

IMPACTO DE TWITTER EN ECUADOR, CASO 30S

Gabriela de las M. CORONEL S.
Universidad Técnica Particular de Loja.
Loja, 11-01-608, Ecuador

AURA C. MIER S.
Universidad Técnica Particular de Loja.
Loja, 11-01-608, Ecuador

Resumen:

Desde el nacimiento de uno de los servicios de *microblogging* que mayor aceptación ha tenido en el mundo de Internet, *Twitter*, se avizoraron cambios en cuanto a la transmisión de información, además, del gran potencial que permite una mayor democratización de la comunicación, gracias a la oportunidad de participación, acceso e inmediatez en la recepción y transmisión en 140 caracteres o menos. Es así como uno de los hechos de mayor trascendencia en Ecuador [sublevación militar 30 de septiembre 2011] #30S, transformó la manera de acceder a los acontecimientos. Los medios tradicionales no hicieron uso de los nuevos medios, sin embargo, los ciudadanos aprovecharon la tecnología y se expresaron a través de sus dispositivos móviles.

Keywords: Ecuador, Twitter, medios de comunicación, participación, EcuadorTv, 30s.

Introducción

Alrededor del mundo y en algunas esferas en especial se menciona que la llamada red de redes, Internet, “muestra la capacidad de las personas para trascender las reglas institucionales, superar las barreras burocráticas y subvertir los valores establecidos en el proceso de creación de un nuevo mundo” (Castells, 2001). Desde su creación hace ya 40 años ha venido evolucionando y ha llegado a más usuarios, dejó de ser exclusivo para acciones militares y pasó a formar parte de procesos inimaginables en la sociedad. *Twitter* en Ecuador se convirtió en el único medio de difusión en el cual se podía encontrar otro tipo de información, tomando en cuenta que los medios masivos no han aprovechado este espacio en la red para transmitir su punto de vista.

Redes sociales marcan tendencias de comunicación

Su expansión alrededor del mundo es incontable, si bien a principios del 2000 eran pocos los países que poseían abiertamente acceso, las cifras al fin de esta década demuestran un crecimiento en ciertos continentes como el Africano 5.6%, y el caso especial de Latinoamérica y el Caribe Americano, que anualmente crece un 10.4% en conectividad-

El sociólogo Giddens cita a Lilley [2004] quién manifiesta que desde la aparición de las tecnologías de la información, las conexiones laxas y relativamente informales adquieren mayor prominencia en la organización de la sociedad, facilitando la creación de redes de individuos, grupos y organizaciones más eficaces y globales. El papel que las redes sociales desempeñan en la difusión del bien o del mal, han impulsado la creación de estrategias novedosas para abordar los problemas sociales.

Ya en el 2006 la Revista *Time*¹ mostró el poder que tendrían las aplicaciones basadas en la Web 2.0, y denominó al ciudadano común como personaje de ese año: *You – Yes, You-Are: “YOU”*² &³.



Imagen N°1: *Time: Person of the year: You.*
Edition: U.S. Diciembre 25, 2006. Vol. 168 No. 26.
Imagen N°2: *Time: The Generation changing the World.* Edition: U.S. February 28, 2011. Vol. 177 No. 8

Internet está abierto a medios de comunicación tradicionales -prensa, radio, televisión-, empresas

¹ Véase:

<http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601061225,00.html> [21/02/2011]

² Véase:

<http://www.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html> [21/02/2011]

³ Véase:

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html> [21/02/2011]

industriales, financieras y comerciales, a la publicidad, al ocio, a los gobiernos, a la delincuencia internacional, a los centros educativos, a las iglesias, a los ciudadanos particulares, etc. Con la llegada de la Web Social o Web 2.0, promovida por O'Reilly y su equipo a mediados de 2004, empieza a surgir el cuestionamiento de la verdadera WWW (*World, Wide, Web*) y su implicación con la sociedad y particularmente con el usuario de Internet. La diferencia radica en la participación que tiene el usuario, ya sea desde el aporte de su conocimiento, siendo parte activa de la Web a través de redes sociales⁴, o, en si, construyendo una "arquitectura de la participación"⁵. (Cobo; Pardo, 2007)

Uno de los servicios de *microblogging* de mayor relevancia en estos últimos cuatro años es *Twitter* [www.twitter.com]. Muchos han visto un gran potencial en ésta herramienta, porque permite una mayor democratización de la comunicación; gracias a la oportunidad de participación, acceso e inmediatez en la recepción y transmisión de información en 140 caracteres o menos, cumpliendo así el proceso de comunicación.

