras zonas del país.

Cabe resaltar que, dentro de la parrilla televisiva de los canales, los noticieros son una parte fundamental y deben ser tenidos en cuenta de una manera integral. Para ello se hace necesario entonces dar a conocer las emisiones de una manera segmentada con el fin de darle orden en el imaginario de la audiencia a lo que en el momento está recibiendo. Una sección de Noticias Positivas que abarque los diez municipios del Área Metropolitana trata en sí de dejar a un lado el pesimismo

habitual que generan las noticias en Colombia, demostrando que sí puede haber otra perspectiva ciudadana y que favorezca a la misma.

Introducción

Durante años, los medios han sido vistos como difusores de hechos negativos que ocurren en determinado lugar, hacer contrapeso a esa imagen marcada se torna en ocasiones como un reto para el emisor, pues de una u otra manera es lo que por lo general proyecta rentabilidad a los mismos.

Aprovechar los recursos que ofrece un medio tan posicionado como Telemedellín, para motivar cambios en la agenda informativa es el foco de la investigación, la cual constará de un diseño exhaustivo de una sección de noticias que destaquen los hechos positivos de los diez municipios del Área Metropolitana.

La meta es crear valor diferencial en comparación con medios regionales y expandir el nicho receptor, acudiendo a un espacio corto y que llegue de manera efectiva e inspiradora a ese público objetivo, por medio de la aplicación de esta idea que quedaría plasmada para su posible uso más adelante.

Misión de Telemedellín

Encendemos la imaginación y abrimos nuestros espacios para mostrar a Medellín y el Valle de Aburrá de una manera útil y entretenida.

Visión de Telemedellín

En 2025 seremos el medio de comunicación preferido por los habitantes del Valle de Aburrá, en televisión y otras plataformas.

Justificación

Con el diseño de una propuesta de sección de noticias positivas para el noticiero de Telemedellín, se sentarán las bases para llevar a cabo una sección que ayude a encontrar, por medio de la aplicación de estas, un público adicional que vea como necesario la narración de los hechos positivos.

Una parte de la esta población, por lo general, no recurre a los medios por el sensacionalismo e incluso el amarillismo. Es por ello por lo que se hablaría de un equilibrio entre lo mediático y lo inspiracional, sin caer en un estilo marcado y que guste a los diferentes públicos.

Sin duda, entre los beneficios que traería una sección de noticias positivas al noticiero es que, además de informar, puede formar y servir como mediador para solucionar problemáticas de alguna persona o población en específico. Aportar a la esencia actual y visibilizar personajes no institucionales es el valor agregado que además aportaría al canal para una mejor proyección institucional.

Impacto científico y tecnológico

En el desarrollo de esta práctica empresarial, se ha evidenciado la necesidad de la aplicación de diferentes herramientas adquiridas en la carrera, a las cuales el estudiante se ve obligado a recurrir al trabajar en un medio de comunicación como lo es Telemedellín; lo que desde el inicio puede tornarse como un reto laboral como estudiante, incluso sin un amplio bagaje en el sector. Por ello, hay que ser consciente del cuidado y respeto que requiere ejercer el periodismo, para lo cual es clave tener en cuenta cursos tales como ética empresarial y relacionados con las nuevas tecnologías de la información.

Así mismo, se evidencia que, si bien el noticiero tiene en su agenda noticias positivas, muchas veces no están desligadas de lo institucional, aspecto que se relaciona en gran proporción por pertenecer a una entidad pública.

Al tener como insumo todas las ventajas que un canal como Telemedellín brinda a un practicante para la aplicación de este diseño de sección, se podrá recurrir a la aplicación de los cursos enseñados durante la carrera para su normal y exitoso desarrollo, tales como los diferentes Periodismos, Expresión oral y Escrita, Teoría de la Imagen, Producción Audiovisual, Observatorio Social, entre otras. El objetivo es diseñar un acertado proyecto audiovisual, profundizando en temas como la narrativa de historias, la escritura de noticias, cómo contar el hecho y también elementos de fondo y forma de la misma.

Impacto social y económico

Se trata de vincular a la comunidad de los diferentes municipios del área metropolitana, con el fin de formar, informar y educar al público objetivo de Noticias Telemedellín, que va desde los 25 a 70 años, entre los estratos medio bajo de la ciudad. Se pretende permitir una mayor inclusión social además de una descentralización de las noticias. Al mismo tiempo, se explorarán nuevos nichos de mercado a los que se intentará conectar con el canal a través de una nueva propuesta informativa y de contenido, lo que en un futuro cercano podrá representar beneficios económicos a la entidad.

El valor diferencial de esta sección, en comparación con el único espacio del noticiero que se acerca a la esencia de contar lo positivo 'Cámara Ambulante' sería el hecho de solo contar lo positivo en relación con los municipios del área

metropolitana durante un minuto y medio o dos, una vez a la semana (los lunes), sin llegar a lo institucional ni a las denuncias. Así mismo, se hizo un análisis con otros noticieros locales como Teleantioquia, Hora 13, y se encontró que en estos, aunque se hace alusión a noticias positivas, no existe una sección como tal con el mismo tratamiento.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una sección de noticias que destaque los hechos positivos de los diez municipios del Área Metropolitana, para motivar cambios en la agenda informativa.

Objetivos específicos

- Lograr que la dirección de Noticias Telemedellín apruebe un espacio semanal para la sección.
- Identificar el estilo y el impacto de secciones similares en medios locales, nacionales e internacionales.

