

# Periodismo ciudadano y Twitter. El caso del 30-S ecuatoriano

*María Belén Albornoz  
Ricardo Rosales\**

Explicar cómo funciona el periodismo ciudadano en la era digital nos presenta una serie de dificultades. La primera tiene que ver con los lugares virtuales y los sujetos que ejercen dicho tipo de periodismo, así como los mecanismos con que producen la información. Una segunda que implica diferenciar información periodística, de opinión pública. Y una tercera que nos remite directamente al funcionamiento del artefacto socio-técnico Twitter. Esta primera aproximación al periodismo ciudadano en el Ecuador se centra en las primeras 48 horas de la sublevación policial del 30 de septiembre de 2010, durante las cuales el presidente de la República fue herido en un destacamento policial; detenido en el hospital de la policía, y liberado por las Fuerzas Armadas en un tiroteo sin precedentes en el país, además de que fue interrumpida la emisión de noticias de los medios de comunicación privados.

**PALABRAS CLAVE:** periodismo ciudadano, artefacto socio-técnico, Twitter, opinión, información.

Explaining how citizen journalism functions in the digital age presents us with a series of difficulties. The first has to do with identifying virtual spaces and the subjects that choose to exercise citizen journalism, as well as the specific mechanisms they use to produce information. A second difficulty implies differentiating between journalistic information and public opinion. And the third deals directly with Twitter's agency as a socio-technical artifact. This first approximation to citizen journalism in Ecuador is centered around the first forty-eight hours of the police uprising on September 30, 2010 during which the President was wounded in a police station and detained at the Police Hospital, news transmissions from the private media were suspended and the President was later freed by the armed forces after a shootout unprecedented in this country.

**KEY WORDS:** citizen journalism, socio-technical artifact, Twitter, opinion, information.

\* FLACSO Ecuador [balbornoz@flacso.org.ec] y [richard-rosales@hotmail.com].

## El contexto

EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2010 AMANECE con la primera sublevación en la historia de la policía ecuatoriana, cuando el Regimiento N° 1 de la ciudad de Quito se amotina para reclamar la aprobación de la Asamblea de la Ley Orgánica de Servicio Público. Ley que, entre otras reformas, elimina los ingresos adicionales de militares y policías por ascensos de grado. Las acciones del Regimiento N° 1 provocan protestas en otros regimientos policiales y militares del país, la toma de la pista del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito por parte de la Fuerza Aérea y la negativa, de gran parte de la policía, a vigilar las calles y proteger a la población de los delincuentes comunes, ocasionándose un incremento exponencial en los asaltos a bancos, locales comerciales y atracos.

El presidente de la República Rafael Correa decide visitar el Regimiento N° 1 una pocas horas luego de declararse la sublevación y se desencadenan una serie de hechos que ponen en riesgo su vida. Los medios de comunicación privados deben detener su transmisión noticiosa pocas horas más tarde a favor de una “cadena nacional” informativa que el gobierno ordena a través de la televisión y la radio públicas. Y desde ese momento Twitter adquiere un protagonismo sin parangón en la producción de noticias que no termina ni siquiera cuando a la noche los medios privados son autorizados a continuar con la transmisión en vivo de sus periodistas.

Los ciudadanos usan Twitter para obtener una versión de los hechos más allá de la narración oficial y empiezan a utilizar sus teléfonos celulares y sus computadores para acceder a una información no proveniente de los medios de comunicación profesionales. Las redes sociales emergen como espacios de compartición y de producción de representaciones de la realidad y los “hechos” empiezan a ser contruidos por ciudadanos de a pie.

Este trabajo se centra en analizar cómo funcionó el periodismo ciudadano en el 30-S<sup>1</sup> y en la agencia que tuvo Twitter en la producción de noticias. Para ello, hemos recuperado 7525 *tweets* a través de una búsqueda en Google de minuto a minuto de las primeras cuarenta y ocho horas desde que se declarara públicamente la sublevación policial. Este es el número total de *tweets* que Google nos permitió recuperar con los siguientes

*hashtags*: “sublevación policial Ecuador”, “revuelta policial Ecuador”, “Rafael Correa”, “golpe de Estado”, “policías Ecuador” y “militares Ecuador”. Recopilar el corpus que da sustento a este trabajo fue posible gracias al convenio firmado entre Google y Twitter en el año 2009 que habilitó a Google a replicar los contenidos producidos en Twitter en tiempo real.

## El marco teórico que guía la investigación

Este trabajo parte de la metáfora del “tejido sin costuras” para explicar las relaciones socio-técnicas, la cual nos compele a no realizar ninguna distinción *a priori* sobre el carácter tecnológico o social del artefacto (Bijker, 1993). El análisis socio-técnico nos permite un doble análisis: reconstruir el momento en que los artefactos tecnológicos se vuelven parte constitutiva de las relaciones sociales, políticas, económicas y culturales, y el momento en que estas distintas relaciones se materializan en artefactos tecnológicos. No se trata de la relación entre la tecnología y la sociedad.

Porque las sociedades están tecnológicamente configuradas, exactamente en el mismo momento y nivel en que las tecnologías son socialmente construidas y puestas en uso. Todas las tecnologías son sociales. *Todas las tecnologías son humanas* (por más inhumanas que a veces parezcan).

