



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

TWITTER COMO ESPACIO DE DELIBERACIÓN PÚBLICA: CASO DE
ESTUDIO COLECTIVO YASUNIDOS

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Periodismo

Profesor guía

Lcda. María Laspina Olmedo

Autor

Mateo Enrique Cabezas Coello

Año

2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

María Laspina Olmedo

Magister en Ciencias Sociales con Mención en Comunicación

C.C. 170748944-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Mateo Enrique Cabezas Coello

C.C. 171854869-4

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a mis padres y a mi hermano, quienes han sido un soporte muy importante durante toda mi vida y por supuesto en mi carrera universitaria. Sin su incondicional apoyo todo hubiera sido mucho más difícil.

Por otro lado, me gustaría agradecer a todos quienes conforman la Universidad De Las Américas, la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales, y sobre todo la Carrera de Periodismo, incluyendo al personal administrativo y a los profesores que tuve durante estos años.

Un especial agradecimiento a los amigos que pude conocer en la Universidad, que sin duda serán una parte importante de mí para el resto de la vida. Todas las experiencias vividas a su lado superan con creces el esfuerzo y sacrificio que demandó esta exigente, pero apasionante carrera.

¡GRACIAS CFC!

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta investigación a mis padres, puesto que representa el esfuerzo y las ganas que le he puesto a mis estudios universitarios desde el primer día. Muchas gracias por el apoyo que he recibido siempre y por ser los mejores guías en mi vida.

RESUMEN

Los temas de interés social siempre fueron discutidos y debatidos por las personas a lo largo de la historia. Sin embargo, los lugares en donde se mantuvieron estas comunicaciones han ido evolucionando poco a poco, hasta llegar a lo que hoy conocemos como la virtualidad, la cibercultura, el internet y, concretamente, las redes sociales.

Es interesante analizar de qué manera se producen estas interacciones, ya que gracias a eso se pueden tomar decisiones y sacar conclusiones acerca de la intencionalidad de los actores que participan en las discusiones y los debates en estas plataformas.

Las redes sociales han permitido que la gente se reúna o se agrupe sin la necesidad de una cercanía física, lo cual, a su vez, ha acortado los tiempos de organización y ha llevado la participación de las personas a otros niveles, los mismos que son necesarios estudiar.

Son muchos los cambios que se han generado gracias a nuevas herramientas; nuevos espacios, la reconfiguración de los tiempos, por ejemplo, hoy con las redes sociales se han acortado las brechas.

El tiempo y el espacio muchas veces ya no importan, así los protagonistas de la información y la sociedad en general viven dinámicas distintas. La comunicación entre los diversos actores es más factible, siempre y cuando estos posean el acceso a la tecnología, o en el caso puntual de esta investigación, de una cuenta de Twitter.

El caso a estudiar en esta investigación se enmarca en las redes sociales, sus usos y dinámicas. Específicamente, se realizará una aproximación al colectivo Yasunidos, que, en medio de dinámicas políticas complejas, lograron organizarse de tal manera en Twitter que obtuvieron miles de seguidores, lograron hacer tendencia en varias oportunidades y eso facilitó su proceso de recolección de firmas para proponer una consulta popular, como reacción a la

publicación del Gobierno Ecuatoriano de explotar el Yasuní ITT el 15 de agosto de 2013.

Este proceso de recolección de firmas, que inició el 18 de agosto de 2013 y finalizó el 6 de mayo de 2014, es justamente el período que se ha escogido para la muestra a investigar, pues representa el tramo en el que el colectivo estuvo más activo en sus redes sociales.

A partir de una metodología cualitativa, se realizará una etnografía virtual. Así mismo, se aplicarán ciertas técnicas, igualmente cualitativas, como entrevistas a profundidad a ciertos actores importantes de la coyuntura que se desarrolló alrededor del Yasuní. Entre las técnicas a ser aplicadas se incluye una observación participante del colectivo Yasunidos en Twitter, de un periodo de aproximadamente ocho meses.

1. Objetivo general

Analizar la utilización de Twitter para la generación de opinión pública en el caso del colectivo Yasunidos.

2. Objetivos específicos

- Identificar la estructura y componentes de Twitter como plataforma virtual.
- Conocer las dinámicas discursivas que se generaron en el caso del colectivo Yasunidos en Twitter.
- Analizar cuentas de usuarios y actores involucrados en las discusiones sobre el caso del colectivo Yasunidos en Twitter.

ABSTRACT

The social issues were always discussed and debated by people throughout history. However, the places where these communications are held have evolved gradually, to become what we now call virtuality, cyberculture, the Internet, and specifically social networking.

It is interesting to analyze how these interactions occur, and thanks to that can be taken decisions and draw conclusions about the intentionality of the actors involved in the discussions and debates on these platforms.

Social networks have allowed people to meet or be grouped without the need for physical proximity, which, in turn, has shortened the time has led the organization and participation of people at other levels, they are necessary study.

There are many changes that have been generated through new tools; new spaces, reconfiguration of time, for example, social networks today have shortened the gap.

Time and space do not matter many times, so the protagonists of the information society in general live different dynamics. Communication between the different actors is more feasible as long as these possess the access to technology, or specific case of this research, a Twitter account.

The case study in this research is part of the social and dynamic networks, their uses and dynamics. Specifically, an approach to collective Yasunidos, that in the midst of complex political dynamics, managed to organize in such a way that got thousands of Twitter followers, managed to trend on several occasions and that facilitated the process of collecting signatures to propose will conduct a referendum, in reaction to the publication of the Ecuadorian government to exploit the Yasuní ITT on August 15th, 2013.

This process of collecting signatures, which started August 18th 2013 and finished on May 7th 2014, is precisely the period that has been chosen for the sample to be investigated because it is the lapse of time in which the group was more active in its social networks.

From a qualitative methodology, it conducted a virtual ethnography. Also, certain techniques, qualitative also, that include interviews to important actors in the situation that developed around Yasuní, will be held. Among the techniques to be applied is included participant observation of collective Yasunidos in Twitter, in a period of approximately eight months.

ÍNDICE

Introducción	1
1. La generación de opinión pública	5
1.1. Estructuralismo	6
1.2. Interaccionismo Simbólico	9
1.3. Ciencia, Tecnología y Sociedad	12
1.4. La construcción de opinión pública	15
1.5. Implicaciones de los medios de comunicación para la construcción de opinión pública	21
2. Twitter: la nueva plaza pública	26
2.1. La web 2.0	27
2.2. Cibercultura	31
2.3. Mundos virtuales	35
2.4. Twitter como plataforma	37
2.5. Twitter como comunidad virtual	40
2.6. Caso Yasuní ITT	42
2.7. Colectivo Yasunidos	48
3. Caso de estudio: Yasunidos en Twitter	54
3.1. Observación participante	55
3.2. Etnografía virtual	59
3.3. Entrevistas a profundidad	63

4. Análisis y sistematización de los resultados.....	65
4.1. Metas de los colectivos en redes sociales	65
4.2. Importancia de estar en Twitter hoy en día	67
4.3. Cuenta @YASunidos en Twitter	68
4.4. Repercusión de temas que nacieron en Twitter	69
5. Productos comunicacionales	71
5.1. Producto Audiovisual	72
5.2. Revista digital	73
5.3. Producto radial	75
Conclusiones y recomendaciones	77
Conclusiones	77
Recomendaciones	81
Referencias	83
Anexos	86

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como principales objetivos (I) realizar un análisis de la utilización de Twitter para la generación de opinión pública en el caso del colectivo Yasunidos, (II) identificar la estructura y componentes de Twitter como plataforma virtual, (III) conocer las dinámicas discursivas que se generaron en este caso en particular y (IV) analizar las cuentas de usuarios y actores involucrados en las discusiones del mismo.

Según Lozano Cárdenas, comunicador social colombiano, los avances tecnológicos han obligado al ser humano a evolucionar para adaptarse a ellos, desde los inicios de la humanidad. (Lozano Cárdenas, 2010).

Tradicionalmente, en el ámbito político, la propaganda en medios de comunicación tradicionales y la difusión de los discursos en plazas públicas eran consideradas las mejores maneras de llegar a la gente en siglos pasados (desde el ágora de los griegos hasta la propaganda utilizada por el gobierno nazi, por ejemplo), con el objetivo de emitir un mensaje que persuadiera y convenciera a la sociedad para así ganar popularidad y, por ende, acumular poder. (Lozano Cárdenas, 2010).

Sin embargo, los discursos políticos han tenido un giro en los últimos años, mismo que se ha producido por la aparición de espacios virtuales, el desarrollo de la tecnología digital y, en ese marco, el auge que han tenido las redes sociales, consideradas por algunos teóricos, como las nuevas plazas públicas para el debate de discursos políticos.

Justamente, hay un estudio llamado “Facebook: La nueva plaza pública utilizada en las campañas presidenciales de Antanas Mockus y Juan Manuel Santos”, que realizó en Colombia el periodista Félix Lozano, con respecto a las elecciones presidenciales de 2010, en el que se analiza con profundidad las campañas políticas de los dos finalistas, Juan Manuel Santos y Antanas Mockus, y sus estrategias utilizadas en la web. (Lozano Cárdenas, 2010).

Aquel estudio muestra cómo los políticos han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, y sobre todo a las redes sociales, pues hay cada vez más gente con acceso a la web.

Una parte de la opinión pública hoy en día se genera en las redes sociales, y los políticos que han entendido ese mensaje marcan una diferencia en cuanto a popularidad y aceptación en las elecciones de países como Colombia, Venezuela, México, España e incluso Ecuador, en la última década. (Lozano Cárdenas, 2010).

En España se ha analizado el vínculo que se genera entre la política y las redes sociales, con estudios de casos incluso con campañas políticas vía email o mensajes de texto, que también forman parte de las nuevas tecnologías. “El uso de correo electrónico entre los parlamentarios españoles y ciudadanos comunes”, es un ejemplo de esos casos. (Dader, 2003).

Dicho esto, la investigación que se presenta se centra exclusivamente en Twitter y en el caso particular del colectivo Yasunidos. Según datos de Matthew Carpenter, exresponsable de operaciones de ventas de Twitter para Latinoamérica, Ecuador tenía 200.000 usuarios de esta red social en 2012, cifra que aumentó a 800.000 en 2013 y que a inicios de 2014 superó el millón de usuarios. (Nota de Christian Espinoza, publicada en el portal Cobertura Digital, el 1º de abril de 2014).

Las cifras muestran que Twitter crece cada vez más, y en la actualidad aproximadamente el 10% de la población ecuatoriana ya tiene una cuenta en esta red social.

Actualmente, en el Ecuador se puede ver que el Gobierno Nacional utiliza Twitter para comunicar acerca de la agenda del Presidente y las obras que se realizan. Los principales miembros de la oposición también utilizan esta red social para generar debates sobre los puntos en los que están en desacuerdo con el régimen, como, por ejemplo con la reelección indefinida; pues estos temas políticos de actualidad están constantemente como los tópicos más mencionados en Twitter.

En el caso específico a analizar, Twitter fue una herramienta clave para los dos bandos, tanto el que apoyaba la explotación como el que no lo hacía. con el fin de transmitir el mensaje y convencer a los usuarios para que formaran parte, ya sea por la explotación del Yasuní ITT, o por la recolección firmas a fin de llegar a una consulta popular.

En el ámbito social y comunicacional, es importante realizar este estudio para darse cuenta que Twitter se está convirtiendo poco a poco en una especie de plaza pública moderna, no solo en Ecuador, sino en el mundo entero.

Los ejes bajo los que se investigará el uso de Twitter por parte de los actores principales son tres: un análisis de la utilización de Twitter para la generación de opinión pública, una identificación de la estructura y los componentes de Twitter como plataforma virtual, y el conocimiento de las dinámicas discursivas que se entablaron en el caso Yasunidos en Twitter.

Otros aspectos interesantes a tener en cuenta son la realización de un análisis de las cuentas de usuarios contrapuestos en el caso Yasunidos en Twitter, y el manejo de esta red social en circunstancias adversas.

Para la Carrera de Periodismo y la Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales de la Universidad de Las Américas, este estudio resulta interesante, ya que la malla académica de la carrera impulsa el desarrollo de periodismo en el mundo digital.

Hoy en día ya no se habla de periodistas tradicionales vs. periodistas digitales, sino que los periodistas tienen que saber desenvolverse en todos los medios existentes. En consonancia con el Plan Nacional del Buen Vivir, esta investigación aporta a los siguientes objetivos:

- Objetivo 1, ya que el apareamiento de una nueva plaza pública fortalece la consolidación de un poder democrático y la construcción de un poder popular;
- Objetivo 4, ya que mediante un debate constante en las redes sociales se fortalecen las capacidades y potenciales de los ecuatorianos;

- Objetivo 5, pues Twitter es un espacio de encuentro común entre las personas;
- Objetivo 12, debido a que Twitter no solo es una plaza pública en Ecuador, sino en toda la región latinoamericana, y por ende profundiza la inserción estratégica en el mundo y sobre todo la interacción entre los usuarios de la región.

