

El 27/F entre los medios analógicos y los digitales: de la audiencia televisiva a los “prosumidores” en casos de emergencia y catástrofes naturales

Chiara Sáez

Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
chiara.saez.baeza@uchile.cl

Patricia Peña

Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
patipena@uchile.cl

BIOGRAFÍAS

Chiara Sáez Baeza es Socióloga, Pontificia Universidad Católica de Chile. Doctora en Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor Asistente del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Sus áreas de investigación son: políticas de comunicación, televisión, comunicación alternativa.

Patricia Peña Miranda es Periodista y Magíster en Comunicación. Universidad Diego Portales, Santiago, Chile. MSc Communication, Information and Society, The London School of Economics and Political Science, Inglaterra. Profesor Asistente del Instituto de la Comunicación e Imagen, de la Universidad de Chile. Su área de investigación es usos sociales de las TICs, género y TICs, medios ciudadanos y web social.

RESUMEN

El objetivo de esta ponencia es sistematizar los escasos estudios que se han desarrollado en relación al impacto comunicacional – informacional asociado a la cobertura mediática (especialmente la televisiva) y al uso de los medios digitales (asociado especialmente a las redes sociales online) de manera de proponer elementos de análisis que permitan profundizar en los alcances y diferencias entre ambos tipos de soporte y comprender el modo en que las audiencias hicieron uso convergente de ambas tanto para recibir información durante la tragedia como para generar contenidos que aportaban información que no estaba en los medios tradicionales.

Palabras clave

Terremoto Chile 27F, cobertura televisiva, uso estratégico de web social y redes sociales, twitter

INTRODUCCION

El terremoto chileno de la madrugada 27 de febrero (o 27F) significó un momento crítico para lo que llamaremos “apropiación social de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)” en Chile, especialmente en relación al uso colectivo y estratégico de las aplicaciones y plataformas denominadas redes sociales (*social networking*) de la web social (o web 2.0) que permiten la generación de contenidos en línea, en tiempo real y la interacción del un@ a much@s: Facebook y especialmente Twitter.

Como problemática general, el terremoto evidenció la fragilidad de la red tecnológica y de telecomunicaciones en Chile (Barros, 2010), porque sistemas de alertas, comunicaciones telefónicas (incluyendo el funcionamiento de telefonía móvil) y el acceso a servicios de Internet se vieron seriamente colapsados durante la emergencia e incluso en los días posteriores. En primer lugar, por la caída en el sistema eléctrico, provocando que datacenters y proveedores de ISPs que estaban funcionando no dieran abasto y luego por un conjunto de fallas que provocaron la caída de Internet.

A los pocos minutos del terremoto, el rol de la televisión abierta fue clave en la entrega de información noticiosa con transmisiones que a eso de las 4:30 de la mañana ya mostraban a periodistas de turno en los noticieros entregando los primeros reportes de lo que estaba pasando: magnitud del sismo, su epicentro y las regiones afectadas por la emergencia¹. Desde el día siguiente al terremoto y especialmente durante la primera semana, la televisión desarrolló una estrategia

1 A pesar de su relevancia, principalmente hacia el interior de las regiones afectadas, en este artículo no nos referiremos al comportamiento de la radio ni el uso social de ella por parte de las audiencias durante la catástrofe.

ambivalente: jugó un rol orientador e informativo, pero al mismo tiempo desarrolló un enfoque espectacular y emotivo para acercarse al desastre (CNTV, 2010; Souza y Martínez, 2011), que despertó críticas y denuncias por parte de las audiencias, además de visibilizar la falta de información que se generaba desde el gobierno central y desde la Oficina Nacional de Emergencia (Onemi) en relación a confirmar la ocurrencia en las costas chilenas de un tsunami (maremoto), a los minutos de ocurrido el sismo.

En el ámbito de los medios digitales, la novedad va a residir en que por primera vez, hay registros del uso de una red social como Twitter, Facebook y Youtube, para dar cuenta en relatos de primera persona de lo que se había vivenciado en el terremoto, e incluso para dar cuenta del tsunami (maremoto), que en un primer momento ni autoridades ni medios de comunicación lograban confirmar, para pedir ayuda y convocar a la solidaridad - voluntariado y ubicar personas. De esta manera, tenemos un hecho de emergencia nacional que tradicionalmente era seguido y construido como relato colectivo en Chile a través de medios analógicos como radio y televisión, convertido en una tragedia donde cada persona podrá convertirse en actor y generador de contenidos claves sobre la experiencia del terremoto (cómo, cuándo, dónde), sus consecuencias y todo el proceso posterior de búsqueda y encuentro de personas, así como las diversas fortalezas y debilidades del proceso de superación de las primeras tareas de ayuda y reconstrucción en las ciudades y localidades más afectadas.