Por eso no se trata de considerar las tecnologías como *productos* o *procesos productivos*. Solo recientemente hemos percibido que las formas de *organización* también son tecnologías. Desde aquellas que asignan un orden a un conjunto de operaciones, de acciones bélicas, o de sistemas de evacuación de un estadio, hasta aquellas que adquieren formatos normativos, como los sistemas legales o las regulaciones de comercio [...] *La dimensión tecnológica atraviesa la existencia humana* [...] Lo curioso es que, normalmente reflexionamos poco sobre la tecnología. Pasa desapercibida, naturalizada como la lluvia o las olas. Sólo se hace visible en dos momentos particulares: cuando deja de funcionar o cuando cambia rápidamente [Thomas y Buch, 2008: 10].

Esta investigación plantea el principio de simetría en tres niveles. Primero, desde la concepción de Bloor (1973, 1976), quien propone que la naturaleza no puede

ser invocada para explicar la verdad de las creencias científicas. Segundo, desde la construcción social de la tecnología (Pinch y Bijker, 1984), que sostiene que el funcionamiento de la máquina no debe ser considerado como la “causa de su éxito, sino como el resultado de haber sido aceptada por grupos sociales relevantes (Bijker, 1993: 119); Bijker y Pinch extienden el principio de simetría para explicar que el funcionamiento de las máquinas debe ser analizado simétricamente. Y tercero, desde el criterio de simetría radical que permite analizar la agencia tanto de los actores humanos como la de los no humanos dentro de las dinámicas de cambio tecnológico. En este contexto teórico proponemos la noción de artefacto socio-técnico para analizar los niveles tecnológicos y sociales de la interacción en línea donde de forma simétrica, los actores humanos y no humanos contribuyen a co-construir Twitter y las prácticas de periodismo ciudadano (Siri, 2008).

### **Los lugares y los sujetos del periodismo ciudadano**

En términos generales se imagina al periodismo ciudadano como un producto de la Web 2.0, una fase del desarrollo del ciberespacio acompañada de una serie de herramientas tecnológicas que promueven la producción de contenidos por parte de los usuarios. Así el periodismo ciudadano se concibe como un producto más de la sociedad de la información y del diálogo entre sujetos globalizados. Esta concepción determinista del periodismo ciudadano deja por fuera las transformaciones sociales y culturales que han provocado nuevas estructuras organizacionales, políticas y civiles de la sociedad, aplanando la actual ecología de la información, donde se yuxtaponen nuevos flujos y producciones de noticias, se alternan los medios de comunicación tradicionales con los nuevos medios, y las nuevas tecnologías interactivas contribuyen a generar y diseminar contenidos imaginados por los ciudadanos.

La ecología actual de las noticias incorpora nuevas formaciones de información que ocasionan contraflujos, revelando voces y miradas distintas a las construidas por el mercado de los medios de comunicación (Allan y Thorsen, 2009). Ello contribuye a abrir la caja negra de la producción noticiosa, a revisar el control de las líneas editoriales y a visibilizar el ejercicio de poder que decide

quién ingresa y quién no al dominio de los medios. El periodismo ciudadano es parte de esta nueva marea de producción de la información y actúa dentro de plataformas alternativas de construcción de la noticia que no se someten a la jerarquía tradicional de las relaciones de poder de los medios, reconfigurando los modos en que se representa la realidad. “Las noticias empiezan a ser producidas por gente ordinaria que tiene algo que decir o mostrar y no sólo por las organizaciones de noticias ‘oficiales’ que han decidido tradicionalmente cómo las noticias deberían mostrarse” (Gillmor, 2006: 10).

La “aceleración en los procesos de cambio tecnológico” en la sociedad de la información es un vector indispensable para comprender cómo la comunicación se ha transformado. Según Wolton, esta aceleración obedece a dos fenómenos importantes: primero, la convergencia de múltiples factores, anteriormente autónomos, en el desarrollo de las comunicaciones; y segundo, la progresiva centralidad de la comunicación en la organización de nuestra sociedad (2004: 41). Puesto que los cambios en la comunicación son el resultado de unos procesos de gran complejidad tecnológica en los que convergen múltiples componentes (informática, electrónica, redes de comunicación, entre otros), la comunicación misma empieza a funcionar a partir de unas sinergias novedosas entre sectores, perdiendo su anterior autonomía. Al incrementar la intercomunicación entre sujetos se fortalece el carácter público de la comunicación y se fortalece la intrincada red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en el espacio público de cualquier sociedad (McQuail, 1998).

Así, la comunicación presenta varias dimensiones que deben ser consideradas en el contexto de la sociedad de la información: el acto mismo de comunicar puede tener un carácter privado y personal además de una significación pública; puede poseer un valor sociopolítico y también económico; puede ser considerado o bien como una cuestión de necesidad o bien como un lujo privado opcional; algo relacionado con el deseo más que con la necesidad. De esta manera, lo público califica lo que es abierto, disponible, colectivo y que se posee en común, a diferencia de lo individual personal.

Los lugares públicos que el periodismo ciudadano ayuda a co-construir deben entenderse dentro de esta original relación entre sujeto y tecnología. Lo que sucede en el

mundo *offline* se extiende al mundo *online* provocando una tensión entre lo virtual y lo real que favorece un “modo de estar” entre dos esferas antes concebidas de forma independiente y autónoma –*reality-virtuality-continuum*–<sup>2</sup>. De alguna manera, los límites entre lo real y lo virtual empiezan a difuminarse porque nuestros entornos parecen dejar de diferenciar entre mundos “sintéticos” y mundos “reales”, y no es extraño, que nuestras horas frente a las pantallas también produzcan nuevas percepciones y nuevos comportamientos. La “seducción videomática no se debe únicamente a la magia de las nuevas tecnologías, sino que está profundamente arraigada en esa ganancia de autonomía individual, en su posibilidad para cada cual de ser un agente libre de su tiempo, menos sujeto a las normas de las organizaciones rígidas” (Lipovetsky, 1986: 21).