En la candidatura presidencial de *Barack Obama*, se intensificó y masificó el uso de *Twitter* en acontecimientos políticos, pero lo más importante fue, el hecho de que alrededor de un millón de seguidores (*followers*) fueron testigos de cada *tweets*⁶ enviado desde algún Estado del país. Caso similar ocurrió en las elecciones del 26 de abril de 2009, donde el Ecuador elegía a las autoridades de gobierno nacional y local. El uso de *hashtags* para distinguir sus publicaciones facilitó la búsqueda antes, durante y luego del evento electoral⁷.

En 1972 McLuhan y Barrington Nevitt entre sus premisas mencionaron que "la tecnología permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de *productor y consumidor de contenidos*" (Islas-Carmona, 2008). Esto nos lleva a dar el salto de consumidor a productor, *prosumer*, término acuñado en 1996 por Alvin Toffle en su obra *The Third Wave* (Tapscott & Williams, 2009).

⁴ Comunidades virtuales que se relacionan entre si y mantener constante comunicación entre personas afines a ciertos temas de interés. Encontramos a *Facebook*, *Hi5*, *Myspace*, *Twitter*, *Second Life*.

⁵ Esta arquitectura se construye alrededor de las personas y no de las tecnologías (...) La idea de una arquitectura de la participación se basa en el principio de que las nuevas tecnologías potencian el intercambio y la colaboración entre los usuarios. (O'Reilly)

⁶ Semejante a las entradas o post en un blog.

⁷ Algunos de los "tuiteros" optó por integrar *Cover it live*⁷ a sus blogs, con el *tag #26*, causando interés de algunos medios de comunicación como, Últimas Noticias, El Tiempo, Fundamedios, entre otros, que hicieron lo mismo, colocaron en la página principal de su web la herramienta, permitiendo al lector y a sus reporteros conocer incidencias de las elecciones en las diferentes provincias del país de primera mano, datos de ciudadanos.

Trasladándolo al hecho informativo o comunicacional, se manifiesta en la función o papel que el usuario tiene al difundir sus contenidos en la red, sean imágenes, audios, videos, o textos, pero cargados de aportes singificativos que podrán ser validados unicamente con el *feedback* que reciban de sus pares o consumidores. Este perfil de nuevo usuario se evidenció durante la jornada del #30s en Ecuador, (la policía se levantó en contra del gobierno ecuatoriano) en el cual los medios tradicionales tuvieron que sumarse a la cadena nacional transmitida por el canal público ECTV,⁸ dado el estado de excepción⁹, que fue publicado por la misma cuenta de *Presidencia*¹⁰ en *Twitter*.



Imagen N°3: *Twitter*:

http://www.twitter.com/Presidencia_Ec. 30 de septiembre de 2010.

Twitter en Ecuador se convirtió en el único medio de difusión en línea en el cual se podía encontrar otro tipo de información, tomando en cuenta que los medios masivos no aprovecharon su espacio en la red para transmitir el otro lado de los hechos. Periodistas que mantenían sus cuentas en ésta herramienta fueron las fuentes de información para quienes estaban tras una pantalla de computador o dispositivo móvil.



⁸ <http://www.ecuadortv.ec/>

⁹ Decreto Ejecutivo 488, emitido el 30 de septiembre de 2010.