Marco teórico

Este trabajo tiene como fundamento la creación de una propuesta de sección de noticias positivas dentro del noticiero del canal local Telemedellín. En sus contenidos, Noticias Telemedellín incluye diversos temas, su objetivo es informar a la ciudadanía sobre los hechos ocurridos en los diez municipios del Área Metropolitana, para ello cuenta con tres secciones: la primera, Cuida tu bolsillo, la cual habla de temas económicos, la segunda Cuida tu Salud, que aborda temas relacionados a la salud y la tercera es Cámara Ambulante, las dos primeras tienen periodicidad de una vez a la semana y la última se emite en el noticiero de lunes a viernes. Sin embargo, dentro de su programación no existe una sección puntual que destaque los hechos positivos que ocurren en el área metropolitana, estos son registrados solo eventualmente y cuando se consideran relevantes.

Con el objetivo de sustentar y comprender mejor el tema a tratar, se hace un desglose de los conceptos fundamentales, basados en teóricos que han hablado sobre este contenido dentro de sus artículos de investigación.

Psicología positiva

La psicología positiva es un concepto primordial para que la propuesta descrita sea llevada a cabo, pues es la base que permite analizar el impacto que genera la noticia en sus espectadores, de allí se parte para determinar qué tipo de hechos son los que pueden lograr una experiencia agradable o negativa en el usuario y de qué manera se puede comunicar. Como define Contreras citando a Seligman y Csikszentmihalyi,

el estudio científico de las experiencias positivas, los rasgos individuales positivos, las instituciones que facilitan su desarrollo y los programas que ayudan a mejorar la calidad de vida de los individuos, mientras previene o reduce la incidencia de la psicopatología (2006)

Lo anterior permite corroborar que la televisión sí es un mecanismo de transformación cultural, que sirve como difusor de ideas que se introyectan muchas veces en la mente de la teleaudiencia que ve los diferentes contenidos que se emiten. Esta idea es reforzada por otros autores como Sheldon y King, quienes destacan “el estudio científico de las fortalezas y virtudes humanas, las cuales permiten adoptar una perspectiva más abierta respecto al potencial humano, sus motivaciones y capacidades” (Contreras, 2006). A partir de lo anterior, la propuesta de un diseño de sección de noticias positivas dentro del noticiero busca conocer e identificar los rasgos de la audiencia de Noticias Telemedellín y el tipo de información con la cual se podría lograr un sentimiento positivo en el espectador, cambiando así la percepción del televidente. Quienes ven noticieros están acostumbrados a ver y escuchar noticias en su mayoría negativas, que muchas veces hablan de temas sensacionalistas y realidades más difíciles. Si bien la idea no es dejarlas de lado o dejar de cubrirlas, se pretende también resaltar los hechos positivos y esas personas, comunidades, entidades y demás que trabajan día a día por mejorar la ciudad y calidad de vida de los ciudadanos. Al final, se trata de intentar cambiar el imaginario de las personas, que por lo general estigmatizan lo que es divulgado o en ocasiones incluso sirven de ejemplo.

Por otro lado, es necesario recordar que la televisión cada vez incide más en procesos culturales, de crianza y de pensamiento. Este hecho obliga a referirse a teóricos que hacen alusión a que, efectivamente, lo que se muestra de manera televisada tiene relación con la violencia, el terrorismo, la marginalidad, entre otros temas, e influye directamente con la forma de pensar del público. Por ejemplo, el Modelo de Agresión General de Anderson y Blusman que señala Sandoval, dice que

Los efectos a largo plazo de la violencia televisada se producen por el desarrollo, práctica y automatización de los esquemas de conocimiento agresivo, de las expectativas sociales y de los guiones conductuales relacionados. De igual modo, la exposición a contenidos violentos correlacionará negativamente con la conducta prosocial en el contexto real. Los autores encontraron evidencia para estas conclusiones en un meta análisis sobre las investigaciones en efectos de los medios (televisión y videojuegos) sobre la agresión y la conducta prosocial (2006).

Con base en lo anterior, se hace evidente que la televisión tiene una alta influencia en la teleaudiencia en cuanto a su pensamiento. Los niños, por ejemplo, toman aquellas cosas que ven en la televisión y que se pueden relacionar con actuaciones en su futuro, porque se asume o se pretende llegar a determinado modelo estereotipado que es mostrado en la programación, bien sea noticiero, novela, documental, entre otros. De ahí la importancia de rescatar aquellas cosas positivas que suceden en el área metropolitana del Valle de Aburrá y que, en

muchas ocasiones por ser consideradas menos relevantes culturalmente, son dejadas de lado o marginadas por los medios de comunicación, cuando su protagonismo puede servir de ejemplo para muchas personas en la sociedad.

Se trata de una realidad cruda que no tiene que estar en el pasado ni debe invisibilizarse, puesto que es parte de la cotidianidad de muchas personas en Medellín o en otros lugares del mundo, y es televisada de tal manera que se sigue alimentando estereotipos e imaginarios de ciudad, ciudadanos que los determinan culturalmente y además sugieren la inexistencia de otras realidades. Muchas investigaciones como las que menciona Sandoval (2006) apuntan que la manera dramática sensacionalista hace ver al individuo desde otra perspectiva, posiblemente generando alguna afectación, incluso en lo colectivo. Un ejemplo concreto de ello son las famosas narconovelas colombianas, que históricamente han incrementado el imaginario de un país lleno de sucesos infortunados. Por este tipo de consecuencias individuales y colectivas es que se hace necesario otro tipo de noticias y perspectivas, obviamente sin dejar de lado la realidad social del Área Metropolitana, pero sí reivindicando otras formas de convivencia ciudadana que también se dan en el territorio.