El periodismo ciudadano aparece dentro de un contexto de producción de contenidos que va de la mano de un cambio tecnológico que puede comprenderse sólo en relación con un cambio social y con procesos de co-construcción, o de mutuo modelaje entre los grupos sociales y la tecnología (Oudshoorn y Pinch, 2005). Vemos por una parte, cómo la tecnología y el cambio social producen prácticas para tecnologizar el periodismo ciudadano, y por otra parte, cómo la cultura de periodismo ciudadano acompaña el desarrollo de herramientas tecnológicas de producción de información como Twitter. La producción de noticias a través de mensajes de no más de 140 caracteres es parte de un proceso socio-técnico de co-construcción entre elementos heterogéneos, actores, artefactos, regulaciones, normas sociales (Verceli y Thomas, 2007; Thomas y Buch, 2008).

El involucramiento de los ciudadanos en el proceso de creación de noticias puede ser visto bajo dos modalidades: la primera implica que los medios de comunicación tradicionales dan voz a los ciudadanos para que relaten sus propias historias; la segunda plantea la posibilidad de hacer periodismo por fuera de los medios de comunicación tradicionales, gracias a la expansión de las tecnologías de información y comunicación (Barber, 2007). Se conoce como periodismo ciudadano a los aportes informativos que por propia iniciativa vienen realizando los ciudadanos, durante los últimos años, a través de plataformas de información digitales. Es una tendencia que responde con producción informativa a la descon-

fianza que ha ido produciendo el periodismo tradicional excesivamente dependiente de las fuentes profesionales, pero su institucionalización ha sido posible gracias al deseo de los ciudadanos y a su reconocimiento por parte de los periodistas y los medios de comunicación (Salvat y Panigua, 2007).

Este trabajo centra su atención en la segunda modalidad: un periodismo ciudadano no mediatizado dentro del *mainstream* de los medios de comunicación, capaz de construir producción informativa a través de plataformas virtuales y dentro de esta relación *sui generis* con los medios de comunicación.

Es posible explicar este escenario, sólo si dejamos de separar lo social de lo tecnológico (Bijker, 1995). Hasta ahora hemos explicado el mundo y sus acontecimientos dentro de tal dicotomía, bien apelando al determinismo tecnológico que sostiene que todo artefacto posee su propio guión<sup>3</sup> y tiene la capacidad de obligar a los seres humanos a desempeñar algunos papeles de su libreto; o bien desde el determinismo social que considera que un artefacto es un transmisor neutral de la voluntad de los sujetos que lo utilizan y desempeña un papel pasivo en la acción que vehiculiza (Latour, 2007). Si aplicamos el principio de simetría radical (Callon, 1991; Latour, 2008), podemos explicar, en cambio, cómo los sujetos se transforman en relación con los artefactos y cómo los artefactos tienen agencia cuando están en relación con las personas. La simetría radical nos permite reconocer los híbridos, los fenómenos conformados por actores humanos y no humanos como es el caso del periodismo ciudadano en Twitter. Por ello es fundamental reconocer en estos términos a los actores que protagonizaron las prácticas de periodismo ciudadano, el 30-S en Ecuador, para explicar de forma situada cómo se establecen las relaciones entre ciudadanos, medios, tecnología y gobierno.

En las primeras horas del 30 de septiembre ecuatoriano, Quito y Twitter se convirtieron en los primeros lugares donde la producción de noticias se dio dentro de la tensión real-virtual. Lo que pasaba en la ciudad era traducido en el espacio virtual vía Twitter con los problemas de exclusión que ello representa, pues todos habitamos la ciudad pero muy pocos habitamos Twitter.

@Pablooski:  
“*Problemas en Ecuador!!! Los policías y militares en huelga!*”

@carlosvictorm:

*“Estoy embarcado en el vuelo de klm en quito y el vuelo no sale! Militares se tomaron el aeropuerto!”*

Todos habitamos la ciudad, pero no todos habitamos Twitter. En principio todos podemos observar e informar, pero sólo algunos pueden hacerlo vía Twitter y enlazarse con una red de producción informativa con la que dialogan. Aunque varios autores consideran que el periodismo ciudadano en gran medida consiste en las aportaciones informativas que los usuarios o los públicos realizan por iniciativa propia a través de los medios digitales (Salvat y Paniagua, 2007), ninguno reconoce el nivel de exclusión que implican los mundos digitales para los ciudadanos que no tienen la llave de esa “ciudad simultánea” que es representada dentro de la red social.