El objetivo de esta ponencia es sistematizar los escasos estudios que se han desarrollado en relación al impacto comunicacional – informacional asociado a la cobertura mediática (especialmente la televisiva) y al uso de los medios digitales (asociado especialmente a las redes sociales online) de manera de proponer elementos de análisis que permitan profundizar en los alcances y diferencias entre ambos tipos de soporte y comprender el modo en que las audiencias hicieron uso convergente de ambas tanto para recibir información durante la tragedia como para generar contenidos que aportaran información que no estaba en los medios tradicionales. El acceso y creciente uso social de este tipo de recursos y plataformas digitales, genera un interesante debate sobre las nuevas relaciones que se plantean entre medios de comunicación tradicional (mainstream media) y los llamado "social media" y redes sociales online. Aspectos claves en este análisis y reflexión crítica tienen que ver con el sentido de participación ciudadana y con la práctica social de "generación de contenidos", ya que implica romper las lógicas de "mediación" y dependencia de la información que generan otros (profesionales de la información) y poner en relieve la información que generan ciudadanos y ciudadanas, conectados y conectadas. Finalmente, planteamos una reflexión sobre la problemática de las comunicaciones en el contexto chileno en situaciones de catástrofes y emergencias, dentro del contexto sociológico más amplio relacionado con las implicancias de la vulnerabilidad social al interior de un estado neoliberal.

COBERTURA TELEVISIVA Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL TERREMOTO 27/F

En el caso de la televisión, es posible trazar un relato televisivo que inaugura TVN (el canal público empieza sus transmisiones 21 minutos después del terremoto²) y culmina con la Maratón Solidaria dirigida por Don Francisco una semana más tarde con todos los canales haciendo cobertura simultánea, pasando por las declaraciones de la presidenta Bachelet sobre la inexistencia de tsunami³ o la transmisión en directo de Amaro Gómez Pablos desde un supermercado saqueado de Concepción⁴, interpellando a las personas que se llevaban electrodomésticos.

La cobertura televisiva del terremoto no fue siempre adecuada. De hecho, provocó un pronunciamiento del Consejo de Ética de los Medios a principios de abril del mismo año, el cual llamó la atención sobre el excesivo dramatismo de la cobertura informativa, señalando:

“este Consejo estima inaceptable que a una persona que a consecuencia de un terremoto o de un incendio ha perdido su hogar y a miembros de su familia se le pregunte cómo se siente. Esa pregunta sólo lleva a obtener un primer plano de una mujer o de un hombre llorando e incapaz de responder, lo que es, en rigor, una ofensa a la dignidad de las personas. Igualmente merece reproche la práctica de acompañar imágenes de destrucción o de accidentes con comentarios en “off” hechos con inflexiones de voz que buscan profundizar la sensación de drama (CEM, 2010)”

Un estudio del CNTV (2010a) que incluye análisis de contenido, encuesta telefónica, grupos focales y entrevistas a informantes claves, da cuenta de distintas aristas del comportamiento de la televisión durante la primera semana posterior al terremoto.

Así el análisis de contenido indica que durante ese período la parrilla programática de los canales presentó las siguientes características:

2 Ver: <http://youtu.be/KMx3Yb7uXP0>

3 Ver: <http://www.youtube.com/watch?v=xPR82XO39FM>

4 Ver: http://www.youtube.com/watch?v=U_CiYKDWHRs

- 97,8% del contenido estuvo dedicado a tratar la catástrofe y sus consecuencias
- El principal formato de transmisión fueron las noticias con desarrollo (76,8%)
- Los principales actores de la noticia fueron personas naturales y gobierno. Las fuentes asociadas al Gobierno tanto Central como Regional y Local- tuvieron voz fundamentalmente en los temas relativos a la Constatación de Daños Materiales y Humanos (24%).
- Las personas naturales aparecieron como protagonistas - víctimas de la tragedia en un 82%. Pero lo anterior no ha de ser entendido como alta presencia de la sociedad civil organizada en las noticias (2,2%). A pesar de lo extremo de los datos, estos son coherentes con otros estudios de análisis del género Informativos, realizados en estudios anteriores del CNTV.
- Baja presencia en pantalla de actores fundamentales en situaciones de catástrofe, tales como expertos, organizaciones sociales y religiosas

