

Medios y nuevos medios: la (in) visibilización del Chile diverso

**Por Patricia Peña*

Con un mercado de audiencia pequeño en comparación con otros países de la región, los chilenos nos acostumbramos a ver las mismas noticias en cualquiera de los noticieros televisión central a los que tenemos acceso, a leer (cuando lo hacemos) otra vez las mismas noticias que nos entregan los pocos matutinos y más bien a escuchar música, y también las mismas noticias, en nuestro saturado dial de FM.

Mi provocación en este análisis es que dejemos de ser audiencia pasiva por un momento, y comencemos a preguntarnos ¿qué sistema de medios de comunicación y qué nuevos medios queremos tener en los próximos años en nuestro país? ¿Cómo pensamos un modelo que retome la pregunta por lo público y lo privado, desde la mirada de la equidad, diversidad y pluralidad?

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación y prensa nacional es quizás el espejo que mejor refleja las contradicciones de lo que ha sido nuestro paso hacia la democracia. De hecho, es muy factible señalar que durante los años de la dictadura militar habían más medios y prensa escrita (de oposición) circulando – aunque fuera clandestinamente – que en la actualidad.

Sabemos que los diarios que leemos están en manos de los grupos Edwards y COPESA, provenientes de un mismo sector empresarial y que en regiones la concentración también tiende a repetirse. En ambos casos, estas empresas ya han comenzado su desembarco en nuevas áreas de negocios vinculadas a los nuevos medios (Internet), experimentando por ahora con podcasts de audio y televisión en forma de microcápsulas informativas.

Como en todo el mundo, la televisión es el medio más preferido y opera bajo criterios de mercado, incluso el canal nacional de televisión en un modelo de televisión pública único en el mundo. Esto implica vender sus “audiencias” al mejor postor y luchar en cada hora de emisión por captar la mayor cantidad de avisaje para sobrevivir. Esto ha generado situaciones como el hecho de que el canal de televisión católico, en su última organización programática haya optado por saturar la pantalla en horario vespertino con Los Simpsons, por cierto confiando en que eso es lo que “quiere la audiencia”, y en general con decisiones de parte de los directores de programación y contenidos que terminan desplazando programas y contenidos “más culturales” a las horas y días más insospechados. En buena parte, esto es lo que también ha fomentado que cada las familias chilenas, aún las de más escasos recursos, se esfuercen y cansados de ver más de lo mismo, opten por la televisión de pago, cable o satélite.

Un tema extremadamente delicado en este sector es que a la fecha, Chile no ha definido su próxima norma de televisión digital terrestre, que nos pondrá en la línea de lo que está pasando en el resto del mundo: la digitalización de los

contenidos. Con un fuerte lobby detrás de cada una de las opciones normativas, el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, aún no es capaz de definir una opción que permita potenciar la verdadera discusión sobre la televisión que queremos para Chile, después del bicentenario de manera de abrir oportunidades para las televisoras locales y regionales que buscan una oportunidad en este proceso, de manera que no se vuelvan a reproducir estas concentraciones. (Para más profundización de este debate ver las notas del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile <http://www.icei.uchile.cl/noticias/tvdigital.htm> y del Observatorio de Medios – FUCATEL <http://www.observatoriofucatel.cl/postura-del-observatorio-ante-los-proyectos-de-ley-de-tv-digital/>)

En radio, nuestra legislación termina haciendo oídos sordos a lo que en otros países sería considerado un monopolio de medios, cuando una misma empresa mediática llega a tener la cantidad de concesiones radiales que se dan en Chile, con una ley que en vez de evitar estas situaciones las fomenta. Un ejemplo de esto, es el caso del conglomerado español PRISA, que ha totalizado la propiedad de 12 estaciones de radio en Santiago, que sumado a sus filiales en regiones, le permite en la actualidad concentrar el 40% del espectro radiofónico nacional recibiendo el 60% de publicidad. En septiembre de 2008, el Senado chileno aprobó un proyecto de ley que “facilita” el proceso de concesiones radiales, eliminando varios requisitos y que en la práctica permitirá mantener el actual estado de propiedad por 25 años más (Para mayor profundización de este tema, ver la noticia de Radio Tierra en <http://www.radiotierra.cl/?q=node/969>).

La situación de las radios comunitarias / locales en Chile nunca ha sido fácil tampoco y quienes se han comprometido con ellas, la sacan a pulso cada día, presentando un verdadero servicio público en muchos casos. Décadas de funcionamiento sin una legislación que las promoviera adecuadamente y restringiendo la potencia de su señal, en la actualidad se ha puesto urgencia a un proyecto de ley que busca mejorar varios puntos pero que aún genera debate en relación a la sustentabilidad financiera de estas. (Para mayor referencias de este debate ver la nota de Foro Ciudadano <http://www.forociudadano.cl/articulo3.php?articulo=325>)

Como vemos, ya sea a nivel masivo, No es fácil hacer y crear un medio de comunicación – menos escrito - en la escena chilena. Ahí están las experiencias fallidas del diario El Metropolitano o el seminario Rocinante, junto a otras varias buenas ideas que no venden.

En este panorama, la irrupción de Internet ha permitido abrir una puerta potente, porque ha sido apropiada por nuevos proyectos independientes, locales y ciudadanos que buscan ahí una nueva forma de circular y llegar a una audiencia interesada en ver nuevas propuestas. Algunos de ellos se han tomado la web como el diario El Ciudadano que circula en versión impresa y en formato digital (www.elciudadano.cl), producido y coordinado desde el sur de Chile; la red de diarios ciudadanos como www.amaule.cl, o las publicaciones mapuches <http://www.nodo50.org/azkintuwe/> y <http://www.mapuexpress.net/?act=publications&id=325>

Otros proyectos, televisiones locales, regionales y proyectos independientes, comienzan a tomarse youtube para distribuir sus contenidos.

Pero Internet, es aún una tecnología de elite que está reflejando nuestras brechas sociales, generacionales y culturales ya existentes: llega a un poco más del 40% de los hogares chilenos, con precios para acceder a la calidad de conexión de banda ancha óptima por sobre el promedio latinoamericano, con localidades y pueblos que esperan conectividad cuando las empresas del sector no consideran viable extender la fibra óptica, que nos refleja la división entre los que pueden acceder a la red y saber cómo usarla y entre quienes no, entre hij@s hiperconectados y padres analfabetos digitales, entre profesores que saben menos que sus alumn@s de herramientas de web 2.0 y novedades tecnológicas.

Internet y los nuevos medios como plataformas no sólo para “hacer buenos negocios”, sino como una oportunidad para repensar la forma en que accedemos a nuestras voces, imágenes, discursos, propuestas y expresiones culturales y artísticas, nuestras formas de expresar lo que somos, soñamos y pensamos. Esa es la próxima frontera de tensión y debate sobre lo que queremos que sean nuestros medios, servicios y espacios públicos de comunicación, ciudadanos, locales, alternativos y masivos.