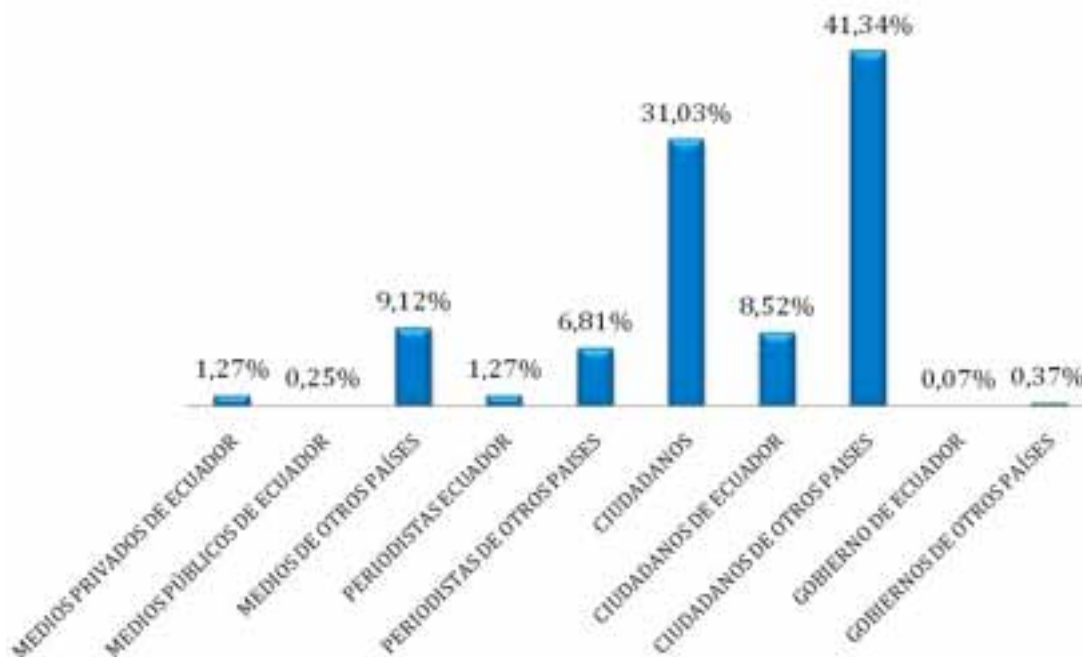
Cuando los medios de comunicación privados dejaron de emitir los sucesos del 30-S, los ciudadanos se volcaron a Twitter con un afán de participar activamente en la construcción de la realidad. La ciudad debe seguir siendo representada y los sujetos quieren estar informados. Twitter es uno de los lugares que permite que esto acontezca y la red social, al igual que sus usuarios, adquiere protagonismo, los sujetos dejan de conformarse con la información construida desde los medios públicos. El ciudadano-usuario participa en la producción

de la realidad social mediante la incorporación de datos y opiniones en contraste con la información profesional que circula en los espacios mediáticos tradicionales. Su participación no impide que se realicen viejas prácticas de periodismo tradicional, siguen vigentes los sesgos ideológicos, la construcción de hiperrealidades<sup>4</sup> o el activismo político. El ejercicio de periodismo ciudadano no es a-político y también ejerce prácticas de poder (Chillón, 2010).

¿Quiénes utilizaron Twitter durante la sublevación policial del 30-S? ¿Qué tipo de mensajes circularon por esta red social? ¿Permitió Twitter la producción de noticias “aquí y ahora” –premisas del periodismo ciudadano– en esta coyuntura? Y, sobre todo, ¿se convirtió Twitter en un lugar donde fue posible ejercer periodismo ciudadano?

Empezaremos describiendo de qué modo se configuró el universo de *twitteros* del 30-S a partir de los resultados del análisis de los *tweets* que circularon las primeras 48 horas desde que se desencadenó la sublevación. Como podemos observar en el gráfico 1, los grupos sociales más relevantes que habitaron Twitter el 30-S fueron los medios de comunicación, los periodistas, los ciudadanos y el gobierno –a través de varias de sus instituciones, tanto nacionales como seccionales.

Gráfico 1



Fuente de elaboración propia.

Los ciudadanos fueron los que más contenidos subieron a la red social, representaron 80.9% de los *twitteros* de la jornada; distinguimos tres tipos de esta categoría: extranjeros, ecuatorianos y sin localidad identificable. Una vez que empezamos a analizar los lugares desde dónde los sujetos enviaron sus *tweets*, nos llamó la atención el número de personas extranjeras (41.34%) informando, frente al número de ecuatorianos (8.52%). Debemos aclarar que 31.03% de *twitteros* no especificó su lugar de origen; por tanto, tenemos un alto porcentaje de individuos que no podemos localizar geográficamente. En todo caso, respecto a los *twitteros* ecuatorianos y los *twitteros* extranjeros, ¿cómo era posible con estos datos que se cumpliera la premisa del “aquí y ahora” del periodismo ciudadano, si quienes informaban no habitaban Quito? Esta deslocalización de los sujetos en la web, que por primera vez debía tener algún tipo de relación con los territorios *offline*, no acontecía. El *twittero* que informa ya no necesita “presenciar” los hechos, puede crear contenidos a partir de representaciones de la realidad que otros hacen; ellos pueden reproducir las “traducciones” de la realidad generadas por unos intermediarios. No conocemos cómo se informaron estos *twitteros* extranjeros para subir sus *tweets* informativos, pero lo que sí sabemos es que no *retweetearon* los contenidos de los *twitteros* ecuatorianos ni los *tweets* de los medios de comunicación que informaban a través de Twitter. Asumimos que Internet y la televisión debieron jugar un rol importante, bien a través de los blogs o espacios informativos ciudadanos, o bien a través de los medios de comunicación en línea, televisión y radio. Por otra parte, creemos importante resaltar otro tipo de fenómeno que encontramos frente al alto porcentaje de usuarios que no reportaron su lugar de origen: el posible desarrollo de una nueva noción de ciudadanía *online* que no se vincula a un determinado lugar físico (Gruzd, Wellman y Takhteyev, 2011).