Televisión pública

La televisión en Colombia aparece en 1954 como mecanismo de estado de Gustavo Rojas Pinilla, presidente de la República en ese entonces. Gracias a ella se vieron importantes obras de interés social de la época, que poco a poco fueron desplazando al principal medio de comunicación de ese entonces que era la radio,

constituyéndose entonces como un medio exclusivo entre las familias de mayor poder adquisitivo de la época como menciona (Argel, 2009) .

El mismo autor hace un acercamiento al concepto de televisión pública como opción extra a lo que es la televisión habitual y que, infortunadamente, no se percibe como tal, ya que debe propender por un camino hacia el reconocimiento de la sociedad. Asimismo, Argel retoma los postulados de Omar Rincón, quien en su libro “Los diez mandamientos para hacer televisión educativa”, advierte que “la televisión es educativa en cuanto genere proyectos de interactividad con la comunidad educativa; la interactividad del canal educativo está dada por el uso de los multimedios (televisión, radio, impresos e internet) (Argel, 2009). Desde el momento que la televisión se concibe, debe tener entonces un sentido claro de la misma, y aunque en ocasiones se dispersa como consecuencia de sus intereses, es en general un puente entre el estado, las entidades y la ciudadanía en general.

Julio Eduardo Benavides Campos, en su investigación Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953-1958), define ampliamente este término, aunque además abarca la pública y la privada

La televisión es otro concepto central y ha sido entendida no sólo como un aparato tecnológico sino como un medio de comunicación que involucra lenguajes, narrativas y lógicas de producción y que, como tal, no sólo transmite o difunde mensajes, sino que a lo largo del tiempo es capaz de ir construyendo relaciones con los televidentes, pero también de ir convirtiéndose en espacio de representación de la realidad y en un lugar privilegiado para dar cuenta de las dinámicas en lo cultural (2012; p.21).

Este concepto permite pensar que el hecho de resaltar noticias positivas dentro de Telemedellín también puede ser un importante referente para el canal, además de posicionarlo dentro del imaginario colectivo de sus televidentes como un noticiero que no solo informa y muestra realidades complejas que se registran en el acontecer diario, sino que también trabaja también en la búsqueda de hechos que impactan positivamente los diferentes municipios del Área Metropolitana. Este aspecto puede además motivar para que las personas entiendan que quienes generan un impacto positivo dentro de la sociedad, también actúan como posibles líderes, precursores, de una experiencia u obra.

Pero es necesario diferenciar la televisión pública de la privada, esta última relacionada directamente con personas o grupos de poder con intereses particulares, con ánimo de lucro y comerciales. Esta modalidad tuvo importantes impactos en la televisión, pues la televisión pública tuvo una decadencia desde 1996, tras la apertura de canales privados que tenían facultades de televisión pública en el país (Ramírez, 2015). En ese sentido, tiene un enfoque particular que quizá no es tan allegado a la ciudadanía como principal protagonista. La televisión pública es otra cosa, como explican Rey y Rincón “La más clara caracterización de esta televisión es que interpela, se dirige al ciudadano más que al consumidor” (2000, p. 50). Por su parte, la televisión privada es más comercial, tiene una esencia diferente en su programación que deja ver sesgos y orientaciones particulares. Tal es el caso de canales privados nacionales como Caracol, RCN, Canal 1 y otro más a nivel regional llamado CityTV, pertenecientes a organizaciones como del grupo Valórem, Ardila Lule, Plural comunicaciones, y la Casa Editorial El Tiempo

respectivamente, compañías destacadas por contar con mucho poder en el país, no solo en los medios de comunicación audiovisuales.

Al otro lado se encuentra la televisión pública, que posee contenidos culturales que forman, informan y entretienen. Ejemplo de ello son canales como Señal Colombia, Canal Institucional y los regionales, entre los que se destaca Teleantioquia, creado en 1985 como el primer canal regional del país, vinculado directamente a la Gobernación de Antioquia y que con noticieros como Hora 13 Noticias y Teleantioquia Noticias, informa sobre lo que sucede en todos los municipios de la región.

También está Telemedellín, un canal público de propiedad de la Alcaldía de Medellín, creado en el año 1998 con un enfoque institucional y a la vez cercano a la ciudadanía, no solo de Medellín sino también a los otros nueve municipios del área metropolitana, Caldas, La Estrella, Sabaneta, Itagüí, Envigado, Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa. Su parrilla televisiva abarca las 24 horas.

La televisión pública permite que la información llegue y sirva como canal esencial para un gran número de personas, lo que facilita que permee en varias culturas, hogares, pueblos, entre otros. Este tipo de televisión va ligada con mensajes e información de corte cultural y social, los cuales tienen la finalidad de formar, informar y educar a su audiencia. Así lo explica Javier Mateos en su artículo la “TVE como arma política. Debate social sobre la televisión pública española en 1992”, donde hace referencia de la televisión pública como “un servicio público que debe mantener ciertas premisas inherentes a su naturaleza, con programas de prestigio, atención a las minorías, presupuestos anuales, etcétera.” (2010; pág. 140). Por otro lado, se habla de que una de las diferencias tajantes en un principio

entre la televisión pública y la privada era entender al televidente en la primera como constructor de ciudad y la segunda como consumidor, esto fue difuminándose en tanto la pública comenzó a pensarse a sus televidentes también como consumidores, dejando así de lado la esencia con la que nació, y que debe permanecer, así como lo dice Ramírez citando a Barbero y Rincón: “la más clara caracterización de esta televisión es que interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor” (2015; p. 50).