Para la consecución de estos objetivos, primero se llevará a cabo una identificación de la estructura y componentes de Twitter como plataforma virtual, considerando que esta red social no es familiar para toda la ciudadanía, a través de la cual se podrá entender la manera de interactuar que tienen sus usuarios.

En segundo lugar, se conocerán las dinámicas discursivas que se entablaron en el caso Yasunidos en Twitter, y se centrará más la investigación en el caso de estudio de la comunicación en el conflicto Yasunidos - Gobierno. Al entender cómo funciona la plataforma, es importante centrarse en el contenido de los discursos que se manejaron en este caso en particular.

Finalmente, esta investigación propone conocer cómo se generó el debate entre cuentas de usuarios contrapuestos en el caso Yasunidos, para analizar la lucha de poderes que existió en Twitter.

La población seleccionada es la de las personas que intervinieron en este caso en Twitter, ya sea apoyando alguna postura o generando debate entre los usuarios. Actores que hayan estado involucrados directa o indirectamente con el colectivo Yasunidos, que puedan dar versiones oficiales sobre los objetivos que tenía el grupo al incursionar en esta red social.

Según la pregunta de investigación, se busca analizar cómo se ha utilizado Twitter para la generación de opinión pública en el caso del colectivo Yasunidos.

CAPÍTULO I

LA GENERACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA

Esta investigación abordará, principalmente, dos teorías de la comunicación: estructuralismo e interaccionismo simbólico. Estas serán útiles para, a partir del análisis de las dinámicas en el espacio virtual, entender de qué manera los seres humanos se comportan en las redes sociales.

Así mismo, el estructuralismo permitirá comprender cómo la información que circula en la red puede ser considerada material de debate para la generación de opinión pública.

El estructuralismo hace uso de la semiótica para comprender los sentidos que están presentes en los mensajes que circulan en un espacio social, ya que toda comunicación está cargada de una intencionalidad y por ende contiene un simbolismo propio en narrativas de la comunicación.

Por otra parte, la segunda teoría se basa en la comprensión de la sociedad según las interacciones comunicativas, con énfasis en la participación de los individuos y la interpretación de sus procesos de comunicación.

Aquí es importante analizar cómo se organizan y cómo interactúan entre sí los actores principales, en un espacio determinado y con sus propias reglas, en este caso las reglas que posee la plataforma Twitter.

Además, se abordará también desde el enfoque de CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad) el análisis del espacio social Twitter, como una plataforma construida desde lo social, lo técnico, y lo cultural.

El abordaje de la configuración de la opinión pública y las implicaciones de los medios de comunicación para la construcción de la misma serán también parte de los sustentos teóricos de esta investigación, que tiene como fin analizar las dinámicas virtuales y la importancia que han llegado a tener estas redes

sociales para la comunicación y organización de las sociedades en el mundo actual.

Finalmente, se analizará la importancia de la construcción de la opinión pública en una sociedad y la implicación que tienen los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales en la construcción de la opinión pública.

1.1. Estructuralismo

Según Éric Maigret, sociólogo francés, el estructuralismo es una corriente sociológica de las ciencias humanas que tuvo sus orígenes en el siglo XX. Nació como una reacción a los paradigmas sociales que existían en aquel entonces dentro de los fenómenos sociales. Es, en resumen, un sistema complejo de partes relacionadas entre sí.

En esta corriente se estudia la estructura lingüística, de la que se derivan conceptos de la semiótica como el signo, el símbolo, el significado, el significante, entre otros elementos que permiten el estudio profundo de los mensajes presentes en cualquier comunicación. (Maigret, 2005, p.196).

En el caso de estudio, esta estructura lingüística ayuda a entender de qué manera se marca la intencionalidad en los mensajes entre los actores principales y secundarios en Twitter, que más adelante serán identificados en detalle. Al producirse en una red social con normas y reglas, la interacción debe llevarse de una manera que no es evidente para todas las personas, sobre todo para las que no son agentes de esta plataforma.

Por una parte, la estructura se entiende como un conjunto de elementos integrados por un todo, en donde la modificación de alguno de estos elementos afecta al todo. Es decir, no se puede estudiar la comunicación como algo general, sino que hay que analizar todos los elementos que la componen. No hay individualidades, todo se integra en un mismo sistema. Por lo tanto, la

comunicación se la entiende como un conjunto estructurado de significados. (Maigret, 2005, p.196).

En este caso no se pueden analizar únicamente los mensajes de los actores, sin a su vez estudiar la red social, sus reglas, lo que permite y lo que no, las herramientas que posee, y lo que es posible utilizar por parte de los usuarios. Está claro que, mediante la comunicación en la red social, los colectivos organizados buscan conseguir sus objetivos, que en este caso de estudio fueron (I) llamar a una consulta popular por parte de Yasunidos y (II) evitar la explotación de los campos petroleros por parte del Gobierno.

Piaget, por otra parte, define las estructuras según tres características: la totalidad, las transformaciones y la autoregulación. Esto quiere decir que el estructuralismo está conformado por varias partes para llegar a una totalidad, que siempre está en constante evolución que se regula por un sistema cerrado y definido. Hace veinte años no se sabía cómo iba a ser la comunicación de hoy en día, y hoy es muy difícil predecir cómo será dentro de un par de décadas. Hay una evolución constante. (Piaget, 1968).

La totalidad viene a ser el tema de discusión, es decir, el debate entre el colectivo y el Gobierno. ¿Qué se dice? ¿Entre quiénes? ¿Cómo? Las transformaciones son justamente esa evolución constante de la que se habla al tratar un tema y la auto regulación o ese sistema cerrado y definido es la plataforma de Twitter con sus propias herramientas.

Para Lèvy Strauss, uno de los máximos exponentes de esta escuela, hay cuatro condiciones necesarias para hablar de una estructura: el carácter de sistema, es decir que si algún elemento es modificado, el resto necesariamente tienen que modificarse también. Segundo, que pertenece a un grupo de transformaciones, ya que está constantemente evolucionando.

La tercera condición es que se pueda predecir cómo va a reaccionar el modelo, en caso de que alguno de sus elementos se modifique. Por eso es muy importante conocer a fondo de qué manera funciona Twitter y qué posibilidades tienen los actores para 'contraatacar'.

Finalmente, la última condicionante es que exista una manera de verificar todo, pues el funcionamiento del modelo debe ser el resultado de un proceso determinado. En caso de existir esos cuatro elementos presentes, se puede hablar de estructuralismo. (Lévy Strauss, 1958).

En definitiva, siguiendo lo anterior, una estructura es un modelo explicativo basado en una teoría, es una hipótesis que se intenta comprobar al final de un proceso. Para lograr ese objetivo, hay que seguir ciertos parámetros que permitirán comprobar o desmentir la hipótesis planteada en un principio.

En esta investigación se utiliza el análisis del caso según la teoría estructuralista, ya que en los mensajes que publican los actores en Twitter no está todo explícito, sino que hay que analizar a profundidad para entender los contenidos y el contexto de las publicaciones.

Dicho de este modo, los mensajes de los actores se entienden gracias a un contexto y llevan cierta carga de significado que debe ser analizada. Es ahí cuando entra el estudio de lo implícito como parte de esta escuela de comunicación, para observar de qué manera los mensajes adquieren significados, que a su vez buscan influir en las decisiones y los pensamientos de los demás actores. Están cargados de intencionalidad.

Asimismo, el mundo de las redes sociales no es estático, sino que va evolucionando constantemente con el paso del tiempo, tal como la forma de comunicarse del ser humano. Es decir, no siempre la gente tiene las mismas opiniones o habla de los mismos temas, sino que depende de un sinnúmero de factores que conforman una estructura, ya sea esta política, económica, cultural, ideológica, o de cualquier otra índole.

En síntesis, en el estructuralismo cada parte es importante para llegar a un todo. La semiótica permite entender y analizar de mejor manera el mensaje, que se transmite a través de un medio de comunicación, en este caso la red social Twitter, para llegar a un objetivo puntual. Sin embargo, el mensaje y la plataforma no tendrían sentido sin la participación de los actores, acción que es estudiada por la teoría del interaccionismo simbólico.

1.2. Interaccionismo simbólico

El interaccionismo simbólico es una corriente del pensamiento relacionada con la antropología y la psicología. Surge a partir del pragmatismo, una filosofía que destaca la acción en la vida grupal. Su nombre se debe a Herbert Blumer, sociólogo de la Escuela de Chicago. Se basa en la búsqueda de la comprensión de las sociedades y de la comunicación en sí.

La interacción entre las personas se explica gracias a sus comportamientos, que son determinados por elementos externos a la semiología. Se puede definir el interaccionismo simbólico como el estudio de la vida de los grupos humanos y cómo es su comportamiento en determinadas situaciones. Esta corriente ve a la comunicación como un espacio de interacción social, en donde cada uno expresa lo que siente de manera libre, pero condicionado inconscientemente por ciertos aspectos externos, simbólicos de la sociedad.

Para Blumer, el signo es el que desemboca en el significado, que después tiene influencia inmediata sobre la interacción de los seres humanos. Las personas actúan sobre la base de los significados que los objetos tienen para ellas, el significado surge de la interacción y se modifica a través de un proceso de interpretación. (Blumer, 1986, p.44).

Es decir, sin una participación activa de los actores, no puede existir el interaccionismo simbólico. Un mensaje siempre va a producir un pensamiento o una respuesta en otra persona, ya sea de manera positiva, negativa o neutral.

Uno de los elementos más importantes de esta corriente es la participación de los individuos en espacios determinados y sobre todo la interacción que se produce por esas participaciones. En este caso, se estudia la participación de diferentes entidades de la sociedad en Twitter, con el caso Yasunidos, que fue de gran alcance mediático.

Si bien en Twitter uno se puede expresar con libertad, siempre hay normas y consecuencias a las cuales atenerse en caso de faltar el respeto a alguien o de afirmar algo sin tener las pruebas respectivas. (Goffman, 1959, p.45).

Un elemento muy importante de esta corriente de pensamiento es el 'self' (o la teoría de la interacción de actores), concepto desarrollado por Goffman que se refiere al estudio del comportamiento humano desde uno mismo.

El autor asegura que todos los seres humanos se comportan como actores durante la vida, y se sirve de una metáfora: la obra de teatro, es decir, el ser humano va modificando sus actitudes según el espacio y las personas con las que se encuentre en determinados momentos. (Goffman, 1959, p.45).

El autor explica que existen varios elementos para estudiar al *self*, como son la fachada (el otro yo que todos presentamos hacia el exterior), el escenario (el lugar en donde ese otro yo actúa a diario), y estos dos elementos están presentes en la interacción social, ya que en la soledad, los seres humanos no actúan de igual manera que cuando están rodeados de otras personas.

En este caso, la manera como los actores se presentan en Twitter es sólo una representación, que no necesariamente es verdadera de quién en realidad es o cómo en verdad es esa persona. Aquí juegan un papel importante los avatares, que son la manera que tiene un usuario de la red de mostrarse hacia afuera. Se construye una identidad en la red y se muestra hacia la sociedad como quiere que lo perciban.

Hay múltiples posibilidades de comprender los prejuicios y complejos instalados de manera consciente o inconsciente en el imaginario colectivo, puesto que el avatar supera o transita la identificación física de la persona.

La formación de la persona es parte importante de la teoría del interaccionismo simbólico. En ese sentido, lo que define a una persona es su personalidad, misma que está constituida en gran medida por los comportamientos de las demás personas, los que se observan desde el nacimiento y que luego se reproducen permanentemente.

Esta réplica de comportamientos se entiende que es para no ser excluidos de la sociedad. El aprendizaje incluye gestos, palabras y expresiones, que se aprenden desde el nacimiento, y que van definiendo a los individuos como seres humanos. (Goffman, 1959, p.45).

Los actores adoptan ciertos comportamientos ante los problemas que surgen en la cotidianidad y desarrollan distintos métodos para solventarlos. En ese sentido, desarrollan la fachada que, según Goffman, “es la parte del escenario que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación”. (Goffman, 1959, p.254).

En el caso de esta investigación, la fachada viene a ser el comportamiento de los actores en la plataforma en cuestión, Twitter, en la construcción de perfiles personalizados. Hay veces que un perfil puede ni siquiera existir en la vida real, y únicamente fue creado para situaciones específicas. En la mayoría de los casos, a estas cuentas se les llaman ‘trolls’.

Al ser Twitter una red social con sus propias normas y reglas, uno debe regirse a ciertos parámetros que terminan influyendo en el comportamiento. Si bien parece que existe libertad total para expresarse, las condiciones de uso de la plataforma crean un factor que condiciona a los usuarios, así estos no lo noten. Estas normativas externas de una u otra forma determinan las posibilidades al interior de la red y determinan los límites de acción y participación.

Además, Goffman habla sobre la apariencia y los modales, ya que siempre se espera que estos sean ‘coherentes’ para el resto de los actores. Por ese motivo, las personas intentan presentar una imagen idealizada de sí mismas en sus representaciones y creen que deben ocultar ciertas cosas en sus actuaciones, no sólo en Twitter, sino en las redes sociales en general.