Los medios de comunicación ecuatorianos que informaron por Twitter también se encuentran en desventaja frente a los medios de comunicación internacionales que logran 9.12% de *tweets*, en comparación con el 1.52% sumado de los medios públicos y privados. El mismo fenómeno lo volvemos a encontrar en la relación periodistas ecuatorianos versus periodistas extranjeros, y gobierno nacional frente a gobiernos de otros países.

## Información y opinión pública

Para explicar la diferencia entre información y opinión, en este trabajo hemos tomado la distinción que hace Patrick Charaudeau (2003) de ambas nociones.

Dentro de la comunicación mediática, la información y la opinión se consideran un fenómeno de construcción de sentido social basado en una producción discursiva de doble vía: “transformación” y “transacción” (Charaudeau, 2003: 49). La transformación convierte “un mundo por significar” en un “mundo significado”, estructurado gracias a cualidades que permiten identificar, nombrar, calificar, narrar y argumentar. Y la transacción es el proceso que ocurre entre quien produce la información y quien la recibe dentro de un marco de intencionalidad compartido. La información se inscribe en este proceso cuando quien describe, cuenta y explica un acontecimiento pretende lograr un “efecto de influencia” sobre su destinatario-receptor y cuando se establece un “universo de discurso (construido mediante el proceso de transformación) que habrá de constituir el objeto de intercambio que los sujetos deben reconocer y compartir” (*ibid.*, 2003: 51).

La opinión, en cambio, tiene que ver con los “saberes de creencia” encargados de comentar el mundo, de lograr que el mundo no exista por sí mismo sino a través de la lectura subjetiva que el sujeto realiza. Las creencias, entonces, funcionan a través de sistemas de interpretación que permiten evaluar las situaciones y las personas.

Cuando estas creencias se inscriben en una enunciación informativa, sirven para lograr que otro comparta esos juicios sobre el mundo, con lo cual se crea una relación de complicidad. Dicho de otro modo, toda información sobre una creencia actúa al mismo tiempo como interpelación del otro y lo obliga a tomar posición respecto a la evaluación que se le propone, y esto lo coloca en una posición reactiva, lo cual no ocurre necesariamente en el caso de la información que trata de conocimientos [Charaudeau, 2003: 57].

Gráfico 2



Fuente de elaboración propia.

Una de las mayores dificultades que presentó este trabajo fue diferenciar los *tweets* de opinión, de los de información, de modo que tuvimos que añadir una tercera categoría para los casos en que la información y la opinión iban entrelazadas, tal como lo presentamos en el gráfico 2. Para lograr diferenciar la construcción del mundo basada primordialmente en la mirada subjetiva de las personas de una construcción del mundo que privilegia contar lo sucedido a una audiencia minimizando el poder de la creencia, decidimos construir unas categorías que nos ayudaran en el clasificar los *tweets* en información y opinión:

Tabla 1

INFORMACIÓN	OPINIÓN
Descripción del hecho acaecido en la realidad	Punto de vista de uno o varios sujetos
Identificación y caracterización del hecho	Evaluación del hecho: posibilidades y probabilidades
Reconstrucción del hecho	Apreciación: juicios a favor o en contra
Explicación del hecho: por qué, cómo y finalidad	Argumentos: razones, cálculos, conjeturas
Datos: cifras, imágenes y gráficos	Escritura en primera persona del singular o del plural

Fuente de elaboración propia.

@JoseBaha

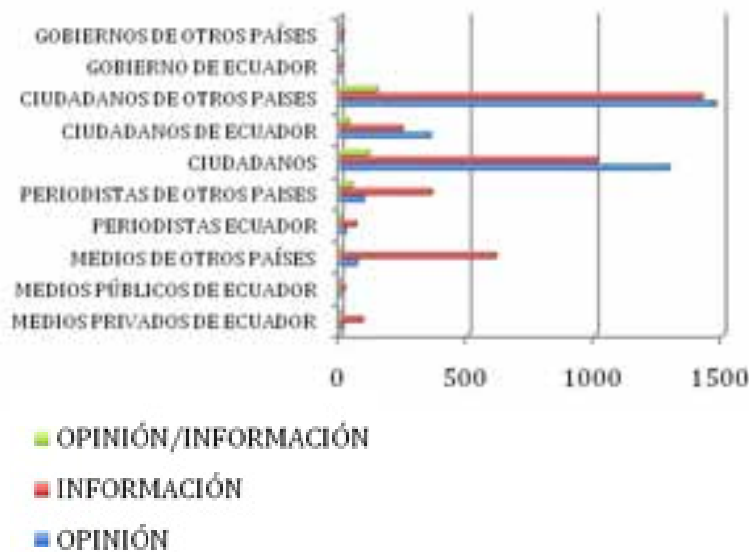
**POLICIAS Y MILITARES DEL ECUADOR PROTESTAN CONTRA GOBIERNO DE RAFAEL CORREA**

@AuzFabian

**Correa me cae al huevo, pero sacarlo (ahorita) no es la solución. #RectificaCorrea y en estos 4 años busquemos un buen reemplazo**

Twitter se convirtió en el 30-S en un lugar para informar y opinar en proporciones muy parecidas. Las versiones de los hechos estaban permeadas por descripciones y explicaciones que en muchos casos estaban cargados de creencias. Si bien fueron los ciudadanos quienes más opinaron e informaron en Twitter, como lo muestra el gráfico 3, de los *tweets* publicados por ellos, sólo 44% eran informativos, contra 51% de opinión y 5% de opinión-información. Ello debe indicarnos que no debemos caer en la tentación de asociar directamente producción de contenidos con periodismo ciudadano, incluso si dichos contenidos tienen la intención de describir y relatar un hecho.