Lo anterior nos permite fundamentar la idea de generar la sección con un enfoque social positivo, con información de interés para todos, teniendo presentes los atributos de la televisión pública y la respuesta que se busca de los receptores. Además, con el objetivo de tener en cuenta a esas minorías que en ocasiones se sienten abandonadas y a las cuales muchas veces no se les brinda la importancia necesaria. Esas que se mantienen muy apartadas de los medios de comunicación, ya sea por su lejanía o vulnerabilidad, o intereses particulares vinculados al rating o a lo económico, pero principalmente a lo político, ligado esto a favorecer a una empresa, persona, marca, ideales, entre otros.

Para delimitar el concepto a nivel local es posible acudir a Omar Mauricio Velásquez y Alejandra Castaño, quienes en su investigación ‘La televisión local y regional como mecanismo para vincular jóvenes a procesos de ciudadanía cultural’, hablan de la misma como mecanismo de vinculación a diferentes procesos culturales. “La aparición de la televisión pública local en Medellín con Telemedellín en 1998 fue determinante para reforzar un discurso que promovía valores opuestos a aquellos que se asumían desde el entretenimiento ligero de los canales privados”, advierten (2010; pág. 5).

Aunque cada canal regional tiene su esencia y cada vez deja de verse como un bien público para pasar a ser un bien institucional, el caso de Telemedellín liga aún con esa condición a la ciudadanía. Para la muestra, los programas: La Calle es el Gimnasio, Cultura Barber, Noticias Telemedellín, Bajar al Centro, La Viejoteca, entre otros. La esencia de este canal es la proximidad con la comunidad, por ello se dedica a contar historias y a relatar hechos que marcan la sociedad y la forma en la cual se desarrolla todo el entorno que la rodea. De ahí la importancia de incluir en el noticiero estos hechos, además porque Noticias Telemedellín es el programa más visto dentro de la parrilla televisiva del canal. Y no se trata solo del medio televisivo tradicional, sino también del público digital, pues toda la programación del canal se puede observar con señal en vivo en la página web, transmisión en vivo por Facebook y canal en Youtube. Todas las noticias son replicadas en diferentes plataformas digitales, lo que incrementa aún más la audiencia.

La propuesta de una sección de noticias positivas tiene también un elemento pedagógico, pues la televisión tiene también una misión educativa

La cuestión de la difusión cultural y de la educación a través de la televisión requiere un minucioso análisis. No es fácil realizar este propósito porque en torno de esta problemática se han contrapuesto numerosos puntos de vista por parte de los investigadores de la realidad social. Algunos entienden que la televisión no tiene nada que hacer en este terreno, ya que su verdadero papel es informar y entretener al público. La instrucción y extensión de la cultura corresponderían a las instituciones sociales tradicionales encargadas de esta función. Sin embargo, otros especialistas estiman que el objetivo

fundamental que la televisión ha de cubrir es precisamente ese. Por nuestra parte creemos que la televisión es un instrumento de nuestro tiempo que no puede renunciar a su misión educativa (Gelices, 1973, p. 93).

Tal como lo señala Gelices, algunos estudiosos del tema consideran que la televisión no tiene una misión netamente educativa. Pero otros, como él, consideran que esta hace parte de nuestro tiempo y que este componente no puede desaparecer. Ese es precisamente el objetivo de esta propuesta, incluir en los componentes de noticias Telemedellín una sección que resalte los hechos positivos de Medellín y los demás municipios del Área Metropolitana con el fin de educar, de llevarle a la audiencia un mensaje amable con noticias del día a día, entendiendo que el público tiene una confianza en la información y que esta puede repercutir en su pensamiento y comportamiento.

Retomando a Gelices cabe recordar que

Para mucha gente la televisión ha adquirido un poder de convicción que debe ser correctamente utilizado. Su influencia en la formación de opiniones y actitudes es inversamente proporcional al grado de instrucción del telespectador. El fomento de las actitudes de tolerancia, de respeto hacia los demás, de interés por la naturaleza y su conservación, de convivencia con arreglo a los usos sociales, etc, pueden ser alcanzados sin llegar nunca a erosionar el sagrado derecho de la libertad del hombre. Cabe aludir a las

posibilidades que la televisión puede brindar al sujeto en sí, como la orientación individual (1973, p.99).

El autor realiza una acotación acertada, al hablar de la responsabilidad que tiene la televisión es muy grande, y crece aún más teniendo en cuenta que Telemedellín es un canal público que tiene la obligación que informar todo lo que sucede en la ciudad. Pero es transparente para muchos espectadores que el grupo periodístico puede elegir a qué tipo de noticias le apunta, qué destaca y qué oculta, si quizás tiene algún tipo de intereses o no. La forma en que se asumen e interiorizan las noticias y la televisión en general depende también del grado de educación que tiene el televidente; por ello, el noticiero sí puede elegir tener en cuenta esa responsabilidad de educar a quien lo está viendo, llevarle contenidos formadores, noticias que se puedan interiorizar de una forma positiva, que resalten las personas y hechos relevantes de la sociedad y lleven un mensaje más amable, reconfortante, ameno y que pueda formar a estos públicos.

