

Noticiatón: 24 horas de noticias positivas por Ibagué

NELSON GERMÁN SÁNCHEZ PÉREZ¹

Resumen

Esta experiencia se centró en presentar nuevos ángulos de narrativas noticiosas durante la pandemia, buscando resaltar ejemplos de iniciativas positivas, innovadoras, de resiliencia; historias de vida de seres comunes y corrientes de Ibagué. También se propuso visibilizar otras voces y nuevos personajes: voceros comunales, líderes barriales, representantes gremiales y portavoces que enfrentan y generan resultados positivos en situaciones difíciles ocasionadas por el confinamiento y la cuarentena, los cuales son dignos de ser contados públicamente. Así mismo, buscó llevar a la praxis el periodismo de soluciones, dar más espacio a las noticias positivas, que muestran respuestas y opciones que, a su vez, podrían ejemplarizarse y contribuir a elevar el ánimo colectivo y la moral pública en una ciudad saturada por informaciones sobre altos índices de desempleo, quiebra de sectores comerciales, altas tasas de suicidio juvenil y denuncias de corrupción desde la Administración municipal en plena

1 Magíster en Pensamiento Estratégico y Prospectiva. Especialista en Ciencia Política. Profesor del programa Comunicación Social Periodismo, Universidad del Tolima. Contacto: ngsanchezp@ut.edu.co

pandemia. La investigación va estructurada con un enfoque general interpretativista (Blanco, 2014), al presentar una noción de la realidad que producimos con la emisión noticiosa de esa interpretación a través de un evento comunicativo, en este caso el informativo, como Noticiatón. Los instrumentos y las técnicas (entrevistas, registros visuales, perfiles) los usamos desde una metodología cualitativa, con algo de etnografía, centrados en la técnica. Como resultado, se obtuvieron 27 horas de transmisión en vivo por redes sociales, con 124 notas presentadas (de 4 a 10 minutos) y el apoyo logístico, en personal, difusión del evento y la armada de los productos noticiosos de medios de comunicación que se unieron a la iniciativa. Un evento por el cual no debieron pagar un solo peso los ciudadanos ni los emprendedores ni los artistas ni las agremiaciones cuya actividad fue divulgada durante la transmisión.

Palabras clave: periodismo de soluciones, noticias, resiliencia, pandemia.

Relato o narrativa de la experiencia

La idea surge de escuchar distintos enfoques de labores periodísticas en cuanto al abordaje de hechos noticiosos desde la visión del *periodismo de soluciones* (que aquí llamaremos PS) presentados en el SIPConnet Online 2020. Se entiende el PS como un periodismo que va más allá de la descripción de un problema o una crisis, para concentrarse en las respuestas aplicadas a esos desafíos presentados, así como a los protagonistas de estos, y darles importancia a ambos.

Actualmente Liza Gross es una de las mayores exponentes mundiales de este tipo de periodismo. Ha trabajado por más de tres décadas como periodista y como ejecutiva de medios y de organizaciones sin fines de lucro. Fue, además, directora ejecutiva de International Women's Media Foundation, agrupación dedicada a apoyar a las mujeres periodistas que trabajan en zonas de conflicto, así como editora ejecutiva de *The Miami Herald*.

La importancia del PS —inspirador del evento al cual aquí nos referiremos— también radica en que permite estimular una renovada relación de confianza con los medios por parte de las audiencias al ofrecer a estos ejemplos de iniciativas con resultados positivos a dificultades reales. El PS está en auge en Estados Unidos, América Latina, Europa y África. Es aplicable a cualquier tema y ejecutable en cualquier plataforma informativa (página oficial de la Sociedad Interamericana de Prensa [SIP]).

Precisamente, en el marco de ese contexto y con esa visión de periodismo, al realizar Noticiatón Ibagué se pretendió explorar nuevos ángulos en los contenidos de la cobertura sobre narrativas noticiosas durante la pandemia de 2020, enfocados en resaltar iniciativas positivas, innovadoras, historias de vida comunes y corrientes, en visibilizar nuevos personajes de la capital tolimense, en mostrar ejemplos de voceros, líderes comunales, portavoces y representantes gremiales que enfrentan y generan resultados positivos pese a las situaciones difíciles ocasionadas por el confinamiento y la cuarentena obligatoria de ese año. Se pretendió dar mayor importancia noticiosa a los resultados que podrían ejemplarizarse y contribuir a elevar el ánimo y la moral colectiva en una ciudad

tan golpeada por el desempleo y por la falta de oportunidades para los jóvenes y con altos índices de suicidio según las cifras publicadas por la Dirección de Salud Pública del Tolima, así como por el pequeño comercio y las microempresas en quiebra —que representan nada más y nada menos que el 80 % de la actividad económica de la ciudad según el Boletín 2019 de la Cámara de Comercio de Ibagué—, además de sacudida por una agenda pública informativa saturada de noticias sobre posibles actos de corrupción administrativa en lo local y lo regional, en plena pandemia.