Hablando comparativamente entre medios, en el estudio del CNTV las radios nacionales y locales obtuvieron la mejor evaluación (89% de notas 6 - 7), seguidas de Internet (72%) y luego la TV abierta (70%). Si bien en general se evaluó adecuadamente el rol cumplido por la TV, existió una mayor proporción de evaluaciones positivas -así como un mayor incremento en el consumo televisivo- entre los habitantes de las zonas no afectadas respecto a las zonas afectadas o medianamente afectadas por el terremoto. Esto porque las audiencias percibieron la cobertura televisiva como más informadora que orientadora, reduciéndose así su utilidad en las zonas más afectadas.

Dentro de esta orientación informadora hay a su vez una idea de que la TV fue sensacionalista en el tipo de cobertura que hizo de la catástrofe. El análisis de contenido arrojó que solo el 12,5% de la información se ajustaba a alguno de los criterios que definen la búsqueda del impacto emocional (principalmente la reiteración de imágenes impactantes relacionadas con la devastación provocada por el terremoto), pero al mismo tiempo el 35% de los encuestados tuvieron la percepción de que la televisión había actuado motivada por el rating. Todo lo anterior, a pesar de que el 65,9% de las noticias fueron emitidas en diferido, lo que quiere decir que existió tiempo para editar lo que aparecía en pantalla. Sin embargo, el CNTV no recibió prácticamente denuncias ciudadanas (2010b) ni levantó cargos y sanciones (2011a) contra la cobertura televisiva del terremoto, a pesar de la existencia de este sentido común crítico con el tipo de cobertura otorgada a la tragedia. Según el CNTV, la evaluación que hicieron las audiencias del tratamiento informativo del terremoto tiene que ver con una expectativa sobre la función simbólica que puede jugar la TV en la constitución de un *nosotros* nacional.

Al respecto, Bourdon (2004) sostiene que la TV ha operado históricamente como un dispositivo vinculado a la conformación del estado-nación, en tanto espacio cultural y político, incluso suponiendo que la nación no es un marco estable ni homogéneo. Esto sería así tanto en el contexto original de surgimiento de los monopolios públicos de radiodifusión como en el contexto actual global y de liberalización de las telecomunicaciones, porque el imaginario del *nosotros* nacional sigue siendo una forma importante de identificación cultural y organización colectiva. Para fundamentar su argumentación, el autor muestra de qué manera en el contexto europeo y en zonas de su influencia, la televisión -incluso más que la radio-, sobre todo después de la segunda guerra mundial se convirtió en una reserva de símbolos visuales de la nación, que permite vincular a los distintos grupos que conforman un espacio nacional, por encima de las distancias geográficas. Pone como ejemplo de ello el modo en que se trabaja al interior de cada país el hecho de que en sus fronteras no se reciban transmisiones foráneas y la señal propia llegue de manera adecuada.

De manera específica, Bourdon sostiene que la televisión pública es un vehículo para la integración social por medio de distintos mecanismos simbólicos que contribuyen a definir lo que constituye el *nosotros* oficial de un país. Para ello, no haría falta más que revisar su misión de servicio público: informa sobre la nación, educa sobre la cultura nacional y mucho de su entretenimiento (con el especial rol asignado a la ficción de origen propio) privilegia la trivía, artistas, festivales y autores nacionales. Las televisiones privadas no estarían exentas de un rol en la construcción de un *nosotros* colectivo, según Bourdon; sin embargo, el imperativo nacional no es el mismo para ellas, pues su representación de la nación es diferente: mientras las estaciones públicas nacionales tienen la misión de producir creaciones lo más originales posibles elogiando la herencia nacional, en las estaciones comerciales la originalidad queda supeditada al gusto de audiencia.