La televisión es un elemento que toma cada vez más fuerza en los hogares, es prácticamente fundamental dentro de cada uno; de hecho, muchas personas tienen incluidos dentro de su rutina diaria ciertos programas. Se trata de lo que hoy llaman televidentes fieles, personas que se sientan frente a su televisor porque creen en quien las está informando. Razón le asiste a Gelices cuando afirma que

La creciente motorización está produciendo un hábito cada día más extendido, sobre todo en las grandes ciudades: el fin de semana en el campo o en la playa. La fidelidad a la televisión, pese a todas las críticas que se

dirigen, ha tenido como resultado la compra del segundo televisor, normal o portátil (1973, p. 107).

Este desarrollo no solo ha influido en los hábitos de la audiencia, sino también en alejamiento del público de las salas cinematográficas, sobre todo en las tardes del sábado y del domingo.

De este modo hay dos puntos a tener en cuenta, primero que con 20 años de recorrido que tiene Telemedellín como canal público, la fidelidad que tienen sus televidentes es muy alta y de este modo es primordial hacer cada día un trabajo de calidad en búsqueda de un mejoramiento constante que cumpla sus expectativas. Entonces, entra en juego el segundo punto que es indagar con los mismos televidentes cuál es su percepción respecto al noticiero, qué es lo que más les gusta y qué no, en qué puntos creen que puede mejorar y, por supuesto, qué les parece el hecho de crear esta nueva sección que hable de noticias positivas ocurridas en Medellín y el área metropolitana. Lo anterior con el fin de tener la certeza sobre el impacto que esta estrategia puede llegar a tener en el momento de su implementación y también porque el televidente es quien decide, es a quien hay que satisfacer y a quien se debe tanto el canal como el noticiero, de esta forma, una especie de estudio de mercado para conocer a esas personas que están detrás de la pantalla y el imaginario colectivo que tienen ellos respecto a la labor realizada por el equipo periodístico.

Noticieros

Como menciona Santander, (Santander, 2002) citando a Allan y Thompson. “La noticia es un tipo de discurso que, sin duda, participa de la relación entre sociedad y lenguaje y una práctica que contribuye a la construcción de mundos posibles” (Allan, 1998; Thompson, 1998)

Al referirse a mundos posibles, el autor hace una analogía con todos los sucesos que pueden ser noticiosos y que se pueden explorar en el noticiero, de allí se puede entonces extraer que hay tipos de noticias, estructuras y estilos para contarlas.

Existen noticias positivas y negativas, que son vistas desde la perspectiva ciudadana y por los medios de diferentes formas. Las noticias positivas tienen una esencia diferente, que deja de lado lo pesimista; sin embargo, por lo general las noticias negativas son las que más rating dan a los medios de comunicación. David Fishman se refiere a que este hecho está relacionado con los mismos orígenes humanos de la siguiente manera

¿Por qué las noticias negativas nos llaman más la atención que las positivas?

Si tiene dudas si esta pregunta es correcta, solo tómese el tiempo de ver el rating de noticias negativas contra positivas que salen en los medios. Lo negativo vende, en cambio lo positivo mucho menos.

La respuesta está en nuestros orígenes como especie humana. En la época de las cavernas el ser humano se enfrentaba a todo tipo de peligros y si pudimos sobrevivirlos fue porque nuestro cerebro aprendió a prestarle atención a lo negativo. Prestarle atención a lo negativo era la diferencia entra

la vida y la muerte. En cambio, prestarle atención a lo positivo, no tenía la misma importancia.

Por este motivo, nuestro sistema límbico del cerebro es mucho más sensible a eventos negativos que positivos. Lo negativo se siente más fuerte y perdura más en el tiempo que lo positivo (Fishman, 2012).

Jhonatan Montoya García, en su texto 'Las noticias positivas están pidiendo primera plana', también hace un análisis de lo que son ambas noticias, citando al informe de Solutions Journalism:

Esta evidencia refuerza nuestra opinión de que la gente quiere un periodismo diferente. Los contenidos centrados en lo que está mal en el mundo hacen que la gente tenga más probabilidades de desconectarse e incluso desvincularse de la vida pública. Los contenidos que proponen soluciones, por otra parte, pueden fortalecer la acción de individuos y comunidades (García, 2017).

De esa forma, García hace un llamado por un periodismo optimista y constructor de país; refuerza esta idea al proponer ejemplos en los que se muestra que efectivamente las noticias positivas, aunque no predominan, sí pueden llegar a tener un éxito mayor. De hecho, retoma a Arianna Huffington, creadora del portal Huffington Post, y afirma que la misma ha dicho que durante once años las historias más compartidas en esa web son las positivas y no otra información

García permite entender que es una realidad que la noticia negativa prevalece, y lo hace al referenciar a Juan Gonzalo Betancurt, quien explica que esto obedece a la condición humana, al advertir que los medios como tal apelan las emociones de la sociedad, ya que los contenidos que producen algún tipo de temor en la audiencia resultan más llamativos ante sus ojos.

Secciones de noticieros

Una sección significa poder segmentar, dependiendo del conjunto de notas o ideas que se relacionan en un mismo grupo, es brindar una distribución a una estructura como tal. Es decir, reunir objetos, situaciones, en este caso notas, con un mismo corte (orden público, economía, salud, política, nacional, internacional, entre otros), y dividir las con el fin de otorgar cierto orden que facilite al televidente la búsqueda de la información en la agenda, así, “la multiplicidad de las estrategias del texto televisivo permite asumir que la intención es instalar no solo el qué, sino también el cómo en la agenda” (Martini, 2000 Bogotá; p. 116)

Noticias Telemedellín, cuenta con varias secciones de interés para la comunidad en general. Cuidá tu Bolsillo, Cuidá tu Salud, Cámara Ambulante, Veá Pues y Dinámica Política, son algunas de las que hacen parte de este. Para cubrir las noticias, cuenta con dos equipos de trabajo para semana y fin de semana, dos subdirectores y una directora.