Noticiatón: 24 horas de noticias positivas por Ibagué se asumió como un ejercicio informativo y de responsabilidad cívica dirigido a la ciudadanía ibaguereña ya no solo como consumidora, sino como *prosumidora* (Toffler, 1970) de contenidos en redes sociales, plataformas digitales y medios tradicionales que han migrado a internet. Ibaguereños tanto en el territorio mismo del municipio como en Colombia y en el mundo tenidos en cuenta para que conocieran sobre acciones, hechos y resultados positivos generados por sus coterráneos en medio de este encierro por el COVID-19, así como para recordarles el acervo musical y cultural que ha acompañado a la ciudad en su historia.

Para ello se armó y se diseñó una parrilla de contenido exclusivo para esa *fanpage* creada, llamada *Noticiatón*, que sirvió de canal difusor, de enlace o matriz (para que los medios aliados transmitieran en vivo y se enlazaran a esta durante las horas de programación). Dentro de las temáticas y los contenidos creados o previamente elaborados estuvieron historias de vida, actividades diarias en el encierro, perfiles de personajes, notas de superación personal, muestras de creatividad y emprendimien-

to, historias de héroes invisibles (médicos, policías, enfermeras, domiciliarios, *escobitas*, tenderos, taxistas), lugares hermosos por destacar de la ciudad, sitios por conocer o recorrer, actividades por realizar dentro del propio territorio ibaguereño, representaciones culturales (musicales, dancísticas, artísticas, de dibujo, de canto, artesanales) y mensajes positivos espontáneos, enviados a la *fanpage* con saludos de ibaguereños residentes en todo el mundo; también destacar algunas inversiones públicas y programas específicos de apoyo y actos de solidaridad.

Llevamos a cabo este ejercicio, pero especialmente al primer comité de periodistas, conformado como respuesta a la columna publicada en el diario regional *El Nuevo Día* y en varios portales informativos del departamento, fue: *¿Qué es lo entregamos los periodistas, y los medios, y qué podemos dar, en medio de este panorama de pandemia y desánimo?* La respuesta: *Noticias*; esa es nuestra razón de ser (Sánchez, 2020). Apoyados precisamente en esa función básica del periodismo, podíamos dar lo que es propio del oficio: noticias, para este caso positivas.

Es precisamente en esa filosofía de periodismo, que bien podríamos unirnos para dar lo que es propio del oficio a nuestra querida Ibagué: Noticias positivas. El momento así lo reclama. Notas que eleven el ánimo, la moral, que nos muestren y dejen ver tan significativas luchas, el temple, la “berraquera” de una ciudad que se niega a desfallecer pese a la adversidad y el momento difícil que enfrenta. (*El Cronista*, 2020, p. 1)

Fue así como Oscar Viña, director de *El Cronista*; Adriana Quijano, gerente de *El Nuevo Día*; Duber Salazar, director de *El Irreverente*; Juan Carlos Morales, director de Centauro Televisión; Daniel Giraldo, de *El Tortugazo*; Miguel Gómez, de Don Tamalio Achiras, y Oscar Charry, de Café Político, inmediatamente se pusieron la camiseta de Noticiatón. Dijeron sí a la idea del columnista Nelson Germán Sánchez Pérez “Gersan”, y con ellos empezó el trabajo de contenido, logística y costos, y el de cómo concretar la iniciativa. Definir parrilla, temas, fecha de emisión y producción fue parte de la tarea llevada a cabo en ocho reuniones virtuales, con innumerables mensajes de texto y videoconferencias, hasta definir la fecha de emisión y el modo de transmisión. Se acordó que sería el 7 de agosto de 2020, a las 10:00 a. m., durante 24 horas (que a la postre fueron 27 de transmisión en vivo). A esta iniciativa, con el pasar de los días, se fueron sumando más medios y más plataformas informativas, hasta completar un poco más de 20, que difundieron la iniciativa, colaboraron con noticias para la parrilla e hicieron transmisiones en vivo, previamente y a lo largo de ese mismo 7 de agosto, como parte de su aporte al ejercicio, inédito para la ciudad y para toda Colombia: 24 horas transmitiendo solo noticias positivas y soluciones de una ciudad capital y en ella.