LOS USOS DE LAS REDES SOCIALES ONLINE: CIUDADAN@S COMUNICANDO LA TRAGEDIA

En el ámbito de los medios digitales, la emergencia del terremoto 27F es el primer evento de catástrofe natural en el contexto chileno donde habrá registros del uso de los servicios de las aplicaciones de redes sociales online, focalizado especialmente en Facebook y Twitter (con la etiqueta #27F o #terremotochile), para dar cuenta de qué estaba ocurriendo en tiempo real

durante la ocurrencia del sismo⁵, cómo se vivió esta experiencia en los días posteriores y a medida que las personas lograban acceder nuevamente a Internet y a servicios de teléfonos con conectividad a banda ancha móvil. Es decir, pasar de ser audiencia de lo que los medios y la prensa podían registrar y contar en ese momento a ser creadores de contenidos, relatos, visiones y testimonios de lo que había pasado en primera persona (Cobo y Pardo, 2007). De esta manera, tenemos un hecho de emergencia nacional que tradicionalmente era seguido y construido como relato mediado a través de y por medios masivos como la televisión, en una tragedia nacional donde cada persona podrá convertirse en productor y generador de contenidos claves de la experiencia de haber vivido un terremoto de magnitud 8.8 (cómo, cuándo, dónde).

Desde la práctica del registro audiovisual, se suben fotos y videos que daban cuenta del impacto del terremoto en las calles de ciudades o pueblos más afectados y sobretodo de lo que sería la ocurrencia del maremoto en los pueblos y localidades costeras, elaborados y captados con teléfonos celulares y videocámaras personales en el momento que ocurre el sismo y sobretodo en plataformas de web social (o web 2.0) como Youtube.com⁶, Flickr.com⁷ y Picasa.⁸

En estas prácticas comunicativas espontáneas de aficionados se ha acumulado un material de registro que posteriormente ha reconfirmado lo que ha salido a la luz pública en las audiencias del juicio penal denominado “caso tsunami” de autoridades nacionales que tuvieron a su cargo la gestión de la emergencia, especialmente la Oficina Nacional de Emergencia – ONEMI dependiente del Ministerio del Interior y del Servicio Hidrográfico y Oceanográfico de la Armada de Chile – SHOA, y que son cuestionadas por no dar la alerta temprana y oportuna de que ocurría un maremoto en las costas chilenas, de manera de haber decretado la evacuación de las poblaciones costeras⁹.

Es necesario señalar que a la fecha existen muy pocos estudios sobre el terremoto 27F y su impacto a nivel de uso de medios digitales, Internet y sus aplicaciones de web social, desde la mirada de la comunicación social y los estudios socioculturales. Una de las dimensiones que sí ha sido abordada, como señalamos en la introducción tiene que ver con que el terremoto evidenció la fragilidad de la red tecnológica y de telecomunicaciones en Chile (Barros, 2010, 2011), porque los sistemas de alertas, comunicaciones telefónicas (incluyendo el funcionamiento de telefonía móvil) y el acceso a servicios de Internet se vieron seriamente colapsados durante la emergencia e incluso en los días posteriores, primero por la caída en el sistema eléctrico lo que provocó que datacenters y proveedores de ISPs que estaban funcionando no dieran abasto y luego por un conjunto de fallas que provocaron la caída de Internet¹⁰.

Uno de los pocos estudios y propuestas de análisis sobre el uso de Twitter durante la emergencia que existen a la fecha (Mendoza et al, 2010) señala que los denominados hashtags (etiquetas) con las palabras: #terremoto #chile #tsunami #fuerzachile fueron los más utilizados durante las primeras horas de la emergencia del terremoto, especialmente por unas 10 cuentas de usuarios de este sistema que corresponden a medios de comunicación (noticieros) como @24horasTVN @Tele13 @CNNBreackingNews, periodistas de informativos de televisión como @tvn_mauricio (Mauricio Bustamante), @soledadonetto y @fernandopaulsen, además de conocidos tuiteros como @copano.

⁵Dos weblogs que sistematizaron mensajes de la red social de twitter en tiempo real, durante la ocurrencia del terremoto son los blogs de Alejandro Luengo en <http://gonzaloluengo.blogspot.com/2011/02/tweets-del-terremoto-tl-del-27-de.html> y Carlos Castillo en http://manzanamecanica.org/2010/02/especial_terremoto_2010_en_chile_cronica_del_dia_sabado_27_de_febrero.html.