Las personas actúan según lo que es ‘bien visto’ en la sociedad, por miedo a que si no lo hacen, sus opiniones serán ignoradas, cuestionadas o reprimidas por los demás. Entonces, el autor llega a la conclusión que el ser humano nunca actúa con total libertad, por miedo a esas represiones externas.

(Goffman, 1959: p.255).

Twitter, al ser una plataforma virtual, es un espacio importante en el que se relacionan millones de personas a diario, y todo lo que se publica es de dominio público. Es una plaza virtual para la interacción humana, tecnológicamente mediada a través de un espacio definido por ciertas normas y reglas a seguir.

Si bien la interacción no es física y puede que los actores estén solos al momento de tuitear, en las redes sociales no se pierde el self, o el otro yo, ya que de todas formas existe una exposición hacia miles de personas que leen los contenidos y, por ende, los actores siguen actuando bajo esos códigos aprendidos desde la niñez, para ser 'socialmente aceptados' por los demás.

Mucha gente posee una doble vida en las redes sociales, creando ideales que en la realidad no los tienen. Pasa con Second Life o The Sims, juegos virtuales que intentan idealizar la vida de una persona para que sienta que la tiene o la puede llegar a tener en el mundo real. Pero para entender de mejor manera esta interacción, primero hay que saber cómo ha evolucionado la tecnología con respecto a la comunicación.

1.3. Ciencia, tecnología y sociedad

Es importante tener claro este enfoque, ya que nace con el objetivo de entender el fenómeno científico – tecnológico en un contexto global de la sociedad. En otras palabras, se busca comprender la dimensión social y cultural que tienen la ciencia y la tecnología, y sus repercusiones en el mundo actual.

El enfoque fue fundado hace tres décadas con el nacimiento de nuevas corrientes de investigación en filosofía y sociología, y tiene una visión crítica sobre la tecnología y su aporte a la sociedad, que difiere con la manera clásica

de ver la ciencia. Latour propone que no es posible pensar la ciencia y la técnica sin lo social, y viceversa. (Latour, 1994, p.265).

En otras palabras, los estudios de investigación académica sobre la ciencia, tecnología y la sociedad tratan de enfocarse en cómo los valores sociales, políticos y culturales afectan a la innovación tecnológica, y cómo lo social no es posible entenderlo sin la dimensión científica.

Para entender este estudio, es clave saber que la ciencia y la tecnología no pueden estudiarse como algo aislado de la sociedad, sino que es una trilogía que funciona en conjunto. Es decir, estos estudios constituyen un campo de trabajo en los ámbitos de la investigación académica, educacional y de políticas públicas. (Latour, 1994, p.265).

En torno a lo propuesto, el tema del colectivo Yasunidos ilustra la manera en que lo social y lo tecnológico se conectan de manera más evidente, ya que el debate no se originó en las redes sociales, sino que nació en la sociedad como una forma de oponerse a una medida tomada por el gobierno. Una vez que la discusión fue tomando protagonismo entre los actores y en los medios de comunicación tradicionales, llegó a la virtualidad también.

Para Latour, el principal objetivo es comprender la dimensión social de la ciencia y la tecnología. Además, desarrolla el concepto de mediación técnica, que habla sobre la construcción social de la tecnología. Existen actores humanos y no humanos que interactúan, pero ninguno ejerce superioridad sobre el otro. (Latour, 1994, p.266).

Es decir, los inventos tecnológicos son herramientas, pero estas no pueden actuar por sí mismas, sino que necesitan de un ser humano para ser utilizadas y tener validez. La plataforma no existiría sin usuarios, pero el debate no existiría sin un espacio, ya sea físico o virtual. (Latour, 1994, p.266).

Por ejemplo, un arma no sirve de nada si no hay alguien que la utilice. En este caso, Twitter es una plataforma que está en la nube, es decir, que no funciona sin que los actores, las personas, la utilicen.

Otros objetivos importantes del enfoque CTS son promover la alfabetización científica y digital, demostrando que la ciencia tiene una gran importancia en toda sociedad, estimular a los jóvenes para que estudien ciencia o tecnología, incrementar el sentido de responsabilidad crítica en las personas, impulsar la innovación tecnológica sin descuidar el sector ambiental, integrar a las minorías y concientizar sobre aquello a las futuras generaciones. Es decir, se trata de eliminar la brecha que hoy existe entre la cultura humanista y la tecnológica.

Varios de estos objetivos ya se han cumplido, pues las nuevas generaciones están llevando sus conversaciones y debates a las redes sociales, y no en lugares físicamente públicos como en el pasado. Los índices de alfabetización científica se incrementan con el paso del tiempo, ya que esta es la era de la democratización digital.

Además, en el tema de Yasunidos, se mezcla la tecnología con el respeto al medio ambiente, pues el colectivo creció y se fortaleció gracias a Twitter. Lo que promueven es una concientización por parte de la gente para no explotar, recursos naturales y de esa manera proteger el medio ambiente.

Por consiguiente, se entiende que las redes sociales son herramientas para que la gente se comunique entre sí, plataformas en las que se puede estudiar la lucha de poderes que existe, por ejemplo, entre el gobierno ecuatoriano y el colectivo Yasunidos.

Sin la existencia de Twitter, no se podría realizar este análisis, pues no existiría el medio, pero sin los actores humanos tampoco sería posible realizarlo, por lo que son necesarias ambas partes, tanto la tecnología como la interacción de las personas. (Latour, 1994, p.268).

Es decir, igual de importante que el discurso que se maneja es la plataforma por la cual se lo publica, ya que de eso depende el alcance que puede llegar a tener en la sociedad y la influencia que puede causar en una sociedad. Si el mensaje es muy bueno pero no se transmite por el medio adecuado, pierde importancia. Esto no es cierto únicamente con las redes sociales, sino con

cualquier medio de comunicación en el que se quiera difundir un mensaje. (Latour, 1994, p.271).

Es fundamental entender Twitter como una plataforma tecnológica relativamente nueva, ya que no tiene más de una década desde su fundación. La gente se familiariza cada vez más con esta red social, y esto lo demuestran los números crecientes de usuarios en el Ecuador (hoy, más del 10% de la población tiene una cuenta de Twitter, cifra que ha ido paulatinamente en aumento).

En el tema de esta investigación se utiliza este enfoque porque el colectivo Yasunidos intenta concientizar a la sociedad acerca del cuidado al medio ambiente, y lo hace a través de una estrategia digital en Twitter, es decir, a través de las nuevas tecnologías que existen en la web. Esta estrategia responde a la importancia y al espacio que ha llegado a ganarse esta red social en los últimos tiempos.

La opinión pública y la implicación que tienen los medios de comunicación en la formación de esta son otros fundamentos teóricos a estudiar en esta investigación, pues son los medios los que deciden de qué se habla en una sociedad, son ellos los que se encargan de crear las agendas políticas, con los temas que la sociedad discute día a día.

1.4. La construcción de opinión pública

La generación de opinión pública es importante en esta investigación porque se busca analizar de qué manera esta se produce hoy en día en Twitter. Para Habermas, la opinión pública tiene que ver con la interacción comunicativa, la misma que genera siempre opiniones distintas, consensos, y soluciones a los conflictos sociales, o debates en otros casos. (Habermas, 2004, p.35)

Para este autor, la opinión pública está siempre relacionada a las dinámicas del poder y los procesos políticos, pues el actor que más poder ejerza siempre tendrá una voz mayor en la creación de opinión pública.

Esto se ve con los medios de comunicación que son los que normalmente ejercen el poder sobre la población, al tener la posibilidad de elegir de qué temas hablar y desde qué enfoques abordarlos, mediante una agenda setting. Es por esto que son llamados 'el cuarto poder del Estado'.

En el caso de la investigación, los medios han visto necesaria su irrupción en las redes sociales, ya que de no ser así perderían un gran espacio de concentración masiva de la población. (Habermas, 2004, p.36).

Esto da una idea de lo importantes que han llegado a ser las redes sociales en los últimos años, pues los sectores de poder y control de las sociedades se han visto forzados a implementar sus discursos y expandirse al mundo cibernético para no perder ese poder sobre los demás.

Por otro lado, cuando habla de opinión pública, Habermas diferencia tres estratos: el que se establece a nivel cultural, por ejemplo, dentro de un grupo de amigos en una reunión, el que circula en forma de declaraciones institucionales autorizadas, por ejemplo a través del Estado, y el que es conducido por los ciudadanos para intervenir en un proceso de comunicación argumentativa, a través de medios participativos.

Este último estrato es fundamental en la construcción de una sociedad, ya que es el que permite a los ciudadanos debatir y llegar a conclusiones colectivas, para alimentar los procesos democráticos.

Si un grupo de personas no está de acuerdo con algo, tienen la posibilidad de unirse e intentar modificar esa realidad. Es justamente lo que ha pasado en el caso del colectivo Yasunidos, que se estudia en esta investigación. (Habermas, 2004, p.36).

Habermas también teoriza acerca de la publicidad, que sirve para manipular a la opinión pública. Este fenómeno existe desde hace siglos, y fue puesto en práctica sobre todo en la Alemania de Hitler, para intentar convencer a la gente acerca del trabajo que estaba realizando su gobierno en aquella época. (Habermas, 1962, p.43).

Hoy en día, los grupos de poder difunden sus propagandas no sólo en los medios de comunicación en donde pagan altas sumas de dinero para comprar los espacios, sino en las redes sociales, donde lo pueden viralizar con un presupuesto mucho menos elevado llegando casi al mismo número de ciudadanos.

Incluso hoy vemos cómo la publicidad juega con las emociones y las sensaciones de la gente para vender sus productos, en ciertos casos, o para convencerlos de alguna idea o argumento, en otros. Son, la mayor cantidad de tiempo, parte del mensaje que las entidades del poder difunden para llegar a la gente.

Habermas asegura que los medios de comunicación pueden desvirtuar la opinión pública, pero es en ese momento en el que los ciudadanos deben poner límites para que esto no suceda.

Es ahí cuando debe existir el proceso de debate mediante una comunicación argumentativa entre los ciudadanos, para darse cuenta en qué momento los medios de comunicación dejan de informar y pasan a querer manipular a las masas, como se lo ha hecho desde la creación de los medios. (Habermas, 1962, p.44).

El poder de los medios de comunicación crece aún más entre personas de la sociedad que no tienen una educación básica, ya que es más fácil influenciarlos y hacerlos caer en sus redes.

Una sociedad poco informada es una sociedad más vulnerable, por lo que siempre es importante tener varias versiones de los hechos que suceden a

diario a nuestro alrededor y no contentarse con la que muestran los medios de comunicación.

A Habermas le interesa estudiar cuáles son las condiciones sociales que se imponen a la hora de un debate racional y crítico sobre temas de interés entre los actores de la sociedad. Lo más importante son los argumentos, mas no la identidad de quienes argumentan. Si nace una buena idea siempre va a ser más relevante el concepto a quién lo dijo.

Sin la opinión pública, la democracia moderna carece de sustento. Para Habermas, debido a que la opinión pública se genera en una esfera pública, es la única fuente legítima de la ley. (Habermas, 1962, p.45).

En este caso, hay una pugna política y una ambiental, en la que luchan el gobierno nacional y el colectivo Yasunidos, organizado a través de las redes sociales y los medios de comunicación.

Justamente por esto se puede demostrar que las redes sociales, y Twitter en especial, se han convertido en las nuevas plazas públicas en donde la gente puede 'reunirse' aun estando en lejanía física, para tratar de temas relevantes y crear opinión pública. En el caso del colectivo Yasunidos hubo gente en todo el mundo que se juntó a la idea, lo que hubiese sido imposible o mucho más complejo en las plazas públicas tradicionales.

Esto muestra la importancia de este enfoque en el tema de esta investigación, pues se analizarán diferentes posturas, puntos de vista y opiniones de los principales actores en el caso del colectivo Yasunidos en Twitter, la llamada nueva plaza pública.

Esta idea se produjo como una forma de contestación al gobierno en el tema de la explotación al Yasuní, por lo que queda en evidencia que los debates organizados pueden llevar a grupos, que en principio son minoritarios, a organizarse y acumular poder.

Por otra parte, Habermas afirma que la esfera pública es legitimada por el poder, pero que este necesita de la publicidad para estar legitimada por el

Estado. Además, separa la esfera pública de la privada, pues argumenta que la segunda es de la sociedad burguesa, y por ende se contrapone a lo común.

En las antiguas sociedades europeas, se veía mucho esta diferencia, pues las clases burguesas se reunían en cafés o lugares privados, mientras las clases populares lo hacían en plazas o parques públicos.

Hoy las redes sociales no distinguen entre clases económicas o sociales, cada actor tiene las mismas posibilidades de que sus ideas sean escuchadas, por lo que se habla de una democratización de las opiniones.

No obstante, si bien esas brechas han disminuido, no se han erradicado por completo hoy por hoy. Si se analizan a los usuarios de las redes sociales, necesariamente van a ser individuos con el poder económico suficiente para adquirir un computador o tener acceso a internet, ya sea desde un computador, una tableta o un celular portátil, por lo que las redes sociales no son todavía un sistema perfecto de inclusión donde toda la sociedad se ve reflejada. (Habermas, 1994, p. 68).