Los entretelones de este ejercicio son varios, complejos y muy positivos. Desde la búsqueda de puntos comunes para ponernos de acuerdo —los cuales no fueron fáciles en cuanto al día, la duración y los costos por asumir—, pasando por definir que no se cobraría un solo peso por ningún aspecto de Noticiatón. Tampoco se comercializaría el evento, no se buscarían patrocinios públicos ni privados ni, mucho menos, se per-

mitiría que fuese un escenario político o para mostrar la gestión por parte de nadie.

Encontrar acuerdos y tener desencuentros sobre espacios y compromisos comerciales previamente adquiridos por los medios para el mismo día en que se iba a realizar la transmisión. Discutir de frente y marcar un muro sobre los intereses de figuras públicas tradicionales, dada la posible cercanía de algunos periodistas o medios con administraciones de turno que quisieran aprovechar la oportunidad para publicitar propuestas o logros de los gobiernos, fue algo que también hubo que afrontar y descartar; así mismo, la recarga de trabajo para los periodistas de medios participantes en el Noticiatón. Peso a ello, se logró el objetivo de mostrar el esfuerzo de emprendedores, famiempresarios, comerciantes, líderes sociales, profesionales independientes, trabajadores del rebusque, ibaguereños que se esforzaron por no desaparecer, por prestar sus servicios en plena pandemia, ser solidarios o llevar el sustento diario a sus hogares. Así, ese 7 de agosto, a las 10:00 a. m., inició la jornada, que terminó el sábado 8 de agosto, pasada la 1:00 p. m. Laborando por grupos, con los protocolos de bioseguridad respectivos, y no obstante el peso psicológico, que todos reconocimos sentir con el virus rondando, la misión se llevó a cabo desde los estudios de grabación y emisión prestados por la empresa León Gráficas.

Como periodistas, aprendimos mucho de lo que significa trabajar en equipo, deponer egos, hacer 24 horas en vivo en una *fanpage* y en portales y sobre todo, no perder de vista el objetivo común de dar una especie de inyección al ánimo de los ibaguereños.

Noticiatón fue eso: resaltar, exaltar, dar voz, rostro y nombre a los buenos ejemplos, a acciones positivas emprendidas desde marzo de 2020 en muchos rincones de La Ciudad Musical de quienes no se rindieron en medio de esta pandemia. Se convirtió en una ventana abierta para contar experiencias, en espacio para quienes creen que, si bien en la ciudad el desempleo hizo metástasis, se saldrá adelante con paciencia, ingenio, creatividad y buena actitud. Una vitrina para quitar fuerza a la angustia, la tristeza, el negativismo, la depresión y a esa sensación generalizada de derrota que se percibía. Un solaz para el alma y la mente, para elevar la empatía y, por qué no, rendir homenaje a la resiliencia.

Fueron 24 horas de noticias positivas que muestran soluciones a problemáticas reales, que dan cuenta de que otra realidad es posible, de que también es necesario exaltar y contar lo bueno, las acciones dignas de imitar. Que es necesario creer en nosotros mismos, pues como diría la filósofa española Adela Cortina (2018), es desde las creencias, las buenas creencias, desde donde se mueve el mundo y se logran las transformaciones sociales.

Vale la pena resaltar aquí que, luego de haber realizado Noticiatón, a lo largo de las semanas siguientes se dieron algunas movilizaciones sociales en Ibagué, que fueron informadas a través de los propios medios de comunicación de la ciudad. Campañas públicas como, por ejemplo, la que buscó apoyo a los campesinos habitantes del Cañón del Combeima, de Ibagué, promoviendo comprarles directamente sus productos; o el lanzamiento de una página dedicada exclusivamente a mujeres ibagueñas para apoyarse y promocionar sus emprendimientos. Igualmente,

la iniciativa Ibagué Activa, promovida por los gremios económicos y la Cámara de Comercio de Ibagué, para fomentar el autocuidado y la reactivación económica. Creo y Crear en Ibagué, la más reciente de dichas campañas, es un esfuerzo entre lo privado y lo público para contar cosas buenas que se producen en Ibagué y el talento de sus profesionales. Así mismo, hubo nuevas secciones de noticias positivas en algunos noticieros radiales y sitios web.

También cabe destacar las cifras y los indicadores obtenidos a través de la *fanpage* Noticiatón (creada como canal difusor y no para tener seguidores). Durante el desarrollo del evento se registraron 100 628 personas alcanzadas, 8461 interacciones, 28 403 reproducciones, casi 600 compartidos y 500 comentarios. Guarismos tan solo de la página oficial, sin tener en cuenta las propias estadísticas de los medios que contribuyeron con sus transmisiones en vivo y a reproducir las más de 120 notas producidas y emitidas en exclusiva para Noticiatón.