⁶Un ejercicio de búsqueda por el descriptor “terremoto chile 2010” en la plataforma de youtube.com da cuenta de al menos 69 mil videos asociados y subidos por personas. Un ejemplo es el trabajo de resumen de varios de estos testimonios y registros sistematizados en <http://www.youtube.com/watch?v=9uFiQwkDGDc> y en <http://www.youtube.com/watch?v=W2xYkcPQtU0>, con un resumen editado de imágenes de videos de la ocurrencia e impacto del maremoto en <http://www.youtube.com/watch?v=A0Esiu66d90&feature=related>

⁷Al realizar en la plataforma de fotografías Flickr.com con el descriptor “terremoto chile” se encuentran los siguientes enlaces a álbumes de fotografías <http://www.flickr.com/search/?q=terremoto+chile&f=hp>

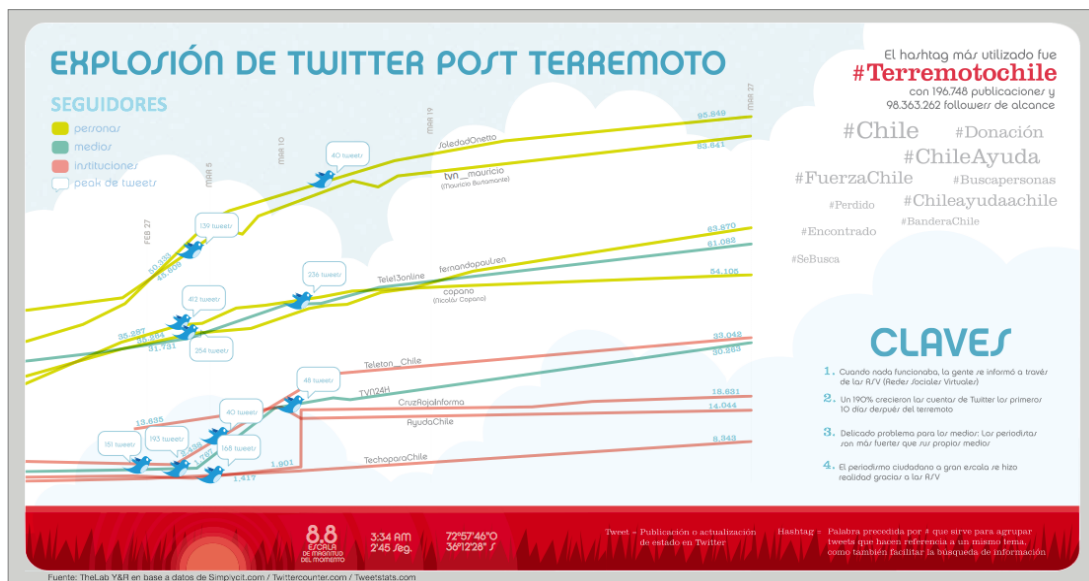
⁸Al realizar una búsqueda utilizando el descriptor “terremoto chile” en la plataforma de fotografías picasa-google.com da cuenta de los siguientes álbumes de fotos <https://picasaweb.google.com/lh/view?q=terremoto+chile&uname=109687244400781128189&psc=G&filter=1>

⁹En relación a esta polémica, a la fecha de presentación de este artículo se desarrolla un proceso judicial contra varias de las autoridades, tanto a nivel de administración pública del ex gobierno de la presidenta M.Bachelet como a las autoridades navales a cargo de la emergencia por la fallida alerta de maremoto.

¹⁰Para más antecedentes sobre lo que ocurrió con la caída de la infraestructura tecnológica durante la emergencia del terremoto 27F ver el artículo de José Miguel Piquer, profesor del Departamento de Ciencias de la Computación DCC de la Universidad de Chile, en el siguiente artículo – blog “Terremoto 2010: Internet, ¿Resistió bien la prueba?” (publicado originalmente el 10 de marzo de 2010) en la URL <http://dccuchile.blog.terra.cl/2010/03/10/terremoto-2010-%C2%BFinternet-resistio-bien-la-prueba/> y la sistematización que realiza Alejandro Barros en su publicación electrónica “Polis Digital: Algunas Reflexiones en torno al Desarrollo Digital de los países”, disponible en la URL <http://www.polisdigital.info/rol-de-las-tic-en-situaciones-de-crisis> y revisar la nota de prensa de la sección Tecno de la revista América Economía “27/F en Chile: el día en que las comunicaciones fallaron” en la URL <http://tecno.americaeconomia.com/noticias/27f-en-chile-el-dia-en-que-las-comunicaciones-fallaron>