Tal como advierte Martini, las noticias difundidas por los medios de comunicación construyen una parte de la realidad de la sociedad, permitiendo a los mismos conocer el mundo en el que no están de manera directa y, al mismo tiempo, ser protagonista de su actuar. (2000) A partir de la definición anterior, es posible

concluir que los conceptos sección y noticia se complementan directamente en un noticiero, la delimitación de estos refleja orden y expectativa en cuanto a lo que se conoce como agenda setting, en sí como un fenómeno persuasivo para la teleaudiencia, es decir, lo que los medios deciden que vaya en su franja informativa y que es quizá, dependiendo cuán sea destacada en el medio, lo que creará polémica o algún sentimiento al espectador como tal.

Se trata de un concepto que contiene una amplia responsabilidad ya que en muchas ocasiones los televidentes asumen que lo que un noticiero les está entregando es básicamente lo que sucede en un entorno específico. En este orden de ideas, si se maneja un equilibrio entre las noticias negativas - que obligatoriamente es responsabilidad mostrar- pero también se hace un esfuerzo por resaltar las positivas, la sociedad asumirá de una forma más agradable lo que sucede en su entorno y podrá alejarse un poco del estigma de violencia que durante años ha marcado el departamento. La agenda setting sirve para que los medios definan los contenidos que publicarán, por esto dice Davara-Torrego que:

A través de su contenido se pueden apreciar líneas editoriales y prioridades temáticas de fuerte influencia social al guiar la atención de la audiencia sobre un número reducido de tópicos. Estos han sido estratégicamente escogidos para mantener los números de circulación, tráfico o *rating*, a la vez que representan los estándares profesionales y criterios de selección de un determinado medio (2004).

A lo anterior se suma que "Toda noticia adereza su contenido informativo con algún ingrediente para procurar su aceptación por parte de las audiencias" (García, 2000, p. 65). Ese ingrediente no necesariamente debe ser negativo, se deben

conocer las preferencias del público que pueden permitir que crezca la sintonía, la audiencia o los lectores, por medio de contenidos diferentes a los que tradicionalmente han estado al aire. Por ejemplo, sacar provecho de personas o historias que no son visibilizadas, que logran ser ejemplos positivos que generen algún sentir diferente y motiven a un buen actuar.

En sus estudios de Newsmaking, Téramo y De la Torre hablan de la identificación de hechos noticiosos en el diario acontecer y concuerdan en que las situaciones de interés publicadas deben ser "noticiables", deben responder a unos valores-noticia (2004). Entonces, es posible concluir que, aunque la televisión como tal muchas veces se ve sesgada por lo institucional o privado, las secciones de noticiero ofrecen un equilibrio entre lo positivo, negativo y neutral. En esta propuesta, los hechos noticiosos positivos que reflejan al público otro tipo de sentir y que no necesariamente al ser negativos dejan de ser atractivos. Estos criterios suponen que interesa más un acontecimiento cuando es geográficamente próximo, cuando el impacto emocional es más fuerte o cuando mayor es el número de involucrados o afectados por el acontecimiento" (Newsmaking, Téramo, De la Torre; 2006; p. 59). Lo que supone que también lo positivo se posiciona en la teleaudiencia.

La importancia de una sección en un noticiero radica básicamente en dar un orden a la estructura, que trae consigo una alta elaboración y está pensado para que los receptores de noticias las capten más fácilmente. Jara y Riffo recuerdan que:

Las noticias relatan un acontecimiento, pero no están estructuradas como una secuencia narrativa convencional, sino que los elementos se ordenan por orden de importancia en la superficie textual. Esta organización obedece

a razones comunicativas y cognitivas: se quiere, por una parte, destacar unos elementos por sobre otros y, por otra, el orden pretende facilitar la comprensión y memorización de la información (2000)

De allí el valor de segmentar el noticiero de Telemedellín que, aunque ya cuenta con algunas secciones, no sería igual de llamativo si se mostraran en él noticias al azar, sin un orden de relevancia noticiosa y sin estar asociadas a las otras notas que tengan la misma temática. Finalmente, una sección de noticias debe responder a ciertas preguntas que dependen del estilo editorial de cada noticiero y deben pasar por el filtro de un consejo de redacción, primer momento del noticiero en el cual se decide qué va en la agenda y qué no, cuánto incide la noticia en el público, cuánto tiempo se le dará al aire, si se considera polémico o de lo contrario puede ayudar a construir positivamente.

Metodología

Por medio de análisis de estilo y contenido del noticiero de Telemedellín, y al comparar similitudes e impactos de secciones similares en medios locales, nacionales e internacionales y secciones de noticias, se estructura una propuesta para que, mostrando la necesidad de su existencia y de los futuros beneficios, posteriormente pueda ser aplicada específicamente en Noticias Telemedellín.

La creación de una propuesta de sección de noticias positivas de los municipios del área metropolitana del Valle de Aburrá depende del trabajo del practicante del noticiero y del acompañamiento de los directivos. En relación con el recurso humano con el que dispone en la actualidad el noticiero para llevar a cabo esta propuesta, se contaría con el practicante, un camarógrafo y un editor.

Finalmente, como formato de prueba y contenido visual, se crea la identidad de la propuesta de sección de noticias positivas, es decir, una cortinilla e incluso una nota que daría pie al entendimiento de esta y la esencia de la propuesta.