Gráfico 3



Fuente de elaboración propia.

### Twitter como artefacto socio-técnico

Dentro del análisis socio-técnico de Twitter, la red social funciona como un artefacto socio-técnico constituido por tejido social y tecnológico y como un fenómeno socio-históricamente situado, que articula los procesos de co-construcción de artefactos y usuarios de tecnologías (Thomas y Buch, 2008: 208). El análisis socio-técnico permite comprender cómo las tecnologías y las regulaciones del código han contribuido a configurar los mundos virtuales no sólo a través de discursos e instituciones, sino de prácticas sociales y culturales concretas. Este enfoque nos concede, en primer término, la posibilidad de analizar el artefacto socio-técnico Twitter como estructurador de conductas, de formas de

comunicar y nos faculta a estudiar cómo los ciudadanos negocian y reconfiguran sus modos de comunicación en interacción con el artefacto tecnológico. Esto es, las formas de domesticación de la tecnología. Siguiendo a Silverstone, la domesticación implica: la apropiación, la objetivación, la incorporación y la conversión de la tecnología (Silverstone, 1992). La apropiación se ejerce a través de la apertura de una cuenta en Twitter; la objetivación muestra las normas, los principios y el sentido que los usuarios le otorgan al artefacto socio-técnico; la incorporación lo vuelve parte de la rutina cotidiana, naturalizando la tecnología hasta llegar al máximo estadio de la domesticación, y la conversión modela tanto el uso del objeto tecnológico como las relaciones entre los usuarios y las personas fuera de la casa. En segundo término, el modo en que las personas negocian, aceptan y usan el artefacto termina también reestructurando la interacción social de los grupos (Zimmerman, 1992) y co-construyendo nociones como la de periodismo ciudadano.

Twitter surge en 2006 como la red “*Twtr*” que tenía por objeto intercambiar mensaje de texto de los teléfonos celulares en redes móviles. La idea era que los usuarios lograran enviar un SMS a una comunidad de contactos para contarles lo que hacían y desde dónde. Se trataba de una red social que agrupaba a los amigos en pequeñas comunidades que compartían los contactos de los teléfonos móviles. Poco a poco se estabiliza la norma de 140 caracteres por mensaje y se da el salto de la pantalla del celular al del computador para utilizar la red social; son los usuarios los que prefieren el *microblogging* al envío de SMS, creando chats asincrónicos que podían ser leídos desde varios lugares a la vez y herramientas de publicación más eficientes a sus intereses.

Parte de la arquitectura de la web es que se trata de una red social que permite la creación de cuentas públicas y privadas. Son muy pocos los que optan por utilizar restricciones para que otros lean sus mensajes, en general, la tendencia de los usuarios es usar cuentas públicas donde cualquiera puede leer lo que los otros publican. La identificación del usuario es otro punto importante a resaltar, Twitter es una red social que privilegia la identificación de sus usuarios otorgándoles herramientas para describirse con gran nivel de detalle. Se trata de una arena conflictiva que se aprecia en las posturas ideológicas, religiosas y culturales que mantienen sus usuarios

La red se forma a partir de un sistema de seguidores, cada usuario puede seguir a otros y ser seguido; y los índices de popularidad se miden en términos de cuántos seguidores tiene cada usuario. Y es por ello que los periodistas, los *bloggers*, los políticos, los asesores de comunicación y los ciudadanos de a pie empezaron a integrar Twitter a su cotidianidad. “El uso del artefacto puede cambiar el sentido y la función simbólica del artefacto, y puede permitir o impedir performances de identidad, negociaciones de status y posición social” (Oudshoorn y Pinch, 2005: 14).

En el caso del 30-S, varios periodistas que informaron desde el hospital donde estaba recluido el presidente lograron más de mil seguidores nuevos en una sola tarde, como parte de la dinámica que la propia coyuntura política estaba creando dentro de la red social.

Twitter es un lugar del ciberespacio y como tal está regulado por las normas que rigen todos los lugares virtuales. Para poder comprender cómo Twitter pudo llegar a tener agencia dentro del 30-S, es primordial que expliquemos el valor que tiene la arquitectura en el ciberespacio como reguladora de comportamientos. Los espacios virtuales del ciberespacio se regulan primariamente a través del código, por tanto, las reglas de comportamiento se imponen en gran medida a través de estas regulaciones y otro tanto por medio de la sanción social. “Una regla se define no por su estatuto, sino por el código que gobierna dicho espacio [...] pues su arquitectura es su política” (Kapor citado por Lessig, 2006: 24). En el ciberespacio es el código el que define quién puede acceder a qué objetos digitales; así, en Twitter la creación de cuentas de carácter público, o el tamaño de los mensajes, son los códigos –entre muchos otros– que han privilegiado que la información circule con mayor facilidad y velocidad entre los usuarios. Lo que no pueden hacer los sujetos que habitan los mundos virtuales es cambiar los códigos que rigen dichos espacios. Es por ello que el código regula el tipo de interacciones que acontecen en estos puntos del ciberespacio, definiendo y controlando las libertades que tienen los sujetos.