Para este autor, la esfera pública es un espacio no gubernamental desde el que se puede generar opinión pública con independencia y autonomía del Estado. Este espacio fue creado por la llegada del iluminismo, como un espacio para generar debates y críticas a las sociedades del siglo XVIII.

En esa época, la esfera pública estaba en salones, cafés y clubes, donde se discutían temas de importancia, haciendo respetar la libertad de pensamiento y de expresión. (Habermas, 1994, p. 68).

Es decir, el espacio público se ubica en la esfera civil, es un lugar en el que la sociedad va ganando protagonismo frente al Estado, pues este no necesariamente está involucrado en las discusiones. El razonamiento es el elemento más importante para generar estos debates críticos al poder.

Es así que la opinión pública es la voz del sector la sociedad que no tiene los medios que sí posee el poder. Idealmente, todos tienen la oportunidad de expresar sus ideas y propuestas y de discutir las con los demás. (Habermas, 1994, p. 68).

Un ejemplo de esto sucedió en Ecuador en 2005, con el derrocamiento del entonces presidente Lucio Gutiérrez. La gente se congregó en las calles mediante una convocatoria radial y empezó a protestar por lo que no estaban de acuerdo, hasta que consiguieron su cometido: la destitución del primer mandatario.

En ese caso aún no estaban en auge las redes sociales, por lo que la gente utilizó un medio de comunicación para organizarse, como fue radio La Luna a través de Paco Velasco.

Hoy en día esa organización sería más fácil y rápida con la llegada de las redes sociales. Incluso, se la podría haber hecho sin que el oficialismo se enterase, mediante una convocatoria estratégica en Twitter o Facebook.

Nancy Frazer, por contraparte, no está del todo de acuerdo con Habermas, al punto que fue muy crítica sobre su obra. Ella asegura que Habermas idealizó a la esfera pública burguesa, creando una división en la sociedad. Afirma que el autor se queda corto al desarrollar un modelo postburgués de la esfera pública. (Frazer, 2006).

Es decir, Frazer no segmenta a las sociedades en dos, sino que las ve como una sola. Para esta autora, la opinión pública puede ser perfectamente compartida entre las clases sociales, siempre y cuando hayan argumentos válidos de por medio. Para Frazer, el debate público no debe hacerse bajo el autoritarismo, ya que la idea es darle voz a quienes no la tienen desde el poder.

Esto es justamente lo que intenta desarrollar la plataforma Twitter: el hecho de que todos los usuarios tengan la misma cantidad de poder y la misma

capacidad de generar un mensaje que sea visto por la mayor cantidad de usuarios, sin fijarse en estratos económicos o sociales.

Lo que enriquece la opinión pública es justamente escuchar las ideas de quienes no pueden expresarlas en otros ámbitos, nuevas percepciones de la realidad que otros no pueden ver desde su perspectiva.

Para ello, Frazer propone que los gobiernos organicen mecanismos para darle voz al pueblo, que es quien los eligió, ya que ahí descansan las ideas de la mayoría de una sociedad. Esto, obviamente, sería en una sociedad ideal, ya que en la práctica los gobiernos han demostrado que la opinión de los ciudadanos no tiene demasiada importancia en sus agendas. (Frazer, 2006).

Ya en la práctica, existen otros factores importantes en la generación de opinión pública, como son los medios de comunicación. Estos eligen, en la mayoría de los casos, los temas de los cuales se habla y de qué manera se los enfoca, mediante la organización de una agenda setting.

Lo que para una parte de la población puede ser importante, es probable que para los medios de comunicación no lo sea, o no quieren que lo sea y lo escondan. En las redes sociales este encubrimiento de aquellos temas ya no es posible, ya que los usuarios pueden poner en la palestra cualquier tema del que deseen discutir y debatir. Sin embargo, los medios no han perdido del todo su poder y siguen siendo incisivos en la construcción de la opinión pública.

1.5. Implicaciones de los medios de comunicación para la construcción de opinión pública

Una vez aclarado el término opinión pública, es importante analizar de qué manera influye en los medios de comunicación, ya sean tradicionales o virtuales. Para Martín Barbero, existen varias implicaciones de los medios de comunicación en la construcción de opinión pública. Según el autor, los medios no son educativos y no son más que simples herramientas de las élites de las sociedades para seguir imponiendo su dominio sobre los demás grupos

sociales. Desde su nacimiento fueron controlados por grupos de poder que dominaron al resto de la sociedad mediante la información y la propaganda que difundían.

Esto quiere decir que los medios de comunicación defienden intereses del poder y no siempre cumplen con el propósito por el cual fueron creados, que es comunicar y mantener informada a los ciudadanos sobre los temas coyunturales que ocurren en las sociedades. (Barbero, 1998, p. 47).

Es decir, Barbero no cree en la inocencia de los medios, que tienen como objetivo cegar de alguna manera a la sociedad que los consume, eligiendo lo que quieren mostrar y lo que no quieren reproducir.

Al ser los dueños de los medios de comunicación y del capital los mismos que están en el poder político, se ejerce una dominación total, profunda, sobre el resto de individuos que gran parte del tiempo ni siquiera se dan cuenta de esa dominación que pesa sobre ellos y que inconscientemente los hace vivir resignados a ella. (Barbero, 1998, p. 53).

Además, según el autor, los grupos sociales bajos son incapaces de ejercer resistencia hacia esta dominación porque carecen de las herramientas para hacerlo (educación). Esto en el tema económico, político y hasta cultural, ya que la mayoría del tiempo las personas con bajos recursos no tienen acceso a una educación de calidad.

Es por esto que los medios de comunicación, más que ser vistos como un derecho de los ciudadanos como es el concepto por el que fueron creados, son percibidos como una constante amenaza por parte del poder, para seguir ejerciendo una dominación sobre el resto.

Estos conceptos han ido cambiando de a poco con el apareamiento de la virtualidad y de las redes sociales, ya que es más fácil la organización entre las

personas que en otros ámbitos no tienen la capacidad de ser escuchadas. (Barbero, 1998, p. 49).

Por otra parte, Ancízar Narváez Montoya analiza la esfera pública según dos categorías: los sujetos, por un lado, y los medios de comunicación, sus códigos y sus espacios por el otro. Argumenta que los sujetos son totalmente independientes de los medios, por lo que sí es posible una resistencia hacia la dominación que plantea Barbero.

Entonces, el autor ve a los ciudadanos como individuos totalmente capaces de reflexionar acerca de la información publicada en los medios de comunicación. Se trata, sin dudas, de una posición contraria a la de Barbero en el sentido de que los ciudadanos sin poder son capaces de modificar elementos con los que no están en total acuerdo en una sociedad. (Narváez Montoya, 2004, p. 13).

Mientras el uno asegura que no es posible que el individuo se desconecte de los medios, el otro autor argumenta que en una sociedad democrática todos son libres de consumir lo que crean conveniente, y no necesariamente tienen que creer en todo lo que consumen, refiriéndose a los medios de comunicación.

Por ejemplo, los individuos son totalmente libres de cambiar el noticiero que ven en la radio o en la televisión, o de elegir el diario que compran todas las mañanas. Existe esa capacidad de revisar diferentes fuentes de información respecto a un tema específico y elegir el que uno crea el más conveniente. (Narváez Montoya, 2004, p. 14).

Para esto es importante la razón y la capacidad de análisis que cada uno pueda tener a la hora de procesar la información que consume. ¿Es verdad todo lo que dicen los medios? ¿En qué se está de acuerdo y en dónde hay puntos para criticar o estar en desacuerdo? Según Narváez Montoya, es posible.

Este autor señala que todos tienen esa capacidad de procesar lo que se les muestra. Es ese sentido crítico lo que intenta impulsar en todos los seres humanos, para no seguir en la sumisión, en la pasividad, siendo víctimas de los

medios de comunicación como lo plantea Barbero. (Narváez Montoya, 2004, p. 17).

Finalmente, el autor realiza una crítica a otros teóricos, como son los sociales y los teóricos de la comunicación: “Los teóricos sociales se equivocan cuando pretenden que en los medios electrónicos se desarrollen los debates políticos en los términos racionales que sería deseable para una sociedad bien informada, porque desconocen la naturaleza de los códigos mediáticos”. (Narváez Montoya, 2004, p. 24).

“Los teóricos de la comunicación, por su parte, se equivocan cuando esperan que en los medios electrónicos se representen todos los intereses económicos y políticos de la sociedad, porque desconocen la estructura de clases y el lugar que ocupan los medios en dicha estructura”. (Narváez Montoya, 2004, p. 24).

Es decir, el autor no está de acuerdo con la idea de que los medios electrónicos son un buen espacio para el debate y la interacción de una sociedad, ya que no todos los actores de una sociedad tienen acceso a estos espacios. Para él, no hay una representación significativa.

En síntesis, si bien los medios de comunicación juegan un papel importante en la generación de opinión pública, hoy por hoy existen otros espacios en los que esta se puede desarrollar.

La llegada de las redes sociales ha sido clave para la comunicación, interacción y organización de la gente, pues ya no es necesario estar en un mismo lugar físico, sino que se pueden generar interacciones a distancia y trabajar con un sentido de inteligencia colectiva, es decir donde cada quien aporta con algo para llegar a un todo. Nadie sabe todo pero todos saben algo que pueden aportar para llegar a un todo.

Por este motivo, Twitter es considerada la nueva plaza pública, en donde la información proviene de distintas fuentes y es posible el paso de usuario consumidor a usuario prosumidor, es decir que pueda interactuar no sólo con

los demás usuarios que están a la par, sino con medios de comunicación y autoridades con las que antes el acceso era más restringido y lejano.

Por ejemplo, en Twitter, se ven a autoridades como presidentes de naciones interactuando con usuarios que antes no hubiesen tenido esa posibilidad. Se crea una cercanía que facilita los procesos de democratización y a la vez existe mayor presión de distintos sectores de las sociedades hacia sus gobernantes o hacia los medios de comunicación, que tampoco se escapan de esa retroalimentación.

Adentrándose en el caso de estudio de esta investigación, en el colectivo Yasunidos se puede constatar que gran parte del movimiento y de los debates que se crearon entre los individuos de la sociedad ecuatoriana tuvieron lugar en Twitter, con la creación de cuentas que superaron los 10.000 seguidores y con la generación de tendencias a nivel nacional con frecuencia.

Incluso, el debate sobrepasó las fronteras nacionales y se expandió hacia otros países, no solo de Latinoamérica sino de otras partes del mundo, lo que obligó en ciertos casos a interactuar en otras lenguas con gente de distintas culturas que se vio identificada con la causa y formó parte de las discusiones.

Esta evolución de las plazas públicas para la generación de opinión pública tiene mucho que ver con la cibercultura, que se refiere a los comportamientos y actitudes que adoptan las personas en el mundo cibernético.

La cibercultura ha puesto en el centro de los seres humanos la utilización de las tecnologías informáticas como medios de información y comunicación. En los espacios virtuales, las personas son observadoras y actoras a la vez, cosa que las plazas públicas difícilmente permitían en tiempos anteriores.

CAPÍTULO II:

TWITTER: LA NUEVA PLAZA PÚBLICA

Para entender el espacio en el que se va a desarrollar esta investigación, es importante tener claro cómo funciona la web 2.0, la cibercultura, los mundos virtuales, las multitudes inteligentes y, sobre todo, la red social Twitter: cuáles son sus componentes, sus reglas y herramientas, y de qué manera fue utilizada por los principales actores involucrados en el tema.

Twitter es una red social que fue creada a mediados de la primera década del siglo XXI. A diferencia de las demás redes sociales, Twitter tiene como propósito compartir y difundir pensamientos, ideas e informaciones entre sus millones de usuarios, en tiempo real.

Su estilo y sus herramientas han hecho que los usuarios vayan creciendo en números inimaginables por sus creadores en un inicio. Hoy por hoy, según datos oficiales, se comparten aproximadamente 500 millones de tuits diarios a nivel mundial.

Las discusiones y los debates que antes se desarrollaban en espacios físicos, hoy se han trasladado en su mayoría a la virtualidad, mediante las redes sociales. Estas han permitido un acercamiento entre las personas que se encuentran físicamente lejanas y una inmediatez que en el pasado no era posible.

Según José Luis Orihuela, autor de Mundo Twitter, desde su nacimiento a mediados de 2006 esta red social ha ido ganando adeptos alrededor del mundo de manera constante en el Ecuador y en el mundo.

Fue creada bajo un concepto de microblogging, es decir una plataforma que permite a sus usuarios publicar mensajes cortos, de máximo 140 caracteres, lo que ha sido un desafío para quienes la utilizan lograr sintetizar al máximo las ideas.

Además, la página supera hoy los 500 millones de usuarios alrededor del mundo y genera más de 65 millones de tuits diariamente, por lo que ha sido apodada como el 'SMS del internet'.

Según Orihuela, profesor de la Universidad de Navarra, lo que las personas buscan en la actualidad es leer la menor cantidad de texto posible, por lo que la idea que plantea Twitter de los 140 caracteres ha tenido mucha acogida. (Orihuela, 2011).