Además, se hizo uso de la metodología cualitativa como herramienta clave para conocer y dar a conocer las necesidades y talentos no visibilizados de esta población en específico con la cual se trabaja para propender por el optimismo de los hechos relevantes que ocurran en los municipios del área metropolitana.

Técnicas

Observación participante

Durante la práctica empresarial en Noticias Telemedellín, y como parte de la metodología; la observación participante fue la mejor opción teniendo en cuenta que diariamente había trabajo de campo, salir a la calle, conocer, entender

contextos , diferenciar las tónicas y lo que puede aportar a la ciudad, fueron piezas clave para poder tener insumos necesarios que puedan dar argumentos sólidos a una propuesta de sección de Noticias Positivas de los diez municipios del área metropolitana del Valle de Aburrá para Noticias Telemedellín.

Resultados

Como resultado, se puede concluir que las noticias positivas en los diferentes noticieros que las incluyen tienen un gran impacto en su teleaudiencia, y que, al igual que las noticias negativas, ocasionan en el público una serie de sentimientos y una retroalimentación en cuanto a que generan controversia, sirven para posiblemente llevar a cabo una posterior acción y partida por parte del televidente.

Por lo anterior y para delimitar, en lo corrido de la práctica empresarial en el canal Telemedellín, se evidenció que cuando salieron noticias de este tipo en el noticiero, generaron rating en las diferentes plataformas con las que cuenta, es decir, Facebook, YouTube y la página web, televisión y radio, en donde en ocasiones el público no solo escucha, sino que va más allá y responde ante los estímulos que son fomentados por el medio.

Como ejemplo de este tipo de notas son vistas, y generan un sentir en las personas, está el rescate de un oso de anteojos que estaba siendo domesticado, tema que fue prudente tratar en Noticias Telemedellín y que el resultado obtenido evidenció la atracción de muchos por ir más allá de un titular, tal es este caso que en redes sociales como Facebook obtuvo 9.182 reproducciones hasta este entonces, fue compartida de la página web casi 200 veces.

Por otra parte, está la nota 'La Casa de Carlota', un taller de diseño gráfico en el que trabajan personas con síndrome de down con el propósito de cambiar el imaginario de los que generalmente son relegados y subestimados, estos jóvenes diseñadores también hacen uso de su talento creativo y venden sus productos a empresas o personas que ven este valor agregado. Esta nota, que también fue la seleccionada para ser la muestra para la propuesta de sección de noticias positivas,

tuvo relevancia no solo para que cada vez sean más visibilizadas estas personas con grandes talentos, sino también para los televidentes y seguidores en las plataformas digitales, tales como Facebook, en donde la noticia fue vista más de 4.000 veces, compartida 51, y en la página tuvo aproximadamente 400 vistas.

A raíz de estos análisis, no solo es importante reconocer que ha generado tráfico en las redes sociales, en la televisión, sino que las cifras motivan a que cada vez haya mayor número de seguidores y que las notas que se realicen puedan impactar en gran medida. Así mismo, cabe resaltar que además del rating, las personas cercanas, directivos y demás periodistas notaban otra tónica a la que muchas veces se acostumbra y había comentarios positivos entorno a la misma.

Al mismo tiempo, los resultados dan garantía de que no solo se emite sin motivo, sino que es también algo premeditado, que está contemplado para poder crecer en audiencia, una audiencia a la que le gusta otro tipo de historias.

Conclusiones y recomendaciones

Esta propuesta de Sección de Noticias Positivas para Noticias Telemedellín, aunque no fue implementada en lo corrido de las prácticas empresariales, además de optar por la observación participante, se llevaron a cabo unas notas positivas como prueba del impacto que podría generar la sección, en caso de ser aprobada.

Además, es de resaltar que en las diferentes plataformas en donde las mismas eran publicadas, se dio fe de que era compartida y comentada, dando así pie a que la propuesta como tal pueda ser aplicada más adelante con los mismos parámetros que en este trabajo se plasmaron.

Una cortinilla y una nota positiva fueron entonces el producto que dará paso a que por parte de las directivas, periodistas y ciudadanía en general se apruebe el concepto y la emisión de sección de noticias positivas de los municipios del Área Metropolitana. Asimismo, también la emisión de este tipo de notas en el noticiero de Telemedellín, hace que la comunidad, además de sentirse parte de una problemática en específico, pueda hacer parte de la solución, es por ello, que también se contemplaron y compararon otros noticieros y secciones de noticias de medios locales, nacionales e internacionales.

Mostrar la cara bonita de la ciudad, también trae consigo el beneficio económico al canal, por lo que se puede decir que, aunque no ha sido puesta en marcha, solamente el hecho de generar una prueba pudo dar testimonio de su efectividad.

Finalmente se recomienda, implementar este proyecto, ya que, por lo mencionado anteriormente, su aplicación traería consigo beneficios que facilitarían

que se cumpla el objetivo del canal, además de visibilizar a los que no tienen voz muchas veces.

Propuesta Área de buenas noticias

La sección se denominará Área de buenas noticias, e incluirá informaciones positivas de los diez municipios del área metropolitana del Valle de Aburrá. Se estima que, además de la cortinilla que la identifica, cada nota a emitir tenga una duración de un minuto y medio o dos, tiempo en el que se puede desarrollar una noticia que llegue de manera efectiva y eficaz a los televidentes. Para ello, es necesario un análisis sobre previo sobre el interés que el tema puede despertar entre los televidentes a partir de los conceptos claves de noticia: utilidad y valor para el receptor. Asimismo, se deberá adelantar una investigación previa sobre los detalles generales del tema, antes de proponerla en el consejo de redacción del noticiero.