La arquitectura de Twitter favorece el flujo de la información y para ello ha incorporado una función –que en el caso del 30-S nos mostró la agencia de la red social para posicionar la información que intercambiaban sus usuarios–, el “*retweet*” (RT). Esta función permite que



se pueda reenviar los mensajes que hemos recibido a nuestros seguidores; de manera que muchos usuarios hicieron uso de *retweet* para pasar a otros la información que creyeron relevante; 70.11% generaron contenidos propios y sólo 29.89% hizo *retweet* de otros usuarios.

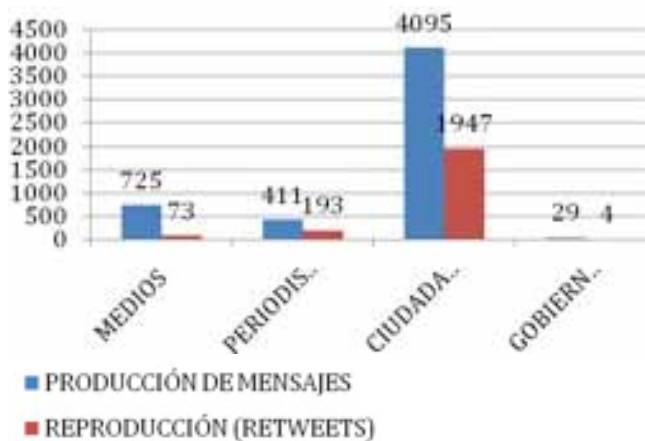
Gráfico 4



Fuente de elaboración propia.

A pesar de que el porcentaje de usuarios que hizo uso del *retweet* es bastante menor al de producción de mensajes propios, lo que llama la atención es que son los propios ciudadanos los que más practicaron el *retweet*, incluso por arriba de los periodistas o los medios.

Gráfico 5



Fuente de elaboración propia.

En el 30-S los ciudadanos extranjeros fueron los que más *retweetearon* a los medios de sus países. Un caso muy interesante, por el número de *twitteros* que usó el *retweet*, es el de los venezolanos reenviando mensajes de #teleSUR\_tv.

Hemos visto cómo Twitter es un artefacto socio-técnico que negocia con los usuarios los modos de producción de contenidos y las posibilidades de compartición de la información en tiempo real a grandes redes de usuarios. Su arquitectura juega un rol fundamental para organizar, a través de códigos, lo que le es permitido y lo que no a sus usuarios. Del mismo modo, el sentido de la red se ha transformado a través de la acción de sus usuarios en un sistema de *microblogging* y los chats asincrónicos ideales para la producción de periodismo ciudadano.

### Unas cuantas conclusiones

Las prácticas de periodismo ciudadano del 30-S en Ecuador que tuvieron lugar en Twitter nos muestran que la realidad es representada por los individuos a través de tecnologías que regulan cómo “representar” a través de mensajes de 140 caracteres. Hasta ahora, los estudios de estas nuevas prácticas de periodismo han hecho énfasis en la capacidad de los sujetos de participar en la construcción de los hechos, gracias a las posibilidades que las tecnologías les ofrecen para hacer circular los contenidos que producen. Lo que no se ha visto es cómo esas tecnologías terminan diseñando espacios públicos de circulación de información que norman las prácticas de generación de información, produciendo acciones situadas de co-construcción entre sujetos y tecnologías.

En este trabajo no sólo nos interesa señalar de qué modo los ciudadanos actuaron a través de una red social como Twitter para informar y mantenerse informados sobre los hechos cuando los medios de información tradicionales actuaron de forma excepcional a través de la cadena informativa de la televisión pública ecuatoriana. Sino también cómo se accionan los mecanismos de producción de información antes y después de dicha cadena informativa y su relación con los medios de comunicación dentro de la red social. En este sentido, hemos visto, por ejemplo, que el *retweet* es un dispositivo poderoso para replicar la información producida por otros, en particular la de los medios de comunicación. Y para comprender su importancia es necesario descubrir cómo funciona el código a través del diseño del artefacto Twitter, pues si la arquitectura de un sitio web es capaz de normar los comportamientos de las personas que lo habitan, la regulación es una función del diseño, y

por tanto, el ciberespacio es el lugar más regulado que el hombre haya conocido jamás (Lessig, 2006). También es el espacio más retroalimentado por las normas sociales que los sujetos producen dentro de su arquitectura.

Hemos observado, igualmente, que gran parte de los contenidos que se produjeron ese día fueron opiniones de los ciudadanos y no información que representara el “aquí y ahora” propios del periodismo ciudadano. La función asincrónica del *microblogging* desancla el tiempo y el espacio creando una tensión fundamental entre lo virtual y lo real en la producción de representaciones de la realidad.

El 30-S ecuatoriano es un caso privilegiado para observar cómo funciona el periodismo ciudadano y para abrir una puerta que nos permita entender otros puntos que estamos desarrollando en nuestra investigación como la relación entre medios de comunicación y Twitter; el nuevo espacio público virtual de las redes sociales; la internacionalización de la opinión pública en red, y las construcciones de hiperrealidad desde los ciudadanos.