Los mensajes son cortos, claros y concisos, una combinación perfecta para el poco tiempo que están dispuestos a destinar los usuarios de hoy en día en las redes sociales. Además, se vive en una era donde las imágenes predominan sobre el texto, por lo que se trata de una plataforma altamente visual.

Este es el campo en el que se va a estudiar al objeto de la investigación: el colectivo Yasunidos, que nació en agosto de 2013 como una forma de oponerse a la decisión del gobierno de Correa de explotar el uno por mil del Yasuní, ubicado en la Amazonia ecuatoriana.

La acogida que llegó a tener este grupo se debe a una organización y una correcta utilización de las herramientas que tiene la plataforma, que es parte de la web 2.0. En este sentido, como asegura Nancy Fraser, la esfera pública se divide en tres elementos: el Estado, la economía oficial de trabajo remunerado y los escenarios de discurso público, o en este caso Twitter. (Fraser, 1992).

Habermas, por otro lado, designa un escenario en las sociedades modernas en el que la participación política se realiza por medio del diálogo. (Habermas, 1989). Twitter, al tener la opción de "dialogar" con los demás usuarios sobre un tema en particular, es un espacio utilizado como esfera pública.

2.1. La web 2.0

La web 2.0 es el inicio de lo que hoy conocemos como cibercultura, mundos virtuales y redes sociales. Aparece como una continuación de la web 1.0 y se caracteriza por la inmensa cantidad y capacidad de almacenamiento de datos en el internet. Las redes sociales son parte fundamental de este avance de la tecnología, pues crearon una arquitectura de inteligencia colectiva jamás antes vista.

Esta arquitectura de inteligencia colectiva se refiere a que todos pueden aportar con algún conocimiento para llegar a formar un todo. Es decir, justamente de esa manera se llegó a formar el colectivo Yasunidos, mediante las ideas y la colaboración de cada uno de sus miembros.

Si bien no existe una definición concreta para el término web 2.0, el periodista José Luis de Vicente lo explica cómo un “fenómeno social en relación con la creación y distribución de contenidos en internet, caracterizado por la comunicación abierta, la descentralización de autoridad, la libertad de compartir y usar, dentro de un enfoque que trata a las relaciones humanas como conversaciones”. (Vicente, 2005).

Como complemento, según Alejandro Piscitelli (filósofo argentino), la web 2.0 ha permitido la evolución en la comunicación de los seres humanos, alrededor del mundo entero.

Se entiende, entonces, como un método de democratización, un espacio en donde todos pueden emitir sus comentarios libremente, siempre ateniéndose a las consecuencias que puedan surgir. Las autoridades pierden poder, lo que facilita la creación y el crecimiento de estos grupos de oposición.

La World Wide Web (www) como plataforma de trabajo, el concepto de inteligencia colectiva (todos aportan con algo nuevo para llegar a un objetivo), las bases de datos para almacenar información, la velocidad y el apareamiento de las redes sociales son algunos de los elementos que convierten a la web en el nuevo medio para la generación de opinión pública, la nueva plaza pública. (Piscitelli, 2002).

Justamente, la web 2.0 ha permitido que Twitter se convierta, en lo que podría considerarse como una nueva plaza pública para la discusión de temas relevantes para la sociedad, en ámbitos como el político, cultural, económico, deportivo, ideológico, religioso e incluso en el mundo del entretenimiento y la farándula. La plataforma no está limitada a ciertos temas, sino que los usuarios pueden generar comentarios en cualquier tema que sea de su agrado y encontrar otros usuarios alrededor del mundo con los mismos intereses. (Orihuela, 2011).

Multitudes inteligentes

Sin dudas, la interacción entre la gente es lo más importante que permite la web 2.0, ya que cada quien aporta para formar sabiduría u opinión, a lo que Piscitelli llama multitudes inteligentes o inteligencia colectiva. Wikipedia es un ejemplo de esta arquitectura de la participación para crear conocimiento: todos pueden editar el contenido para mejorarlo, aportando con lo que saben. (Piscitelli, 2002).

Además, las redes sociales han permitido la creación de debate y opinión pública, pues cada quien es libre de opinar lo que piense. Evidentemente, la persona tiene que hacerse cargo de lo que postee, para no caer en difamaciones. (Piscitelli, 2002).

Por otra parte, la alfabetización digital es otro de los puntos que topa el autor, ya que al ser algo nuevo, la gente necesita tiempo para adaptarse. Sin embargo, el número de personas que utilizan el internet y las redes sociales crecen paulatinamente desde su creación, hay cada vez más personas alfabetizadas digitalmente. La curva de usuarios de las redes sociales, según estadísticas muestran que siempre ha sido ascendente el número de personas que las utilizan. (Piscitelli, 2002).

El concepto de multitudes inteligentes es aplicable al caso de estudio en esta investigación, ya que un colectivo siempre estará basado en las ideas que aporten sus pertenecientes. Dos cabezas piensan mejor que una, reza el famoso refrán, con el que se ejemplifica que los colectivos en red resultan en un espacio de producción permanente de información.

Esto implica que la gente permanentemente está ingresando a las redes sociales, y cada día hay más usuarios, por lo que el alfabetismo digital se ha convertido en una prioridad social, y tema de debate para los gobiernos de la región, el interés es no verse excluido del debate y las discusiones acerca de temas que son de su interés en la sociedad.

En este caso, la pugna entre el gobierno ecuatoriano y el colectivo Yasunidos logró que mucha gente incluya su opinión a favor o en contra, mediante argumentos en algunas oportunidades y mediante difamaciones en otras. Varios colectivos se crearon a favor y en contra de la iniciativa, no sólo el de Yasunidos.

No obstante, uno de los problemas de internet es que no todos tienen acceso, por lo que el 100% de la población jamás está representado. Es decir que, si bien hay cada vez más gente, no se puede generalizar la opinión de quienes participan en redes sociales, ya que no son mayoría en una sociedad. (Piscitelli, 2002).

Esto, por ejemplo, lo demuestran los datos oficiales en Ecuador entregados por Juan Pablo del Alcázar Ponce, consultor digital: En enero 2015 la red social superó la barrera de los 2 millones de usuarios, lo que representa apenas un 15% de la población nacional.

Castronova y Turkle coinciden en que si bien los mundos virtuales han evolucionado rápidamente en los últimos años, todavía no han alcanzado ser iguales que el mundo real, es decir que continúan siendo ventanas virtuales, lo que los aleja de la realidad. (Castronova, 2001).

Para Lévy, lo virtual no se opone a lo real; a contrario, le aumenta elementos para ser una vía mucho más completa de comunicación, como la creatividad. “La virtualización reinventa una cultura nómada, creando un entorno de interacciones sociales donde las relaciones se reconfiguran con un mínimo de inercia”. (Lévy, 2007).

Castranova y Turkle sostienen, asimismo, que la virtualidad presenta un desafío importante para el ser humano, ya que supone un reto en cuanto a cantidad de información, velocidad y capacidad de síntesis para digerir más información valiosa en menos tiempo de lo que se podía digerir sin la llegada de los mundos virtuales. (Turkle, 1997).

Esto es aplicable a Twitter, ya que hoy en día hay una cantidad inmensa de información en esta red social y cada usuario elige las fuentes que desea consultar, ya que revisar todo lo que se dice es tarea prácticamente imposible, Además, la capacidad de síntesis también es importante para reducir el tiempo que se destina al consumo de la información.

En el caso del tema de esta investigación, mucha información se procesaba a diario en los medios de comunicación acerca de la pugna entre el colectivo Yasunidos y la postura del Gobierno Nacional, por lo que la gente utilizó mucho las redes sociales para informarse e incluso plasmar su postura sobre el tema.

Los usuarios ya no son solo consumidores de información, sino que ahora interactúan con los medios y producen contenido, por lo que se los llama prosumidores. Sin la web 2.0, así como sin la cibercultura, aquello hubiese resultado imposible.

2.2. Cibercultura

A partir del apareamiento de la web 2.0 se reconfiguran elementos como el uso y las relaciones que las sociedades establecen con la tecnología,

específicamente con las redes sociales, partiendo de que la web 2.0 permitió el apareamiento de las mismas. En ese sentido la construcción sociocultural que se desarrolló da a luz el término cibercultura.

La cibercultura deriva de dos términos: ciber (cibernética, es decir todo lo relacionado con la realidad virtual) y cultura (conjunto de patrones mediante los cuales una sociedad disciplina el comportamiento de las personas que la conforman). Es decir, la cibercultura no es otra cosa que los patrones y comportamientos que adoptan las personas de una sociedad en el mundo virtual. (Turkle, 1997).

Por otra parte, existen tres elementos que hacen posible la comunicación virtual, estos son: la conectividad, ya que se necesita de una conexión a internet para pertenecer al mundo cibernético, la interactividad, que es la relación entre las personas y el entorno digital que las conecta, y la hipertextualidad, es decir el acceso interactivo a cualquier entorno desde cualquier lugar del mundo. (Turkle, 1997).

La cibercultura ha puesto en el centro de los seres humanos la utilización de las tecnologías informáticas como medios de información y comunicación. En los espacios virtuales, las personas no son únicamente consumidoras sino que se convierten en prosumidoras por la capacidad que tienen de producir contenidos a la vez que los consumen: observadores y actores a la vez, cosa que ningún medio de comunicación permitía en el pasado. (Morris, 1962).

Esto ha supuesto un período de adaptación y evolución para los medios de comunicación y para los actores del poder, que se han visto obligados a darle voz al resto de la sociedad mediante las redes sociales. Hoy, las opiniones, recomendaciones y críticas de los usuarios son cada vez más frecuentes por esta vía.

Esto se observa en el contexto de esta investigación, ya que Twitter se ha convertido en la nueva plaza pública para la información, la comunicación e incluso la opinión no solo de los protagonistas en un caso en específico, sino de toda la población que tiene acceso a esta red social.

Tomando aquello en cuenta, la cibercultura es el pensamiento por el cual los teóricos intentan explicar la interacción que existe entre las personas y las tecnologías digitales en la web.

Estas mediaciones tecnológicas modifican el concepto de cultura, que va evolucionando con el paso de los años. La cultura es, entonces, una red de prácticas y representaciones que moldean la vida social de los seres humanos. (Morris, 1962). Para la existencia de la cibercultura, es necesaria la presencia de comunidades virtuales.

Adicionalmente, en la cibercultura se crean comunidades en base a similitud de intereses, gustos y conocimientos compartidos que tienen las personas, sin importar la cercanía o lejanía en la que estas se encuentren. Esta es una de las cosas más importantes que ha logrado el ciberespacio, el de reducir los espacios físicos de la gente. Ahora, la distancia ya no se mide en kilómetros, sino en términos de participación y de cercanía afectiva y cognitiva. (Turkle, 1997).

Los actores que participaron en la confrontación entre Gobierno y Yasunidos justamente se reagruparon según su ideología y sus ideales, y fueron alimentando el debate y las discusiones en torno a la explotación del Yasuní.

Como Sherry Turkle asegura: “Construimos nuestras tecnologías y ellas nos construyen a nosotros en nuestros tiempos. Nuestros tiempos nos hacen, nosotros hacemos nuestras máquinas, nuestras máquinas hacen nuestros tiempos. Nos convertimos en los objetos que miramos pasivamente, pero ellos se convierten en lo que nosotros hacemos de ellos”. (Turkle, 1997).

Según esta lógica, las redes sociales necesitan de los seres humanos y hoy por hoy los seres humanos necesitan de esta tecnología para seguir produciendo este tipo de discusiones que terminan definiendo, en este caso en particular, una decisión que puede cambiar el futuro de un país.

Por esto, la cibercultura se define como los modos de vida que existen en el ciberespacio, que es el lugar en el que se estudian estas diferentes prácticas

de la gente. Antes de que este existiera, ciertas conductas que hoy adoptan las personas jamás hubieran sido posibles ni justificables ni entendidas. (Bell, 1985).

Nadie hubiese creído posible hace 30 años la conformación de un colectivo sin que sus miembros estuviesen en contacto directo mediante una cercanía física. Esto es lo que hoy permiten las redes sociales, acortando distancias y acelerando procesos.

Por otra parte, existe una visión crítica de la economía política de la cibercultura en términos de distribución, equidad de oportunidades, acceso e inclusión, ya que no todas las personas tienen igualdad de condiciones para ser parte de la cibercultura. El que no está conectado no es parte del mundo virtual, y por ende no tiene los mismos mecanismos de comunicación que otros pueden poseer. (Bell, 1985).

Una vez en el mundo virtual, las personas pueden consumir y producir información, la misma que se crea y se destruye a diario. Los que no tienen acceso están en una desventaja con relación al resto, ya que no poseen las mismas oportunidades. Los tres principales usos que se le ha dado a la cibercultura son la comunicación, el entretenimiento y el mercadeo electrónico. (Lévy, 2007).

Por último, la cibercultura propicia la creación de una inteligencia colectiva, es decir que nadie sabe todo, pero todos saben algo. Con la difusión de información, ideas, opiniones y debates se forma el mundo cibercultural: se presencia una sociedad menos pasiva, mucho más participativa, informada y colaborativa. (Lévy, 2007).