Algunos datos, que fueron utilizados especialmente por los medios de prensa para asociar el crecimiento en la cantidad de usuarios y usuarias de la red social de Twitter en Chile, a partir de esta emergencia, son generados por agencias y empresas de marketing digital que tienen los recursos financieros y tecnológicos para desarrollar pequeños estudios sobre el comportamiento de los flujos de información en estas aplicaciones. Un ejemplo es el ejercicio que realiza la unidad de estudios digitales The Lab de la agencia de marketing Young & Rubicam (Y&R) en Chile y que propone el siguiente gráfico (Gráfico N°1) para ejemplificar la "explosión de twitter" entre el 27 de febrero y el 27 de marzo de 2010, en relación a la cantidad de seguidores de nueve cuentas de periodistas y comunicadores con vocación digital (@tvn_mauricio, @soledadonetto, @fernandopaulsen, @copano), de noticieros de televisión (@tele13online, @tvn24h) y de organizaciones de ayuda (@Teleton_Chile, @CruzRojaInforma, @AyudaChile y @TechoparaChile).

Gráfico N°1 Análisis y medición de red social Twitter de aumento en cantidad de seguidores de 9 cuentas de twitter durante la emergencia y postemergencia del terremoto 27F en Chile (elaborado por agencia The Lab Y&R)¹¹



Otro ejemplo, son los datos que generó y difundió la agencia de comunicación digital chilena [Simplycit](#), cuando estima que a febrero de 2010 había 100 mil usuarios chilenos en la popular red social de "microblogging". Luego del terremoto, esta cifra aumentó en 190%. Posteriormente, en una visita a Chile, [Jenna Dawn](#), directora mundial de comunicaciones de Twitter, señala que este porcentaje se incrementó en 500% en los tres meses siguientes y que se enviaron 2.392.839 "tweets" asociados con el hashtag #terremotochile.¹² Recordemos que un hecho clave en la gestión del servicio que facilita Twitter es la imposibilidad de acceder a recuperar archivos de mensajes enviados por esta red de una antigüedad mayor a una semana.

En las primeras horas de la emergencia, hubo desinformación con respecto a la magnitud que había tenido el sismo, sus consecuencias y sobretodo la cantidad de ciudades afectadas, lo cual se incrementó por las condiciones de incomunicación telefónica, especialmente con la caída del sistema de telefonía móvil y también de la red de Internet, la falta de luz y electricidad en las cinco regiones del país en que se siente el sismo. El registro de estos contenidos audiovisuales y los mensajes o información compartida a través de Facebook y Twitter, en la medida que se lograba tener acceso a Internet o a una señal para enviar mensajes, va a convertirse en canal por donde fluya información clave para dar cuenta de las condiciones en las cuales se encuentran las personas y sus familiares, para postear pedido de ayuda material, para buscar personas desaparecidas, entre otras acciones.

¹¹Infografía preparada por The Lab Y&R, unidad de consultoría de la agencia Young & Rubicam Latam.. Disponible en la siguiente URL http://www.thelabyr.cl/web/wp-content/themes/thelab/pdfs/Explosion_Twitter_post_terremoto.pdf y en su página de Facebook <http://es-es.facebook.com/notes/thelab-yr/explosi%C3%B3n-de-twitter-post-terremoto/413121346806>

¹²Declaraciones de Jenna Dawn citadas en nota de prensa publicada por la revista online AméricaEconomía, con fecha 03/03/2011 en la URL <http://tecno.americaeconomia.com/noticias/27f-en-chile-el-dia-en-que-las-comunicaciones-fallaron>

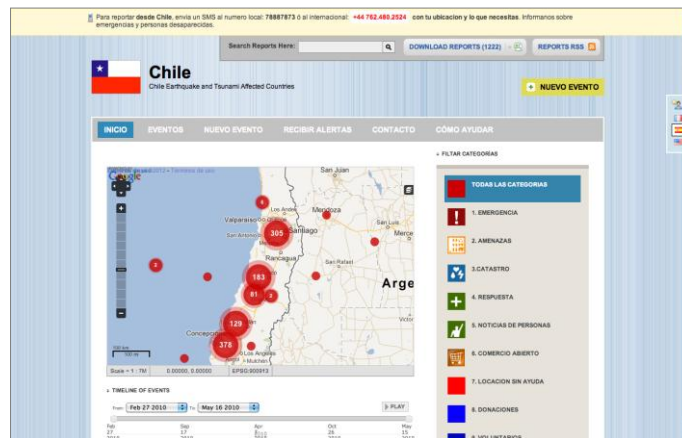
De esta práctica y de manera espontánea e inmediata, viene una tercera práctica que son la creación e implementación de blogs y sitios web que canalizaron información de la emergencia (especialmente utilizando la aplicación de Google Map), blogs y sitios web para canalizar ayuda material y monetaria, de convocatoria a voluntarios y que no necesariamente van a estar relacionadas con el trabajo que realizan las organizaciones oficiales a cargo de la emergencia: Oficina Nacional de Emergencia – ONEMI (dependiente del Ministerio del Interior), Cruz Roja.