<http://www.sigob.gov.ec/decretos/download.ashx?TY=D&ID=5168>. [Consulta: 08/enero/2011]

¹⁰ @presidencia_ec
http://twitter.com/presidencia_ec/status/26004680445
[Consulta: 08/enero/2011]

 CubaenNoticias RT @maitelpez: #30S #Ecuador, las FF AA a la calle para instaurar el orden
Twitter - 30 Sep 2010

 LaJiribilla RT @cubaennoticias: Tratan de tumbar a presidente #Correa alerta a los pueblos hermanos no al golpe #30S #Ecuador
Twitter - 30 Sep 2010

 msarthou Fotos sobre el #30S #ecuador Tensión en Ecuador - lanacion.com | Blogs - lanacion.com.ar
Twitter - 30 Sep 2010

Imagen N°4: Google búsqueda en tiempo real
<http://www.google.com> 30 de septiembre de 2010.

Diarios internacionales dan eco a la emisión de hechos a través de Twitter tal como lo mostró Cadena Ser en una de sus notas¹¹.

Ecuador decreta el estado de excepción a través de Twitter

Una revuelta policial mantiene acorralado al presidente Rafael Correa en un hospital

CADENA SER 30-09-2010

El Gobierno de Ecuador ha anunciado a través de su cuenta de Twitter que decreta el estado de excepción en el país en respuesta a los disturbios registrados este jueves y que, según el presidente Rafael Correa, se deben a un "intento de golpe de Estado"

Imagen N°5: Cadena Ser
http://www.cadenaser.com/internacional/articulo/ecuador-decreta-estado-excepcion-traves-twitter/csrsrpor/20100930csrsrint_3/Tes
[04/02/2011]



6:03 ricardo_999: RT @paulavermimmen: estamos siendo brutalmente reprimidos hombres y mujeres que estamos en pie de lucha! #ecuador [via Twitter]

6:03 xavi_tt: RT @eduardopalacios: RT @pedritoortizjr: FOTO DE SAQUEO TIA DE GUAYAQUIL FLORESTA 1 #30S [via Twitter]

6:03 cochinoCFK: RT @adrianvigna: " #Correa está siendo defendido por un grupo de 10 personas en el quinto piso del hospital de Policía donde está retenido ... [via Twitter]

6:03 PatyHD: @TareckPSUV @chavezcandanga #RESISTENCIAPOPULAR #ECUADOR #30S para apoyar a nuestro pueblo hermano [via Twitter]

6:04 pabloescandon: ¿Dónde está la cobertura en vivo de Ecuador TV? La Red es nuestra. #ecuador [via Twitter]

Imagen N°6: Covert It Live en el blog Ciudad @ City,
<http://srtamartinez.blogspot.com/2010/09/las-menciones-de-la-situacion-de.html> [04/02/2011]

¹¹ Véase:

http://www.cadenaser.com/internacional/articulo/ecuador-decreta-estado-excepcion-traves-twitter/csrsrpor/20100930csrsrint_3/Tes [04/02/2011]

Para conocer más de los hechos, se recurrió al análisis del informe del *seguimiento de la crisis nacional en Twitter de EcuadorTV, de Llorente & Cuenca* consultores, en el periodo 30/09/2010 (16:00) hasta 1/10/2010 (10:00).

Se presenta un resumen desde la perspectiva de la comunicación oficial y los comentarios generados más relevantes, a través de un análisis estadístico de la conversación generada en torno al 30 de septiembre; monitoreando cuentas relevantes y palabras claves.

- Tweets analizados¹²: 383.061
- Tweets por hora¹³: 21.281,17 T/h
- Usuarios únicos¹⁴: 96.596
- Palabras mencionadas¹⁵: 533.234
- Impresiones totales¹⁶: 372.841.730
- Impresiones totales por hora¹⁷: 372.841.730

Entre las palabras claves que ocupan los primeros lugares y que fueron usadas para identificar el hecho fueron: #30S, #Ecuador, #policiaec, #rafaelcorrea.

Esta imagen [N°7] presenta un resumen desde la perspectiva de la comunicación oficial y los comentarios generados en torno a la crisis,



Imagen N°7 Palabras y usuarios monitorizados.

¹² Son los Tweets que analizamos del total emitidos en Twitter para generar los informes solicitados por los clientes y usuarios de nuestra plataforma.