Antes las personas tenían que confiar en lo que decían los medios de comunicación y los actores en el poder, hoy pueden contrastar muchas más fuentes e incluso interactuar con entes que antes estaban mucho más alejados y eran casi inalcanzables.

2.3. Mundos virtuales

Los mundos virtuales son una parte muy importante en la creación de lo que posteriormente serían las redes sociales, pues se intenta llevar a la virtualidad lo que se vive día a día en el mundo *offline*.

Según Richard Bartle, escritor inglés, para dar una definición de lo que son los mundos virtuales se debe entender la siguiente analogía: “lo real es lo que es, lo imaginario es lo que no es, y lo virtual no es, pero tiene la forma o efecto de que lo es”.

De tal forma, los mundos virtuales son imaginarios, pero a la vez causan el efecto de ser reales para la gente. Son lugares donde lo imaginario puede transformarse en algo muy similar a lo real. (Bartle, 2003).

En otras palabras, las redes sociales son espacios virtuales que en realidad no existen, es decir, que no son palpables pero que están ahí, en una nube invisible. Sin embargo, lo que se discute es real y puede llegar a tener consecuencias en la vida de muchas personas.

Los mundos virtuales empezaron como mero entretenimiento, bajo el formato de juegos de computadora. Hasta el momento ese ha sido el motor que ha impulsado a los mundos virtuales, con ejemplos como The Sims o Second Life. Pero con la evolución del tiempo, las redes sociales han llegado a formar parte de los mundos virtuales también, ya que la gente adquiere una vida propia en cada plataforma social.

Por lo tanto, se habla de una metáfora del mundo real, comunidades, civilizaciones, vidas que simulan situaciones que ocurren en la realidad. Esto se hace posible mediante el uso de las nuevas tecnologías, de las ciberculturas.

En los juegos de video, el usuario utiliza un personaje paralelo con el que se siente identificado. Temas como la amistad, el amor, la economía, las guerras, la política o la supervivencia están presentes en los mundos virtuales.

Alejandro Piscitelli, por su parte, destaca la conexión que los seres humanos han llegado a tener gracias a los mundos virtuales. Ya no es necesaria la proximidad física para entablar cercanía con las personas y además los mundos virtuales permiten escoger qué consumir y cuánto tiempo detenerse en ciertos temas. Estar informado y conectado con el mundo es posible gracias a esta conectividad. (Piscitelli, 2002).

Si bien Piscitelli admite que para gran parte de las actividades humanas más importantes no se necesita una computadora y conexión a internet, la psicología de las personas hace que disfruten con la utilización de estas herramientas, que en muchos casos permiten que las personas se expresen y no necesariamente sean identificadas por el resto de usuarios. (Piscitelli, 2002).

En esta investigación se hace mención a los mundos virtuales ya que la plataforma estudiada, Twitter, se convierte en una verdadera comunidad virtual. En realidad es algo que no existe, que no es tangible, pero adquiere un gran valor a la hora de permitir que la gente exprese sus ideas e interactúe en la plataforma. El mundo Twitter no existe materialmente, pero es una herramienta que puede llegar a ser muy útil si se la utiliza adecuadamente.

En el mundo de las redes sociales, y en Twitter especialmente, las personas están representadas por avatares, que son identidades escogidas por cada usuario para interactuar con los demás. Dicha representación, en la mayoría de los casos, está producida por el alter ego de las personas, es decir cómo a la gente en realidad le gustaría verse, más que reflejar cómo en realidad son. (Bartle, 2003).

A medida el número de usuarios ha ido creciendo, Twitter se ha convertido en una comunidad virtual que ha reemplazado a las plazas públicas o a los lugares donde antes habitualmente la gente se reunía para conversar sobre temas de actualidad. La virtualidad permite la interacción con personas que no están cerca físicamente, pero que sí comparten ideales y gustos parecidos. Así es como se crean las comunidades en Twitter.

2.4. Twitter como plataforma

Con el objetivo de realizar un análisis exhaustivo en el caso de esta investigación, resulta muy importante conocer a profundidad de qué manera funciona Twitter como una plataforma que permite la interacción entre sus usuarios.

Como se menciona en la introducción del capítulo, Twitter es una red social que fue creada en 2006 (incorporada oficialmente el 19 de abril de 2007), bajo un concepto de microblogging, es decir una plataforma que permite a sus usuarios publicar mensajes cortos, de máximo 140 caracteres. Esto que ha representado un desafío para periodistas y demás usuarios, por el nivel de síntesis que deben tener los mensajes.

La misión de Twitter es proporcionar a todos los usuarios la capacidad de crear y compartir ideas e información al instante, sin ningún tipo de obstáculos. La página cuenta con 302 millones de usuarios activos mensualmente, se envían aproximadamente 500 millones de tuits diarios y se la puede encontrar en más de 33 idiomas a nivel mundial.

Remitiéndose a cómo Twitter se describe a sí mismo en su plataforma, es una red social que “te permite crear y compartir ideas e información al instante, sin ningún tipo de obstáculos. Es la mejor manera de conectarte con personas expresarte y descubrir lo que está sucediendo”. Además, se explica de qué

manera la plataforma sirve para empresas, medios de comunicación o desarrolladores que pueden llevar su negocio a otro nivel.

Un tuit es una expresión de un momento o una idea en 140 caracteres. Puede tener texto, fotos y videos. Hay todo un vocabulario creado en el mundo de esta plataforma, como por ejemplo los hashtags (etiquetas de interés), las menciones hacia un usuario, los mensajes directos entre usuarios o los retuits, que son ampliaciones de un tuit hacia los seguidores de la persona que retuitea.

Algunos de sus momentos más importantes desde la creación: en agosto 2007 se ponen en práctica los hashtags o etiquetas, que permiten agrupar información sobre un tema o cualquier palabra que sea de interés para varias personas. En abril de 2010 se crean los tuits promocionados, es decir que la gente paga para que su contenido se difunda de manera masiva entre los demás usuarios.

Por otra parte, Twitter aclara que cada usuario es responsable por el contenido que publica, lo que deslinda a la página de cualquier posible conflicto que pueda existir dentro de la plataforma. También se deja claro que se trata de una red social pública, por lo que cualquier contenido puede ser visto por cualquier persona en el mundo, en tiempo real.

Movilizaciones colectivas que se han producido en el mundo en los últimos años demuestran la influencia y la masificación que pueden llegar a tener los mensajes generados en Twitter, que permite generar información al instante, organizar a la gente y proponer debates, lo que a su vez genera opinión pública. Para Rheingold, “nos hallamos ante un nuevo medio de organización social, cultural y política, que instaura un nuevo régimen tecnosocial”. (Rheingold, 2004, p.14).

‘Tsunami social’ es otro término con el que muchos se refieren al hablar de Twitter, justamente demostrando el efecto que puede causar un mensaje bien elaborado y compartido.

La interacción social es un fenómeno que se ha visto revolucionado con la llegada de Twitter, que ha permitido el nacimiento de nuevas formas de poder social e intercambio en el momento justo y en el lugar adecuado, creando toda una revolución en los hábitos tecnosociales. (Rheingold, 2004, p. 19).

Según Rheingold, estas multitudes inteligentes móviles están surgiendo no desde las cúpulas institucionales, sino desde las prácticas periféricas de los usuarios, que deciden cambiar sus modos de juntarse, de trabajar, de comprar, vender, gobernar y crear. (Rheingold, 2004, p. 19).

No obstante, el autor señala que Twitter no siempre es benévolo, ya que han existido otros casos en los que puede tener el mismo efecto para acciones nocivas para la sociedad, por lo que puede resultar un arma de doble filo. Por ejemplo, varias veces se ha visto que mensajes que no dicen la verdad, jugando incluso con la muerte de personalidades, y han llegado a ser virales en pocos minutos. Existe una globalización de la conciencia. (Rheingold, 2004, p. 22).

Por otro lado, para Lévy, lo que ha posibilitado esta red social es el concepto de inteligencia colectiva, que ha permitido obtener información sobre un tema al instante. Según el autor, gracias a esta interactividad que existe entre los usuarios, se ha creado una actitud nómada transversal que ha evolucionado la mentalidad de los seres humanos. (Lévy, 2007).

Y es que con un simple clic se puede encontrar información y diversas opiniones que provienen de diferentes visiones y distintos lugares del mundo. Si se sabe filtrar bien la información, se puede quedar bien informado de un tema en un tiempo que antes era imposible por la falta de tantas fuentes accesibles. (Lévy, 2007).

Todo esto hace pensar que Twitter se ha convertido poco a poco en la nueva plaza pública para la generación de ideas y debates que forman opinión pública en las distintas sociedades. Esta investigación justamente analiza el poder que tuvo Twitter en el caso del colectivo Yasunidos y su enfrentamiento con el

gobierno ecuatoriano en el tema de la explotación del Yasuní ITT, generando opiniones y debates en la virtualidad.

Ya sea a favor o en contra de la iniciativa, los medios de comunicación y los usuarios de Twitter aprovecharon para generar discusiones e información que posteriormente fue útil para otros usuarios.

El concepto de plaza pública se refiere a que existe una democratización en las redes sociales, la gente puede opinar y a su vez interactuar con medios de comunicación y personalidades con poder que antes estaban muy distantes de la población en general.

A parte de los medios de comunicación, los otros espacios utilizados por los actores de aquel caso fueron las calles (para promocionar la idea y con la recolección de firmas) y las redes sociales, en especial Twitter, por las herramientas que ofrece para conectarse con otras personas que tienen los mismos intereses.

2.5. Twitter como comunidad virtual

Twitter, más que una red social, es una plaza pública virtual, se trata de una de las tantas redes sociales gratuitas, que reúne una ventaja significativa: es una mezcla entre blog, red social y mensajería instantánea. Es por esto que es tan apreciada por su efectividad a la hora de crear una comunidad o de viralizar un mensaje.

Esta forma de comunicación permite a sus usuarios estar conectados en vivo y, mediante las etiquetas, también denominadas hashtags, estar en contacto con las personas que comparten los mismos temas de interés, así como con las temáticas de coyuntura. (Orihuela, 2011).

Otra de las características de Twitter es su capacidad de movilidad, pues funciona de manera muy similar en computadoras, tabletas y celulares inteligentes. Es decir, no ata a sus usuarios a un solo lugar de conectividad.

La plataforma también permite las publicaciones con fotografías y videos, por lo que los medios de comunicación se han visto obligados a actualizarse y crear sus cuentas para informar en tiempo real. (Orihuela, 2011).

Esta plataforma incluso ha creado el concepto de periodista ciudadano, es decir que hoy en día con una cuenta de Twitter cualquier persona puede convertirse en un periodista o un comunicador mediante contenido que sea útil para el resto de usuarios que lo puedan ver.

Ha habido muchos casos en los que simples tuiteros tienen primicias antes de los medios de comunicación por la inmediatez que permite la página para publicar contenido.

Además de ser una nueva vía de información y comunicación, Twitter ha permitido una cercanía entre personas que antes nunca la tendrían. Esta red social ha permitido una democratización a varios niveles, por ejemplo entre los primeros mandatarios y los ciudadanos de un país determinado o entre artistas famosos y sus fans. Hoy, gracias a Twitter, todos están más cerca.

Según el autor español Juan José de Haro, el hecho de ser una plataforma simple no juega en contra de Twitter, sino totalmente lo contrario. Al no ser complicada de utilizar, ha permitido la creación de varias aplicaciones que proporcionan más utilidades y ha facilitado la comprensión de sus herramientas por parte de sus usuarios. (De Haro, 2010).

A diferencia de redes sociales como Facebook, en Twitter el usuario que es seguido por una persona no necesariamente debe seguirla (existe flexibilidad para elegir a quién se sigue y a quién no), por lo que es más probable que

cada vez que entre a la aplicación un usuario lea únicamente lo que le interesa. Además, no se necesita ser “amigo” de alguien para iniciar una conversación, por lo que cualquier usuario puede mencionar a otro. (De Haro, 2010).

Finalmente, no es una red social que invada demasiado la privacidad de las personas, pues nadie puede saber cuándo un usuario está conectado, o si un usuario ya leyó un mensaje o no. Existe la flexibilidad de responder cuando el usuario lo desee, sin sentirse presionado por interactuar al instante. (De Haro, 2010).

Para esta investigación se analizará el comportamiento de un grupo social que fue creado con el objetivo de oponerse a una medida que el gobierno nacional anunció en 2013, con relación a la explotación del Yasuní, una reserva ecológica situada en la Amazonia ecuatoriana.

Si bien el colectivo Yasunidos no fue creado específicamente en Twitter, fue esta red social la que le dio una gran oportunidad de expandir sus ideas y ganar adeptos, mediante la generación de información y debates entre sus usuarios, no solo de Ecuador, sino del mundo, esto se evidencia en el trabajo de campo realizado para esta investigación, a partir del análisis de los usuarios que actualmente posee el perfil.

2.6. Caso Yasuní ITT

Para realizar un análisis profundo y completo del caso en estudio, resulta indispensable contextualizar en qué momento se profujo y cuál era la situación del caso Yasuní ITT ese momento en el Ecuador.