Entre las iniciativas que más destacan se cuenta la articulación y coordinación de una red de voluntariado “digital” denominado Chile Ayuda (www.chileayuda.com, Imagen N°1), que desarrolló un sistema de visualización de información online utilizando Google maps sobre: cortes en las carreteras, ciudades con falta de luz y agua, proponiendo un sistema seguro online de donaciones internacionales y que posteriormente pasó a convertirse en la Fundación Digitales por Chile¹³, que realizó este trabajo hasta más de un año después de ocurrido el terremoto. También destaca el trabajo de apoyo que canalizó la plataforma de visualización y gestión de información online Ushahidi.com en el proyecto <http://chile.ushahidi.com> (Imagen n°2) y que ya había sido utilizado en el terremoto de Haití, ocurrido meses antes ese mismo año.

Imagen N°1 sitio web plataforma Chileayuda.com a la fecha¹⁴



Imagen N°2 sitio web plataforma Chile.Ushahidi.com a la fecha¹⁵



EMERGENCIAS Y CATÁSTROFES: SEMEJANZAS, DIFERENCIAS Y SINERGIAS ENTRE SOPORTES

Según el artículo de Souza y Martínez (2011), el terremoto fue un evento muy atractivo en términos televisivos, uno de cuyos

¹³ver <http://www.chileayuda.com/digitales-por-chile/>.

¹⁴última visualización del sitio web de chileayuda.com a marzo 2012.

¹⁵última visualización del sitio web <http://chile.ushahidi.com/> a marzo 2012.

sucesos más espectaculares fueron los saqueos de tiendas comerciales, producidos principalmente en Concepción, zona cero de la catástrofe. El problema de esta puesta en escena espectacular, es que dejó al televidente en una posición pasiva. Esta deuda de la televisión espectacularizante con un público más activo es la que, pensamos, vinieron a cubrir las redes sociales como espacio de construcción de un relato en primera persona del acontecimiento, precisamente como respuesta a este despojo del relato íntimo que realizó la TV.

Otro dato que permite entender en términos integrados la relación de las audiencias con la TV y las redes sociales, es que la crítica a la cobertura televisiva va a venir principalmente del grupo socioeconómico medio alto (en Chile conocido como C1) y la actitud menos crítica del grupo D, lo cual es coherente con los niveles de acceso a equipamiento tecnológico que permite el acceso a otras fuentes de información (en el caso del C1) por un lado y con la mejor evaluación y mayores expectativas que posee respectivamente el grupo D de de la TV, por el otro.

Un último punto tiene que ver precisamente con la sinergia que se puede identificar en la forma de llevar contenidos e información a la audiencia de los medios de comunicación tradicional y el uso estratégico de las redes sociales online por parte de una mayor cantidad de personas que accede a ella. Esta sinergia ha entregado un valioso material de prueba y testimonio de la contradicción que hubo en la falta de información oportuna y temprana sobre la ocurrencia del maremoto en las costas chilenas y entre el registro de las personas que captaron estos momentos con sus cámaras de teléfonos móviles o cámaras de video o los mensajes intercambiados a través de las redes sociales online como Twitter y Facebook que también daban cuenta de la ocurrencia de esta situación de emergencia. La sinergia permitió que varios relatos televisivos noticiosos pudieran dar cuenta en las horas posteriores de que efectivamente el “rumor” de que había ocurrido un tsunami podía ser confirmado, a pesar de la falta de información oficial que había por parte de las autoridades nacionales. Los días posteriores al terremoto, se convirtió en una práctica en noticieros televisivos y otros programas especiales tener una franja inferior donde se visualizaban los mensajes e informaciones de Twitter que las personas seguían utilizando para dar cuenta de lo que pasaba en sus ciudades y comunidades, para seguir con la búsqueda de personas desaparecidas o encontradas.