¹³ Media de Tweets escritos por hora.

¹⁴ Hace referencia al número total de usuarios distintos de Twitter que han participado en este medio mencionando alguno de los términos seleccionados en el informe.

¹⁵ Indica el número total de veces que se han nombrado algunas de las palabras añadidas en el informe en Twitter.

¹⁶ Cantidad total de usuarios que han recibido tweets con alguna de las palabras o usuarios monitorizados.

¹⁷ Cantidad media de usuarios que han recibido tweets con alguna de las palabras o usuarios monitorizados

Tráfico de la conversación

La franja comprendida entre las 21h00 y 23h00 momento en el que se dio el rescate del Presidente fue el que generó un gran número de comentarios.

Se muestra el porcentaje de citas de cada uno de las palabras monitorizadas, teniendo en cuenta la suma de mensajes, menciones, *replies* y *retweets*. La acogida de los usuarios suscritos fue creciendo de manera importante a medida que se suscitaron los acontecimientos.

Ecuador a pesar de ser un país con escasa penetración en el uso de Twitter fue uno de los generadores de gran parte de los comentarios, sin embargo también se emitieron mensajes desde otros espacios y lugares del mundo.

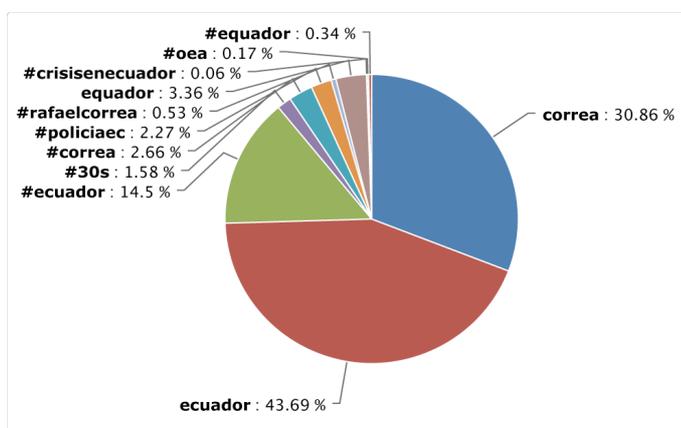


Gráfico N°1

En general, la gráfica muestra un número importante en la emisión de mensajes desde las cuentas encargadas, tanto de Ecuador TV, como de Presidencia Ecuador. Pero llama más la atención que la “menciones” de éstas ocupen un 51% del total investigado.

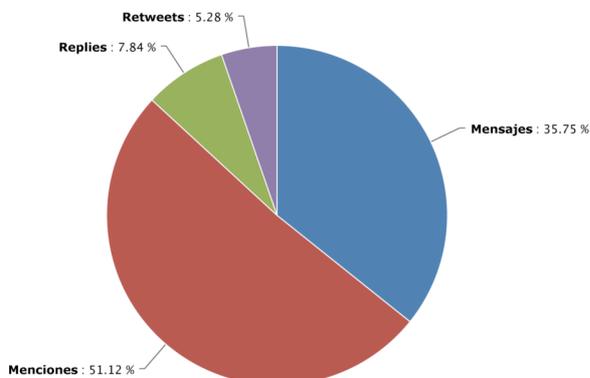


Gráfico N°3



in reply to @RTVEcuador ↑



@RTVEcuador ya está tomada la señal?

13 hours ago via web ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

Imagen N°8

Menciones y comentarios enviados

Se produjeron 296 retweets y 453 menciones de @rtvecuador. Y de @presidencia_ec el número de emisiones de tweets fue superado por delante de las cuentas analizadas.

