

REDES SOCIALES MARCAN TENDENCIAS EN LA COMUNICACIÓN: ECUADOR Y EL #30S

Gabriela Coronel Salas¹

Resumen

Las redes sociales tienen una característica principal, fomentar la participación. El presente trabajo pretende dar a conocer la importancia que cobran las redes en el contexto mundial y en los procesos de democratización de la información. Sucedió con las revueltas ciudadanas en Medio Oriente [Egipto] a inicios de 2011, en Ecuador se hicieron presentes en el altercado policial del 30 de septiembre de 2010; demostrando de esta manera, que son parte trascendental de la necesidad de informar, comunicar, y ser escuchados. En la actualidad, Internet muestra que el ciudadano puede ser *prosumidor* de los hechos, transformando la manera de acceder y divulgar los acontecimientos a través de varios medios y dispositivos.

Palabras clave

Redes sociales, prosumidor, medios de comunicación, Twitter, Ecuador, 30S

Abstract

Social networks has a main feature that is to encourage participation. This paper pretends to highlight the importance of social network in a global context in the process of democratization of information. It happened with the riot citizens in the Middle East (Egypt) in early 2011, in the case of Ecuador, they were at the police happening of September 30, 2010; so, they are part of the transcendental need to inform, communicate and be heard. Today, the Internet shows that the citizens can be *prosumers* changing the way to access and disclose the events through different media and devices.

Keywords

Social networks, prosumer, mass media, Twitter, Ecuador, 30S.

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 llegando a más usuarios, dejó de ser exclusivo para acciones militares y pasó a formar parte de procesos inimaginables en la sociedad.

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 ésta década demuestra 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 [Tabla N°1].

MUNDO	Población Mundial (%)	Usuarios de Internet 2010	Penetración (%)	Usuarios (%)
África	1,013,779,050	110,931,700	10.9 %	5.6 %
Asia	3,834,792,852	825,094,396	21.5 %	42.0 %
Europa	813,319,511	475,069,448	58.4 %	24.2 %
Oriente Medio	212,336,924	63,240,946	29.8 %	3.2 %
América del Norte	344,124,450	266,224,500	77.4 %	13.5 %
América Latina /Caribe	592,556,972	204,689,836	34.5 %	10.4 %
Oceanía /Australia	34,700,201	21,263,990	61.3 %	1.1 %
Total mundial				

Tabla N° 1: tomado de Uso de Internet a nivel mundial. Datos revisados el 04 de febrero de 2011. Fuente: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

El sociólogo Giddens cita a Lilley [2004] quién manifestó 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.

A 2011 la Superintendencia de Telecomunicaciones de Ecuador anuncia que hasta diciembre de 2010 fueron 3,097.315²³ ecuatorianos de 14,306,876⁴ habitantes que accedieron a Internet, es decir el 21% de la población, de los cuáles 2,535.380⁵ tienen una cuenta en Facebook y un número menor en Twitter.

Ya en 2006 la Revista Time⁶ 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”*⁷ &⁸.



Imagen N°2: *Time: Person of the year: You.* Edition: U.S. Diciembre 25, 2006. Vol. 168 No. 26. **Imagen N°3:** *Time: The Generation changing the World.* Edition: U.S. February 28, 2011. Vol. 177 No. 8

A continuación se muestra el número en [millones y billones] de recursos subidos a la Internet, lo cual denota el comportamiento de los usuarios con cada una de las herramientas de las cuáles hace uso, creando de ésta manera una concatenación de conocimiento.