Tampoco se podría olvidar el gran número de comentarios, felicitaciones, observaciones, sugerencias temáticas y recomendaciones —si se diera una próxima versión— llegados a las redes sociales de los propios periodistas participantes y por sus contactos de WhatsApp.

La experiencia de Noticiatón nos enseñó a sus realizadores que lo positivo también es noticia y tiene audiencia. Que es pertinente dar el primer paso para abrir esa ventana de optimismo y apostar por recordar las cosas gratas de los ibaguereños. Que desde los medios se pueden incentivar causas ciudadanas buenas, nobles y que ayuden a una mejor convivencia.

No cabe duda de que el PS ha ganado mucho protagonismo para ayudar a afrontar cambios sociales, a mostrar respuestas cuando se cuenta cómo se lograron salidas a problemáticas parecidas en otros lugares. Eso fue parte del ejercicio que nos arriesgamos a llevar a cabo en Ibagué. Por ello, esperamos que su auge en nuestro país siga creciendo, pues, por ejemplo, ya lo presentaron entidades de tanta credibilidad como la Fundación Gabo, este 2020, en una de sus “cajas de herramientas”, inspirada en la Red de Periodismo de Soluciones.

Nos propusimos mostrar que los medios no están —ni siquiera en medio de una coyuntura y una situación tan atípicas como las provocadas por el COVID-19— solo para dar malas noticias y repetir cifras de muertos e infectados todos los días, como si se tratara de narrar la tabla de posiciones del campeonato del fútbol colombiano.

No puedo concluir este ni ningún escrito donde se haga referencia a Noticiatón sin dar las gracias totales a *El Cronista*, *El Nuevo Día*, Zona de Impacto de Ondas de Ibagué, *El Tortugazo*, *El Irreverente*, León Gráficas, Tolima Buenos Días, Don Tamalio Achiras, Café Político, Enfoque, TolimaOnLine, Escontexto, La Prensa Hoy, el noticiero de las básicas de RCN y Caracol Ibagué, *Revista El Gallo*, LOV, Tolima Universitario, Tu Radio, Ibagué.site, Periodismo al Día, Controversia, La Cabrilla y La Verdad Tolima, entre otros tantos, por su apoyo y su respaldo a esta idea.

Referencias

- Blanco, M. (2011). Investigación narrativa: una forma de generación de conocimientos. *Argumentos (México, DF)*, 24(67), 135-156. <https://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v24n67/v24n67a7.pdf>
- Cortina, A. (2011). *Educación en valores y responsabilidad cívica*. Editorial el Búho.
- ElCronista*. (2020, 20 de julio). Noticiatón: Noticias positivas por Ibagué. <https://elcronista.co/aldea/noticiaton-noticias-positivas-por-ibague>
- Heb, A. (2020, 19 de marzo). *Liza Gross: "El periodismo de soluciones apunta a crear un diálogo con las audiencias"*. <https://laboratoriodeperiodismo.org/periodismo-de-soluciones-liza-gross/>
- Ibagué como Vamos*. (2021). Informe de calidad Ibagué. https://ibaguecomovamos.org/wp-content/uploads/2021/08/Informe-de-calidad-de-vida-2020_1.pdf
- Sánchez, N. G. (2020, 19 de julio). *Noticiatón: Noticias positivas por Ibagué*. <https://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/opinion/columnistas/nelson-german-sanchez/451650-noticiaton-noticias-positivas-por-ibague>
- Toffler, A. (1970). *Future shock*. <http://www.iaa.com/resources/Telecom-muting2002.pdf>
- Together, A. (2020). *La pandemia que nos obligó a ser virtuales*. <https://ep00.epimg.net/descargables/2020/04/23/9cc3241c37d475af4902c81d0b844025.pdf>



Comunicación, información y lenguajes en tiempos de pandemia

Cátedra Unesco de Comunicación 2020

ISBN: 978-958-781-870-3 | DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.9789587818703>

Cómo citar este libro: Pereira, J. M.
y Gutiérrez, G. E. (eds.). (2023).
*Comunicación, información y lenguajes
en tiempos de pandemia. Cátedra
Unesco de Comunicación 2020.*
Bogotá: Editorial Pontificia
Universidad Javeriana.

Villalobos, J. B. (2020). *Periodismo de Soluciones*. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5996/5154>