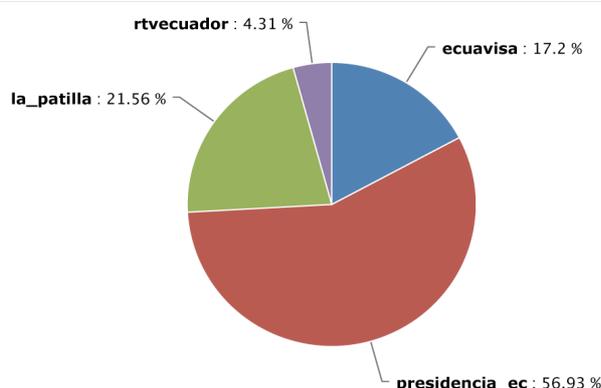


Gráfico N°2



in reply to @RTVEcuador ↑



@RTVEcuador qué pasa con la fuerza armada que no rescatan al presidente???

14 hours ago via web ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

Imagen N°9

El canal mantuvo actualización continua de la información, incluso cuando irrumpieron en los estudios del canal. Los usuarios manifestaban su inquietud en cuanto a la situación de los periodistas y la toma del edificio.



Imagen N°10

Se generaron también un sin número de respuestas favorables así como también comentarios desfavorables sobre la posición del canal público.



Imagen N°11



Imagen N°12



Imagen N°13

Carolina Becerra, consulta junior de la Consultora Llorente & Cuenca manifiesta que la reputación del canal fue bastante equilibrada, existieron publicaciones positivas apoyadas en blogs, redes sociales, desde el exterior mucha gente se solidarizó, sin embargo, también hubo gente que estuvo en contra de los acontecimientos (...) y fue la información o replicas online de los medios tradicionales que estaban en contra del gobierno, lo que desprendió en el monitoreo estadísticas negativas que cuestionaban lo que pasó en el canal Ecuador TV.

Un gran silencio de los medios tradicionales en Internet

Ecuador TV, es un canal gubernamental, que está siendo pionero en el uso de redes sociales y aporta al desarrollo de las Tic's en el país, en esta ocasión dio un ejemplo claro de cómo se deberían usar las redes sociales para informar los hechos acontecidos el 30s.

Los medios tradicionales y privados se remitieron a transmitir la señal del canal público, olvidaron el potencial de herramientas como *Twitter* para informar a la ciudadanía y no sentir que la libertad de expresión estaba reprimida, es decir, utilizaban este hecho trascendental en la vida de un país para promover su presencia en redes sociales.

Ha decir del encargado de la estrategia de comunicación digital de EcuadorTV, Javier Duro, lo que sucedió el 30 de septiembre, es que todas las páginas de televisión en Internet de los medios ecuatorianos no emitieron información. El efecto de este fenómeno fue que gran parte de las personas buscaban en Internet información en diferentes herramientas. En Ecuador surgió como ha pasado en otros países como: Irán, Chile, Haití, las redes sociales, en especial *Twitter* surgió como un canal de información de primera mano, con personas retransmitiendo desde el lugar de los hechos.

En el lapso de 6 horas EcuadorTV se convirtió en una fuente de referencia internacional, sirviendo de fuente de información pública a los ciudadanos, se multiplicaron los seguidores, tuvo una gran cantidad de menciones, en resumen fue importante el papel que había jugado en Internet.

Sin embargo, no se puede dejar de mencionar el papel de periodistas que encontraron en este escenario un espacio para contar lo que pasaba, fue el caso de Susana Morán, periodista del Comercio la que hizo esta labor e informó a través de la red.

Conclusiones:

Para muchos puede ser un sueño convertido en realidad decir que solo a través de Internet se pueden derribar barreras sociopolíticas o de opresión. Si bien, éste canal contribuye a socializar muchos acontecimientos se debe tomar en cuenta que necesita ayuda o soporte de otros para ejercer fuerza [coacción o no] para lograrlo, debido a que, muchos países no tienen un elevado nivel de penetración y acceso a Internet. Sabiendo que va más allá de la llamada brecha digital, considerándola más como cultural y educativa.

En Ecuador todavía los medios tradicionales no descubren el impacto que tiene la Internet y creen estrategias de comunicación que impliquen el uso de herramientas web 2.0 y medios *off line*, que permitirá crear canales interactivos con el público, estableciendo una cultura participativa.