REFLEXIONES FINALES

Como hemos señalado un primer punto a relevar en este artículo es la falta de sistematización, estudios y análisis de carácter académico sobre el impacto de una situación de emergencia y catástrofe natural como el terremoto 27F en este proceso de transición desde un sistema de medios masivos analógicos que construye y media la realidad noticiosa hacia un sistema y plataforma de medios digitales que permite y facilita la creación y producción de contenidos propios por quienes hasta ahora era parte de la “audiencia”. El 27F constituye el primer gran evento de crisis para testear esta tensión entre viejos y nuevos medios, pero esta tensión seguirá produciéndose ante otros eventos conflictivos, tanto producto de condiciones naturales como sociales. Por esta razón, sería óptimo poder contar con la posibilidad de acceder a las bases de datos de estas redes sociales para poder hacer investigaciones académicas.

El terremoto del 27F también pone de manifiesto la necesidad de consolidar un sistema integrado de información y comunicación entre medios y sistemas tradicionales que permita enfrentar emergencias y catástrofes naturales y de otro tipo utilizando todas las ventajas que ofrecen las tecnologías de información y comunicación, con el resguardo de que efectivamente en Chile existen todavía un porcentaje de la población que no accede a Internet o a servicios de conectividad digital y de que persisten falencias en el sistema de telefonía móvil que implica que cada vez que ocurre un sismo de intensidad, éste colapse de inmediato para realizar llamadas y que se privilegie el uso de la mensajería de texto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barros, A. (2010): El Comportamiento de la Infraestructura Tecnológica y de Comunicaciones, en Dossier Información y Catástrofes, Cuadernos de Información N°26 Enero – Junio 2010, Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en la URL <http://cuadernos.uc.cl/uc/files/journals/3/articles/17/submission/original/17-33-1-SM.pdf>

Barros, A y otros. (2011): El Rol de las TIC en situaciones de crisis, en Polis Digital: Algunas Reflexiones en torno a Políticas Públicas de Desarrollo Digital. Publicación versión online disponible y descargable en la URL <http://www.polisdigital.info/>

Bourdon, J. (2004): “Is television a global medium? A historical view”, en Tasha G. Oren & Patrice Petro (eds.): *Global Currents: media and technology now*. New Jersey: Rutgers. Pgs. 93 – 112

Cobo, C. , Pardo, H (2007), Planeta web 2.0 Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food, Universidad Vic, España – Flasco México. Publicación disponible en la URL <http://www.planetaweb2.net>

CEM (2010): Resolución N° 151 del Consejo de Ética de los Medios “Cobertura de noticias en situaciones de catástrofe”. URL: http://www.consejodeetica.cl/medios_austales/fallos/Resolucion151.pdf

CNTV (2010a): Cobertura televisiva del terremoto. La catástrofe vista a través de la pantalla,

la audiencia y la industria. Consejo Nacional de Televisión: Departamento de Estudios. URL: <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TerremotoInformeCoberturaTelevisiva.pdf>

CNTV (2010b): Balance Denuncias Ciudadanas 2010. Consejo Nacional de Televisión. Departamento de Supervisión. URL: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110606/pags/20110606120651.html

CNTV (2011a): Balance Cargos y Sanciones 2010. Consejo Nacional de Televisión: Departamento de Supervisión. URL: http://www.cntv.cl/balance-cargos-y-sanciones-2010/prontus_cntv/2011-08-03/100617.html

CNTV (2011b): Encuesta Nacional de Televisión. Principales resultados. Consejo Nacional de Televisión. Departamento de Estudios. URL: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110913/asocfile/20110913123632/7_entv_2011.pdf

Mendoza, M; Poblete, B, Castillo, C; Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT?, Presentado en SOMA 2010 Workshop in Social Media Analytics 25th July 2010 <http://snap.stanford.edu/soma2010/>, Descargable en http://snap.stanford.edu/soma2010/papers/soma2010_11.pdf y en <http://research.yahoo.com/pub/3255>

Souza, D. y Martínez, V. (2011): "La intervención de la televisión en el terremoto chileno", *Comunicar* n° 36 Volumen 18. p. 69-76.

Videos You tube

Titulares 24 Horas TVN – 27F 2010. http://www.youtube.com/watch?v=4BnOvqttw_Q&feature=related

Reporte 24 horas TVN saqueo líder Concepción: http://www.youtube.com/watch?v=U_CiYKDWHRs&feature=related

Presidenta Bachelet habla a los medios de comunicación y prensa nacional:

<http://www.youtube.com/watch?v=xPR82XO39FM&feature=relmfu>

Replica Traspaso de mando Monserrat Alvarez TVN: <http://www.youtube.com/watch?v=PCowvggzt-8&feature=related>