## Notas

<sup>1</sup> Cuando un tema empieza a convertirse en motivo de discusión de muchos usuarios puede incluir el signo numeral adelante para convertirse en un “*hashtag*”, es decir, en un tema que puede ser rápidamente identificado por Twitter. #30-S es el *hashtag* que el bloguero Eduardo Arcos propuso a las 12:49 hrs del 30 de septiembre de 2010 para “identificar lo que pasa en #ecuador” [[http://www.elcomercio.com/politica/Bloguero-Eduardo-Arcos-registro-marca\\_0\\_608339200.html](http://www.elcomercio.com/politica/Bloguero-Eduardo-Arcos-registro-marca_0_608339200.html)].

<sup>2</sup> Hasta no hace mucho se tendía a describir la *realidad virtual* como la inmersión de los sujetos en un ambiente completamente sintético, que podía o no imitar a la realidad, y que excedía las barreras físicas del mundo real, donde el tiempo, la gravedad y otras propiedades materiales ya no tenían lugar; en contraste con el estricto ambiente del mundo real donde evidentemente las leyes físicas tienen vigencia. Actualmente estos dos conceptos no se utilizan como antítesis sino como extremos opuestos de un *continuum*, al que se ha llamado *realidad-virtualidad-continuum*. (Milgram *et al.*, 1994).

<sup>3</sup> Akrich sugiere que “como un guión de cine, los objetos técnicos definen el marco de acción conjuntamente con los

actores y el espacio en el cual se supone deben actuar [...] Los diseñadores construyen —explícita o implícitamente— imágenes de usuarios con distintos gustos, competencias, motivos, aspiraciones, prejuicios políticos, etc.” (1992: 208).

<sup>4</sup> Hiperrealidad es una noción planteada por Jean Baudrillard (1987) que opera cuando los sujetos hacen representaciones de la realidad y la presentan como “lo real”. Las representaciones de los medios de comunicación son tratadas por Baudrillard como hiperrealidades, ya que no vuelven visibles los procesos de intermediación y de subjetivación que operan en la producción de dichas representaciones.

<sup>5</sup> En esos años algunas redes que se volvieron populares le quitaban las vocales a sus nombres, como Flickr.

## Referencias

- Akrich, M. (1992), “The De-Description of Technical Objects” en Bijker, J. y W. Law (eds.), *Shaping Technology/ Building Society*. Cambridge, MIT Press.
- Allan, S. y E. Thorsen (2009), *Citizen Journalism: Global Crises and the Media*. Nueva York, Peter Lang Publishing.
- Barber, C. (2007), “No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol.13, Madrid, Universidad Complutense.
- Baudrillard, J. (1987), *Cultura y simulacro*. Barcelona, Kairós.
- Bijker, W. (1993), “Do Not Despair: There is Life after Constructivism” en *Science, Technology and Human Values*. Vol.18.
- (1995), *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, MIT Press.
- Bloor, D. (1973), “Wittgenstein and Mannheim on the Sociology of Mathematics” en *Studies in History and Philosophy of Science*. Parte A, vol. 4.
- (1976), *Conocimiento e imaginario social*. Barcelona, Gedisa.
- Callon, M. (1991), “Techno-economic Networks and Irreversibility” en Law, J. (ed.), *A Sociology of Monsters*. Londres, Routledge.
- Charaudeau, P. (2003), *El discurso de información mediática*. Barcelona-Buenos Aires, Gedisa.
- Chillón, J. M. (2010), “Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada”

- en *Eikasia. Revista de Filosofía*. Año V, Vol. 31, marzo, España.
- Gillmor, D. (2006), *We the Media*. EUA, O'Reilly Media.
- Gruzd, A., Wellman, B. y Y. Takhteyev (2011), "Imagining Twitter as an Imagined Community" en *American Behavioral Scientist*. Vol. 55, núm. 10, octubre.
- Latour, B. (2007), *Nunca fuimos modernos. Ensayos de antropología simétrica*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- (2008), *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor red*. Buenos Aires, Ediciones Manantial.
- Lessig, L. (2006), *Code 2.0*. USA, CreateSpace.
- Lipovetsky, G. (1986), *La era del vacío*. España, Anagrama.
- McQuail, D. (1998), *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Milgram, P. et al. (1994), "Augmented Reality: A Class of Displays on the Reality-virtuality Continuum" en *SPIE. Telemanipulator and Telepresence Technologies*. Vol. 2351.
- Oudshoorn, N. y T. Pinch (2005), *How Users Matter: The Co-construction of Users and Technology*. Cambridge, MIT Press.
- Salvat, G. y P. Paniagua (2007), "¿Es esto periodismo, ciudadano?" en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 13, Madrid, Universidad Complutense.
- Siri, L. (2008), "Un análisis de YouTube como artefacto socio-técnico" en *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Vol. 77.
- Thomas, H. y A. Buch (coords.) (2008), *Actos, actores y artefactos*. Argentina, Universidad Nacional de Quilmes.
- Vercelli, A. y H. Thomas (2007), "La co-construcción de tecnologías y regulaciones: análisis socio-técnico de un artefacto anti-copia de Sony-BMG" en *Espacios*. Vol. 28, núm. 3.
- Wolton, D. (2004), *Informar no es comunicar*. México, Gedisa.
- Zimmerman, D. (1992), "The Amish and the Telephone: Resistance and Reconstruction" en Silverstone, R. y E. Hirsch (eds.), *Consuming technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. Londres-Nueva York, Routledge.