De acuerdo a estudios científicos, el Parque Nacional Yasuní, ubicado en la región amazónica ecuatoriana (en las provincias de Orellana y Pastaza), es la región con mayor diversidad biológica del mundo. Se han registrado 567

especies y protege cerca del 40% de todos los mamíferos de la cuenca amazónica.

A esto se suma que es el área con el número más alto registrado de herpetofauna (reptiles y anfibios) en toda Sudamérica, con 105 especies de anfibios y 83 especies de reptiles documentadas. Además, posee también una inmensa diversidad de peces de agua dulce con 382 especies y con más de 100 mil especies de insectos por hectárea.

La Iniciativa Yasuní-ITT empezó como un proyecto oficial del gobierno ecuatoriano, en 2007, durante la presidencia de Rafael Correa. La idea fue condicionar el mantenimiento de la zona intangible (decretada en 1998 por el gobierno de Jamil Mahuad) en un sector del Parque Nacional Yasuní, ubicado entre los cuadrantes de exploración petrolera Ishpingo, Tiputini y Tambococha.

La zona fue decretada intangible con el propósito de no interferir en los territorios de los grupos aborígenes no contactados en la Amazonía y mantener la reserva de la biósfera alejada de la explotación petrolera que se realiza en varias zonas de la selva amazónica.

Durante el gobierno de Correa, se propuso condicionar una parte de la zona con una manera de “compensación” por los recursos no percibidos al momento de no explotar el petróleo de la zona. Esta compensación fue propuesta a la comunidad internacional bajo los criterios de una economía ecológica, ambiental y de recursos naturales.

Según la Iniciativa Yasuní ITT, el Estado ecuatoriano se comprometía a dejar bajo tierra, de forma indefinida, cerca de 856 millones de barriles de petróleo en la reserva ecológica del Yasuní, para evitar la emisión a la atmósfera, y 407 millones de toneladas métricas de dióxido de carbono, a cambio de una compensación económica de la comunidad internacional por el 50% del valor

estimado de las utilidades que percibiría si se diera la explotación de este recurso (\$350 millones anuales).

Los fondos captados por esta operación se reinvertirían en el Ecuador en tres ámbitos: el manejo de 19 áreas protegidas, un programa de reforestación nacional y un cambio de matriz energética. Estos fondos serían manejados por un fideicomiso designado por el Gobierno Nacional.

En este escenario, la Iniciativa Yasuní ITT fue reconocida a nivel internacional como una propuesta pionera y revolucionaria, que proponía nuevas medidas para establecer una relación con el planeta, al buscar la mitigación del cambio climático.

Las características de la iniciativa se reflejaron en un nuevo modelo integral de desarrollo económico postpetrolero, que involucró la lucha contra el cambio climático, la conservación de la biodiversidad, la protección de culturas indígenas y la inversión en el desarrollo social de la Amazonía ecuatoriana.

La iniciativa tenía tres objetivos primordiales: evitar emitir 407 millones de toneladas de CO₂ a la atmósfera, calculándose esta cantidad bajo los mecanismos de compensación de Emisiones Netas Evitadas (ENE); preservar la biodiversidad de una área del planeta con una riqueza natural extraordinaria, y conservar la zona intangible donde habitan los clanes nómadas en aislamiento voluntario Tagaeri y Taromenane, de la Nacionalidad Waorani.

Al enmarcar a la iniciativa en la Constitución del Ecuador vigente, que fue aprobada en el 2008, se convertía en un ejemplo de su aplicación al reconocer de manera formal los derechos de la naturaleza reflejados en el entorno natural con su capacidad para crear y reproducir la vida.

La Presidencia de la República del Ecuador conformó el Equipo Negociador de la iniciativa, con el objetivo institucional de promover, difundir y recaudar fondos a favor del fideicomiso.

La iniciativa nació oficialmente el 10 de diciembre de 2007, cuando el Ministro de Energía de la época, Galo Chiriboga, anunció que si la comunidad internacional no le proporcionaba los \$350 millones por año a Ecuador, empezarían las operaciones para extraer crudo del campo Ishpingo-Tiputini-Tambococha (ITT).

Evitar la quema de combustibles fósiles y la deforestación para no contribuir con el cambio climático fue una de las principales propuestas a favor de la iniciativa. La no destrucción de la biodiversidad, la protección al pueblo Huaorani que habita en la zona y el progreso de la economía nacional fueron otros argumentos utilizados por el gobierno para impulsar la idea.

Fechas importantes

- 21 de enero de 2011: AVINA, una Fundación que actúa en América Latina, se convirtió en la primera ONG en aportar al fondo de la iniciativa al donar 100 mil dólares al Gobierno de Ecuador.
- Febrero de 2013: el gobierno alemán donó la cantidad de 34.5 millones de euros para apoyar la iniciativa.
- 15 de agosto de 2013: Rafael Correa anuncia el fin de la iniciativa Yasuní ITT y anticipa la explotación petrolera del 1 por 1000 de la zona.
- 18 de agosto de 2013 : Nace el colectivo Yasunidos.

- 23 de agosto de 2013: Correa pide declarar de interés nacional, conforme establece el Art. 407 de la Constitución de la República, la explotación petrolera de los bloques 31 y 43 dentro del Parque Nacional Yasuní.
- 22 de agosto de 2013: Yasunidos presentan una propuesta de pregunta a la Corte Constitucional.
- 17 de septiembre de 2013: Se presenta un informe para primer debate en la Asamblea Nacional, sobre la declaratoria de interés nacional de la explotación del Yasuní ITT.
- 3 de octubre de 2013: La Asamblea Nacional inicia el segundo debate sobre la declaratoria de interés nacional de la explotación del Yasuní ITT. Con 108 votos a favor se declara de interés nacional la explotación. Se establecen 18 recomendaciones al ejecutivo para la misma.
- 14 de octubre de 2013: El CNE realiza capacitación a 50 miembros de Yasunidos.
- 15 de octubre de 2013: El CNE entrega a Yasunidos los formularios y comienza el plazo de los 180 días para la recolección de firmas para enviar el tema de la explotación al Yasuní ITT a consulta popular.
- 5 de marzo de 2014: Yasunidos convoca a rueda de prensa, en la que presenta 60.000 formularios, es decir alrededor de 480.000 firmas.
- 12 de abril de 2014: Yasunidos entrega 55 cajas con 757.623 firmas al CNE.

- 17 de abril de 2014: El CNE inicia proceso de validación de firmas y formularios.
- 6 de mayo de 2014: El CNE hace una rueda de prensa en la que anuncia que de los 599.103 registros que pasaron a la fase de verificación de firmas, 230 mil fueron rechazados.
- 12 de mayo de 2014: CNE notifica a Yasunidos que no se ha alcanzado el mínimo de firmas para llamar a una Consulta Popular.

Decisión final e implicaciones

El 12 de mayo de 2014, Domingo Paredes, presidente del Consejo Nacional Electoral (CNE), anunció que el colectivo Yasunidos no alcanzó las 583.324 firmas que necesitaba para someter a consulta popular la extracción petrolera del Yasuní ITT.

Según Paredes, el colectivo alcanzó 359.761 firmas válidas. En el proceso de verificación de firmas fueron rechazadas 239.342, de las 599.103 que pasaron a la etapa final. Paúl Salazar, vicepresidente del CNE, dijo que se encontraron irregularidades desde el arranque del proceso. En la primera etapa hubo cédulas sin nombre y otras con datos incompletos.

El CNE contrastó la información con 5 bases de datos del padrón electoral, que fueron el Registro Civil, la Cancillería y los bancos de Fomento y del Pacífico. El organismo encontró firmas repetidas de dirigentes del colectivo, quienes habrían firmado de forma repetida en formularios distintos.

Ante esto, Yasunidos no presentó ningún recurso legal de apelación ante el Tribunal Contencioso Electoral (TCE), por lo que la consulta popular para la explotación del 1 por 1.000 del Parque Nacional Yasuní no se llevó a cabo. Sin

embargo, Yasunidos no se ha desintegrado y siguen defendiendo algunas causas sociales y ambientales hasta la actualidad.

2.7. Colectivo Yasunidos

Para esta investigación es muy importante tener claro quiénes conforman el colectivo Yasunidos y cuáles son sus ideales, qué buscan y a dónde quieren llegar, para entender la manera en la que persiguen esas metas impuestas.

Yasunidos es un colectivo que se formó el 18 de agosto de 2013 con el objetivo de velar por la conservación del Yasuní de la explotación petrolera. Se definen como “un grupo de jóvenes, pero también, estudiantes, campesinos, artistas, obreros madres, padres, niños, niñas y activistas que pretenden defender la vida por encima del dinero”. (Página web de Yasunidos).

Acción Ecológica, un movimiento creado en 1986 en Quito por un grupo de ecologistas que lucharon por causas relacionadas con la naturaleza, fue el colectivo que en un principio tomó la batuta de las protestas callejeras, mediante su presidenta actual, Esperanza Martínez.

Mucha gente que no era de Acción Ecológica se unió a las marchas para apoyar la misma causa, y fue en esas manifestaciones que un grupo de jóvenes interesados en la defensa de causas ambientales comenzaron a reunirse y posteriormente fundarían el colectivo Yasunidos, el 18 de agosto de 2013.

Los miembros fundadores se definen como una unión de todas las personas que protegen del extractivismo, al Parque Nacional Yasuní y los pueblos en aislamiento voluntario.

Apartidistas, pero no apolíticos, son, además, veganos, ecologistas, animalistas, feministas, pro derechos, indígenas, ciclistas y confluyen en la

diversidad. Ellos no creen que el extractivismo sea ni la única ni la mejor manera de producir riqueza. Si bien practican la resistencia, no lo hacen de forma violenta. “Somos pacifistas pero no pasivos”, aseguran en su descripción.

Sus ideales están basados en la realidad existente a nivel mundial del cambio climático, de la crisis del agua, de la extinción de la biodiversidad y del etnocidio de los pueblos indígenas.

Uno de sus principales objetivos es cambiar el antropocentrismo y el patriarcado del Hombre en relaciones horizontales que se basan en el respeto a la naturaleza, a los animales y a los seres humanos. El colectivo asegura defender la constitución ecuatoriana, que es la más ecologista del planeta.

La idea de Yasunidos es que el Ecuador pueda salir de la dependencia del petróleo y de los recursos naturales en su economía. De esa manera no sólo se protege al medio ambiente, sino a los pueblos en aislamiento voluntario que habitan esas zonas.

El colectivo tiene adherentes en varias provincias del país, por lo que tienen una idea clara sobre el extractivismo en términos de minería, petróleo y agroindustria, cuyo resultado, según Yasunidos, en todos los casos es la devastación del medio ambiente, del acervo cultural, empobrecimiento y desigualdad.

Es por aquel motivo que demandan y proponen otros modelos de vida, que vayan en armonía con la naturaleza y que respeten todas sus formas y la diversidad cultural que esta posibilita.

Fundadores y principales actores

Fueron varios jóvenes ecologistas quienes fundaron el colectivo. Si bien no existen posiciones jerárquicas, se pueden nombrar algunos de los activistas que más participaron y más estuvieron visibilizados en los medios de comunicación durante la etapa de recolección de firmas para la consulta popular.

Entre los principales miembros de Yasunidos, se puede identificar a Pedro Bermeo, activista por los derechos de la naturaleza y los animales. Además, es vocero del Colectivo LOBA y coordinador del colectivo Libera Ecuador. También está Esperanza Martínez, presidenta del movimiento Acción Ecológica y vocera del colectivo Yasunidos.

Entre otros de los voceros más activos se encuentran Patricia Carrión, Elena Gálvez, David Mármol, Patricio Chávez, Antonella Calle, Mercedes Coronel (Yasunidos Riobamba), Carolina Vallejo (Yasunidos Cuenca), Enrique Galarza, Susana Castillo, Ivonne Ramos, Carlos Larrea, Tannia López, Gloria Chicaiza, Elizabeth Rivadeneira, Nathalia Bonilla, Macarena Pazmiño, Eduardo Pichilingue, Ivonne Yáñez, Lina Cahuasqui, María Eugenia Carrera, Julio César Trujillo, Jorge Espinoza y Pablo Piedra.

Gran parte de estos miembros del colectivo tienen cuenta de Twitter y participaron de manera activa durante el periodo de recolección de firmas. Además, cada quien sigue participando hasta ahora por otras causas ecológicas y a favor de los animales.

Las personas que conforman el colectivo es que poco a poco se fueron juntando para ser cada vez un número mayor. La mayoría de ellos son voluntarios que se ofrecieron para ayudar a recolectar firmas en el proceso del pedido de llamado a una consulta popular. Hoy por hoy, ni los mismos integrantes saben con certeza cuántos miembros conforman el colectivo.