2010 - REDES SOCIALES	
152 millones	El número de bitácoras.
25 billones	Número de tweets en 2010.
100 millones	Nuevos usuarios de Twitter.
175 millones	Usuarios en Twitter.
7,7 millones	Personas que siguen a @ladygaga [Lady Gaga, el usuario de Twitter más seguido].
600 millones	Usuarios en Facebook.
250 millones	Nuevos usuarios de Facebook en 2010.
30 billones	Contenidos compartidos en Facebook cada mes.
70%	Usuarios de Facebook que viven fuera de Estados Unidos.
20 millones	Número de aplicaciones para Facebook instaladas cada día.
VIDEOS	
2 billones	El número de vídeos que se ven en YouTube cada día.
35	Número de horas de vídeo que se suben a YouTube cada minuto.
186	Número promedio de vídeos online que ve cada usuario de Internet por mes [USA].
84%	Porcentaje de usuarios de Internet que ven vídeos online [USA]
14%	Porcentaje de usuarios de Internet que suben vídeos online [USA].
+2 billones	El número de vídeos que se ven en Facebook cada mes.
20 millones	Número de vídeos subidos a Facebook cada mes.
IMÁGENES	
5 billones	Fotografías alojadas en Flickr [Septiembre 2010].
+3.000	Fotografías subidas a Flickr cada minuto.
130 millones	Número de fotografías subidas a Flickr cada mes.
+3 billones	Número de fotografías subidas a Facebook cada mes.
36 billones	Número de fotografías subidas a Facebook cada año.

Tabla N° 1: Los números en Internet. Datos obtenidos el 12 de enero de 2011⁹.

Fuente: <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>

Internet está abierto a medios de comunicación tradicionales -prensa, radio, televisión, empresas 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 sociales¹⁰, o, en si, construyendo una “arquitectura de la

participación”¹¹. (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*¹² 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 electoral¹³.

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).

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, en el cual los medios tradicionales tuvieron que sumarse a la cadena nacional transmitida por el canal público ECTV¹⁴, dado el estado de excepción¹⁵, que fue publicado por la misma cuenta de Presidencia¹⁶ en Twitter.



Imagen N°2: 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 quiénes estaban tras una pantalla de computador o dispositivo móvil.





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°3: 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 notas¹⁷.

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°4: Cadena Ser



Imagen N°5: Covert It Live en el *blog* Ciudad @ City, <http://srtamartinez.blogspot.com/2010/09/las-menciones-de-la-situacion-de.html>

Datos revisados el 04 de febrero de 2011.

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 Adbelaty²⁰

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 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 que va más allá de la llamada brecha digital, conciderándola más como cultural y educativa.

“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)

¹ Docente de la Univesidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. Doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Unviersidad Santigado de Compostela, España. Correo electrónico: glcoronel@utpl.edu.ec. Weblog: www.gabrielacoronsalas.com/bitacora.

³ Usuarios Internet a diciembre 2010 (3,097.315) / población a 2010 (14.306.876) = 21,6% http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/acceso_internet.pdf [22/02/2011]

⁴ Población a 2010. http://www.inec.gob.ec/web/guest/noticias/nothome/ecu_hab [02/04/2010]

⁵ Social Bakers, Ecuador <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/ecuador> [02/02/2010]

⁶ Véase: <http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601061225,00.html> [21/02/2011]

⁷ Véase: <http://www.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html> [21/02/2011]

⁸ Véase: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html> [21/02/2011]

⁹ Actualización hasta el 30/junio/2010, revisado a 14/febrero/2011

¹⁰ Comunidades virtuales que se relacionadas entre si y mantienen constante comunicación entre personas afines a ciertos temas de interés. Encontramos a *Facebok, Hi5, Myspace, Twitter, Second Life*.

¹¹ 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)

¹² Semejante a las entradas o post en un blog.

¹³ Algunos de los “tuiteros” optaron por integrar *Cover it live*¹³ 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 provincia del país de primera mano,

¹⁴ Véase: <http://www.ecuadortv.ec/>

¹⁵ 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]

¹⁶ @Presidencia_Ec http://twitter.com/presidencia_ec/status/26004680445 [Consulta: 08/enero/2011]

¹⁷ Véase: http://www.cadenaser.com/internacional/articulo/ecuador-decreta-estado-excepcion-traves-twitter/csrsrpor/20100930csrsrint_3/Tes [04/02/2011]

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]