En la red, sin embargo, el consumo de la información debe realizarse de manera responsable, los usuarios deberán escoger los datos que consideren más fidedignos. Los rumores y la información inexacta se multiplica de manera poderosa y arrolladora, en el caso del 30s circulaban versiones contradictorias y confusas y el internauta era quien decidía que leía y cuál era su fuente confiable de información.

Diario El País publicó un especial denominado “2011 el año de las revueltas”, mostrando las incidencias ocurridas en Medio Oriente donde la población joven alcanza el 60% siendo estos menores a 30 años. Lo que los manifestantes piden y quieren es ser tratados como ciudadanos, no como súbditos. A decir de Time¹⁸, en una encuesta reciente de la juventud Medio Oriente, el deseo N° 1 fue a vivir en un país libre, aunque, sin duda, el empleo y el deseo de vivir en sociedades modernas fueron parte esencial de sus respuestas.

”Los jóvenes de la región han utilizado como herramienta para la movilización las redes sociales, fundamentalmente Twitter y Facebook.” Diario El País¹⁹

”Las redes sociales han sido la principal razón que ha movido a la gente desde el mundo virtual hasta las calles, porque este mundo virtual era el único lugar donde se podía protestar sin ser visto por el Gobierno. Ibrahim Abdelaty²⁰.

”Nuestras conexiones afectan a muchos aspectos de nuestra vida cotidiana, acontecimientos tan excepcionales como un asesinato o la donación de órganos no son más que la punta del iceberg. Cómo nos sentimos, lo que sabemos, con quién nos casamos, si enfermamos o no, cuánto dinero ganamos y si votamos o dejamos de hacerlo son cosas todas ellas que dependen de los nexos que nos nos vinculan los unos a los otros. Las redes sociales difunden felicidad, generosidad y amor. Siempre están ahí, ejerciendo una influencia sutil y al mismo tiempo determinante en nuestras elecciones, acciones, pensamientos, sentimientos y también en nuestros deseos. Además, esas conexiones no terminan en las personas que conocemos. Más allá de nuestros horizontes sociales, los amigos de los amigos de nuestros amigos pueden impulsar reacciones en cadena que acaben por alcanzarnos, como las olas que, venidas de tierras lejanas, rompen en nuestras playas.” (Christakis & Fowler, 2010)

¹⁸ Véase

<http://www.time.com/time/world/article/0,8599,2049804,00.html> [28/02/2011]

¹⁹ Véase <http://www.elpais.com/especial/revueltas-en-el-mundo-arabe/> [15/02/2011]

²⁰ Véase <http://www.elpais.com/especial/revueltas-en-el-mundo-arabe/egipto/ibrahim-abdelaty.html> [08/03/2011]

Bibliografía:

1. Berners-Lee, T. (15 de Noviembre de 2009). *World Wide Web Foundation*. Retrieved 19 de Febrero de 2011 from World Wide Web Foundation: <http://www.webfoundation.org/vision/history-of-the-web/> Berners-Lee, T., Cailliau, R., Groff, J.-F., & Pollermann, B. (1992). World-wide web: the information universe. *Electronic Networking (later renamed Internet Research)*
2. Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
3. Castells, M. (2003). *Galaxia Internet*. Barcelona: DEBOLSILLO.
4. Cobo Romani, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona / México DF.: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México.
5. Giddens, A. (2009). *Sociología* (Sexta ed.). Madrid: Alianza.
6. Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio* (primera edición ed.). Buenos Aires: La Crujía Ediciones. Igarza, R. (2008). *Nuevos medios, estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.
7. Igarza, R. (2008). *Nuevos medios, estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.
8. Llorente y Asociados (2011) Estadísticas Informe del seguimiento de la crisis nacional en el canal de Twitter de Ecuador Tv. 1 de octubre de 2010.
9. McLuhan, M. (1996). *Understanding Media*. . Barcelona: Paidós.
10. O'Reilly, T. (07 de Noviembre de 2007). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software . *Munich Personal RePEc Archive* , 37.
11. Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
12. Pavlik, J. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
13. Wolton, D. (2010). *Informar no es Comunicar*. Barcelona: Gedisa. Zaroni, L. (2008). *El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0*. Buenos Aires: Ediciones B.