Área de buenas noticias se emitiría una vez por semana, se propone que sea los lunes, pues las demás secciones del Noticias Telemedellín, Cuidá tu Bolsillo y Cuidá tu Salud, salen al aire los martes y miércoles respectivamente. Además, está la sección Cámara Ambulante que muestra denuncias ciudadanas y que se emite diariamente.

La sección tiene como objetivo descentralizar la información, visibilizar a las minorías y darle un tratamiento optimista, ameno y agradable a muchos temas, para ello se debe contar con un rastreo de la información que, junto con el olfato periodístico, es pieza clave para dar a conocer un buen producto, en este caso la noticia positiva de un municipio.

Área de buenas noticias podría salir al aire los lunes, días en los cuales Noticias Telemedellín cuenta con menos periodistas y hay más espacio en la agenda para incluir una nueva sección. Además, porque en semana el rating del

noticiero es mucho más alto que durante los fines de semana, y se pretende que haya un buen impacto en los televidentes.

Los contenidos con los que contará Área de buenas noticias serán amigables, optimistas, que dejen a un lado el sensacionalismo y se desvinculen de lo institucional. La esencia de la sección como tal será brindar a la teleaudiencia una mirada fresca y que posibilite un descanso entre la sobresaturación de información que por lo general es negativa, amarillista, cruda y que muchas veces no favorece a la formación de la ciudadanía, sino que es usada como mercancía para vender.

Personajes con historias relevantes y que se tornan escondidas o relegadas del acontecer diario, obras destacadas, talentos ocultos y aportes a la sociedad son entonces el foco de búsqueda área de buenas noticias.

Cada semana, la sección tendría una variable que sería el cambio de municipio, es decir, si en la semana uno la primera noticia positiva se desarrolló en Sabaneta, la semana dos podría ser el cualquier otro municipio como por ejemplo Barbosa; a la semana tres se emitiría información positiva de Itagüí, a la cuarta de Envigado, y así sucesivamente, teniendo en cuenta los municipios del norte y del sur y que cada una tiene infinidad de historias por contar.

Para una mejor ilustración, a continuación, presentamos el desglose de lo que sería una nota por incluir en Área de buenas noticias.

Se tomó como ejemplo una historia de Medellín como uno de los diez municipios del área metropolitana. Se trata de 'La Casa de Carlota', una historia de jóvenes con síndrome de Down que no tratan de romper fronteras, que han sido referentes y que están en una plataforma laboral en donde no hay diferencias; todos son iguales y pueden brindar mucho talento que es valorado por otros nichos. Esta

nota fue aprobada por los directivos del noticiero y convertida en noticia con una tónica positiva.

El contenido de la nota es el siguiente:

Periodista: La Casa de Carlota no solo es una plataforma laboral, sino un lugar donde la creatividad de algunos jóvenes con síndrome de Down, autismo y otras discapacidades generan insumos gráficos con todo el profesionalismo del caso...

Entrevistado: Ellos tienen una forma muy especial, ellos rompen muchas fronteras, entonces para nosotros ha sido una fuente de aprendizaje, de cómo enfrentar esos retos y esas personas que normalmente nos daría temor, ellos no tienen esos filtros.

Periodista: Sebastián Giraldo es uno de los creativos, que al igual que sus compañeros, se ha capacitado sin dejar a un lado la manera espontánea y natural de hacer las cosas.

Entrevistado: Somos un equipo, estamos trabajando mucho, porque esto es un trabajo.

Periodista: La Casa de Carlota cuenta con seis jóvenes con síndrome de Down que no ven su condición como un limitante.

Entrevistado: Soy un diseñador profesional, me gusta mucho estar en La Casa de Carlota, a mí me fascina.

Periodista: Desde 2015 funciona en Medellín este taller creativo, que además de ser un ejemplo para muchos, es referente de inclusión laboral.



ÁREA DE BUENAS NOTICIAS

Referencias

Argel, M. N. (2009). Aproximación a la televisión pública desde Señal Colombia, Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis193.pdf>

Contreras, Françoise, & Esguerra, Gustavo. (2006). Psicología positiva: una nueva perspectiva en psicología. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 2(2), 311-319. Retrieved January 24, 2018, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982006000200011&lng=en&tlng=es.

Fishman, D. (2012). Facebook. Obtenido de <https://www.facebook.com/DavidFischmanK/posts/10150877015632660>

García, J. M. (2017). Las noticias positivas están pidiendo primera plana, El Colombiano.

Gelices, F. L. (1973). La Televisión . Barcelona : Salvat Editores .

Jara, Iván, & Riffo, Bernardo. (2009). Conocimiento experto en comprensión de noticias especializadas. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 35(2), 35-52. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052009000200002>

Martini, S. (2000 Bogotá). Periodismo, noticia y noticiabilidad . Norma .

Pérez, J. M. (2010). TVE como arma política. Debate social sobre la televisión pública española en 1992 *Historia Crítica*, núm. 42, septiembre-diciembre, 2010, pp. 138-156, obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/811/81119974007.pdf>

Ramírez, D. G. (2015). Signo y pensamiento. Recuperado el 2018, de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/13260/10570>

Santander, P. (2002). Acceso y poder discursivo en las noticias de la televisión chilena. *Revista Signos* (35), 243-269.