Ideales

El objetivo principal por el que el colectivo Yasunidos se creó fue el de realizar actividades de defensa y concientización de la opinión pública acerca de la situación de amenaza que en esa época vivía el Yasuní, según su portal web,

En su página web, se identifican como: “Un grupo que nace a partir del anuncio presidencial de dar por terminada la Iniciativa Yasuní-ITT, que buscaba dejar bajo tierra unos 900 millones de barriles de petróleo en este parque natural. Para esta agrupación, la iniciativa Yasuní-ITT está más viva que nunca”. (Yasunidos.org)

Al intentar definir sus ideales, los miembros de Yasunidos concuerdan en que es un “colectivo de colectivos”. Es decir, no tienen una sola lucha, sino que paralelamente defienden varias causas relacionadas con los derechos de la naturaleza y de los animales, principalmente. Para ellos, el Yasuní representa:

- Un símbolo del Buen Vivir.
- El emblema de resistencia de todas las luchas ambientalistas.
- La transición a un modelo socio-económico amigable con la naturaleza y con todos los animales, incluyéndonos.
- La utopía a otros estilos de vida.
- El estandarte mundial para combatir el cambio climático, y dejar los combustibles fósiles bajo tierra.
- La reafirmación los derechos de la naturaleza, que como Ecuador, hemos reconocido. (Página web de Yasunidos).

Lo que tienen muy claro es que no pertenecen a ninguna fuerza política ni tienen banderas partidistas. En un recuento de sus principios más importantes, recogidos de la página web oficial, están: salvar el Yasuní, rechazar que el extractivismo sea la única forma de producir riqueza en el Ecuador, practicar resistencia sin ser violentos y ser pacifistas, pero no pasivos.

Además, también está basarse en las realidades del cambio climático, la crisis del agua, la extinción de la biodiversidad y el etnocidio de los pueblos indígenas, cambiar el antropocentrismo y patriarcado del hombre hacia la naturaleza, defender la constitución del Ecuador (la más ecologista del mundo) y salir de la dependencia del petróleo.

La idea de crear la plataforma www.yasunidos.org y las cuentas en redes sociales fue de darle presencia al colectivo en internet, para de esa manera agrupar a los activistas ya existentes y sobre todo para captar nuevos simpatizantes con la causa del Yasuní, además de informar las últimas novedades al respecto.

Comunicados como el que consta a continuación sirvieron para alcanzar esas metas planteadas: “El objetivo de dejar el crudo del ITT bajo tierra está más vivo que nunca, las calles lo demuestran con la creatividad y el compromiso de la ciudadanía que pide que su voz sea escuchada, que el tema sea bien pensado por todos y todas, con diversidad de argumentos y no con confusas informaciones y propaganda gubernamental deslegitimadora”.

Aprovechar un momento histórico en el país es lo que este grupo se propuso en sus inicios. Se autodefinen como un movimiento de carácter netamente pacífico, que busca la protección de la vida, los derechos humanos, y la defensa y conservación del Patrimonio Natural Ancestral del Ecuador.

“Apostamos por otras alternativas económicas para el desarrollo del país, alejadas de la explotación del campo ITT. Para llegar a ese fin, exigimos a la Asamblea Nacional que asuma la responsabilidad histórica que le correspondía y se posicione a favor de mantener el petróleo bajo tierra; en caso contrario, dado que se trataba de un tema de interés nacional, pues buscamos un ejercicio de democracia participativa y responsable a través de una consulta popular, que nunca se dio”, afirma Pedro Bermeo.

Al mismo tiempo, siempre dejaron en claro que rechazaron cualquier intento de vincularse con cualquier grupo político, así como intentar una desestabilización del Estado. Para Yasunidos, la iniciativa de dejar el crudo del ITT bajo tierra de manera indefinida no debía responder a pedidos de la comunidad internacional, sino tenía que nacer desde los ecuatorianos.

Desde el colectivo, exigieron que se respeten los derechos de los pueblos ocultos como garantiza el Artículo 57 de la Constitución, además de que no se sacrifique el Patrimonio Natural Ancestral en lugar de optar por alternativas post petroleras. Otras actividades que pidieron fueron debates transparentes sobre el modelo económico y la matriz energética del Ecuador.

Terminar con la pobreza y mejorar la educación, mediante una repartición más justa y equitativa de la riqueza, fue una de las propuestas de Yasunidos para obtener recursos alejados del petróleo. “Si incrementáramos un 1.5% de impuestos adicionales a las ganancias de los grupos de poder económico, obtendríamos más de 50 mil millones de dólares en el mismo periodo que se planteó explotar el ITT, 22 años”, agrega Bermeo.

El colectivo siempre estuvo consciente de la importancia del buen vivir para el Gobierno, y es por eso que siempre priorizaron el bien común en sus propuestas. Lo que buscaron desde un inicio es formar una revolución social que cuestione los valores del consumo energético, que trae, según sus miembros, consecuencias negativas para el país.

Otro de los objetivos planteados desde un inicio fue el de superar la dependencia petrolera que, además de agravar el calentamiento global, la destrucción medioambiental y poner en riesgo la vida de los pueblos ocultos, compromete el futuro de no solo los y las ecuatorianas, sino el de la humanidad.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

CASO DE ESTUDIO: YASUNIDOS EN TWITTER

Esta investigación se basa en una metodología mixta, es decir que contiene tanto un enfoque cualitativo como cuantitativo, que sirve para triangular y analizar de mejor manera la información obtenida.

Por una parte, se utilizará un enfoque cualitativo, a través del cual se buscará estudiar de manera cercana el caso del colectivo Yasunidos y su activismo en Internet, especialmente en la red social Twitter. Por otro lado, el enfoque cuantitativo permitirá medir la eficacia que tuvo el colectivo con sus publicaciones en Twitter.

Además, la investigación contiene varias fases metodológicas, que se aplicarán en base al marco teórico que se planteó en el primer capítulo. Estas fases incluyen una observación participante, una etnografía virtual y entrevistas a profundidad, tanto dentro la plataforma virtual (*online*), como de forma presencial, con los principales actores involucrados en el caso de estudio. Esto permitirá analizar la conducta de los actores, la interacción y la relación que mantienen entre ellos y los procesos simbólicos entre grupos humanos.

Para esta metodología, el investigador utilizó la misma cuenta de Twitter que tuvo durante su paso por la universidad, puesto que se trató de una observación participante, una etnografía virtual y entrevistas abiertas, no encubiertas.

La etnografía se realizó sobre las publicaciones de Twitter realizadas en el periodo de tiempo que comprende el 18 de agosto de 2013 y el 7 de mayo de 2014, por ser las fechas en las que se dio el proceso de recolección de firmas para llamar a una consulta popular, que fue el período de tiempo en el que más actividad tuvo la cuenta de Yasunidos en Twitter.

A partir de esta información se analizarán las dinámicas discursivas que se desarrollaron en el caso Yasunidos en Twitter. El objetivo de comprender el funcionamiento de la plataforma permitió determinar de qué manera esta funciona como espacio público. Es importante recalcar que en el contenido de los discursos se encuentran los elementos para analizar los principales temas acerca de la opinión pública sobre este caso.

También, es importante recalcar que la metodología aplicada permitió conocer cómo se generó el debate entre cuentas de usuarios contrapuestos en el caso Yasunidos, para analizar la “correlación de fuerzas” que existió en Twitter sobre la coyuntura Yasuní, tanto por parte del Gobierno como por intermedio del colectivo Yasunidos.

3.1. Observación participante

La observación participante permitió al investigador inmiscuirse en el mundo de Twitter para entender de mejor forma la herramienta y sus reglas, así como participar interactuando con los actores más importantes y analizando sus publicaciones.

Muestra

De un gran universo de usuarios, se escogió una muestra a conveniencia basada en la relevancia de los actores (dueños de perfiles) que intervinieron en las discusiones sobre Yasuní en Twitter. Gente que estuvo involucrada directa o indirectamente con el colectivo Yasunidos, y que pueda dar versiones oficiales sobre los objetivos que tenía este grupo al incursionar con una cuenta en Twitter.

Tabla 1. Muestra a conveniencia

Nombre	Cuenta Twitter	Seguidores	Cargo
Diana Amores	Diana_Amores	8.774	Experta en Twitter
Albertina Navas	@albertina_navas	5.330	Directora del Center for Social Media Studies en Guatemala
Efrén Guerrero	@auraneurótica	3.994	Profesor agregado en la Facultad de Jurisprudencia de la PUCE
Ana Romero	@ConyLane	1.790	Encargada de la cuenta @YASunidos
Pablo Piedra	@Pabloarturo81	894	Abogado Yasunidos
Pedro Bermeo	@PedroBermeoG	836	Vocero del Colectivo LOBA
Antonella Calle	@Ant0Calle	613	Encargada de la cuenta @YASunidos

De la muestra escogida, se pudo concretar entrevistas con la mayoría de actores, que fueron de los más activos en el periodo de tiempo seleccionado para la investigación. Ellos concuerdan que Twitter se ha convertido en una gran herramienta de comunicación para ganar adeptos, pero piensan que se trata de una plaza virtual que no reemplaza a la plaza pública tradicional, por varios factores.

Uno de esos factores es el universo que se encuentra en las redes sociales, que de ninguna manera es igual al que se puede encontrar en las plazas o en las calles. Se trata de otros tipos de debate, entre personas que tienen acceso al internet y se interesan en temas de actualidad.

Deliberación pública

Durante la investigación se encontró que, con el objetivo de ganar adeptos, los integrantes del colectivo Yasunidos, por una parte, y también quienes defendían la explotación del Yasuní, por otra, realizaron una deliberación pública, que consistió en un constante debate entre partidarios de ambas posiciones y que hizo posible realizar un análisis del interaccionismo presente en este caso.

Durante el caso Yasunidos, por lo menos 20 cuentas de Twitter se crearon para apoyar al colectivo, de las cuales hoy todas siguen existiendo. Algunas de ellas tuvieron un gran suceso, como es el caso de la cuenta oficial de Yasunidos, @Yasunidos, que logró pasar la barrera de los 12.000 seguidores y se mantiene activa hasta la fecha, por más de que no se logró el objetivo por el que el colectivo fue creado.

Otras cuentas que apoyan a la causa del colectivo, con menor cantidad de seguidores, son: @NoToquenYasuni_ (3.599 seguidores), @ResisteYAsuni (3.109), @ViveYasuni (1.522), @ApoyoYasuni (1.024), @YasuniViveEC (830), @SalvemosYasuni (80), @MOVIMIENTOJYII (45), entre otras. La mayoría de estas cuentas son manejadas por grupos activistas de jóvenes que buscan crear conciencia en los ciudadanos sobre la importancia de mantener la reserva intacta.

Además de estas cuentas, hay otras que fueron creadas en inglés, para dar a conocer las iniciativas al resto del mundo y no sólo a la gente en Ecuador y Sudamérica. @iamyasuni (2.170 seguidores), @YasuniMovie (645) y

@Yasuniguardians (504) son algunos ejemplos de estas cuentas que publicaron en otros idiomas, consiguiendo seguidores de otras regiones del mundo.

Aparte de estas cuentas que son a-personales, cada uno de los miembros del grupo interactuó y compartió las publicaciones de estas cuentas en sus cuentas personales, logrando llegar de esa manera a un mayor nicho de personas.

Por otra parte, también hay cuentas que se crearon para apoyar la decisión del Gobierno Nacional. La que más éxito alcanzó fue @Yasuni_VIVE, que ha llegado a superar los 13.000 seguidores en menos de 5 años. Otra es @DatosYasuni, con 265 seguidores. Estas cuentas promueven el aprovechamiento responsable de los recursos del Yasuní. Además de esas cuentas, están @Presidencia_ec y @Ambiente_Ec, que también publicaron de forma continua a favor del oficialismo.

El presidente Rafael Correa, el vicepresidente Jorge Glas, la ministra del ambiente Lorena Tapia, los representantes del Consejo Nacional Electoral Domingo Paredes y René Maugé, entre otros, son quienes más aparecieron en medios de comunicación y redes sociales hablando sobre el tema.

Como se puede observar, la decisión que tomó el Gobierno ecuatoriano con relación a la explotación del Yasuní trajo consigo una serie de respuestas por parte de la gente en Twitter, que comenzó a organizarse y crear cuentas para ganar seguidores, ya sea para ir a favor de la medida, en contra o para generar conciencia en la gente acerca de lo que la extracción podría significar.

Se creó una verdadera ola de discusiones por parte de los ciudadanos, que no quisieron quedarse fuera de los debates entre el colectivo y el oficialismo. Esto permitió que el caso se mediatice mucho más, llegando a ser uno de los más

discutidos durante el mandato de Rafael Correa, a tal punto de que personas y empresas internacionales se sumaron a las discusiones.

El hecho de que hayan existido dos bandos creó una lucha de intereses y una pugna en redes sociales, que hizo que la gente se interese en el tema y tome partido por uno de los dos lados. Sin embargo, estas pugnas no quedaron ahí y continúan hasta el presente con otros temas que han ido superponiéndose sobre los que antes estaban en discusión.

3.2. Etnografía virtual

En la etnografía virtual, lo que se buscó fue analizar de manera profunda y detallada a la cuenta de Twitter del colectivo Yasunidos, así como los temas y las etiquetas más utilizadas durante el periodo de la investigación, para ver qué parámetros se repitieron y fueron importantes.



Figura 1. Biografía de Yasunidos en Twitter

Tomado de: Cuenta @YASunidos

Yasunidos comenzó a organizarse en Twitter al mismo tiempo que empezó a recolectar gente fuera de la web, ya que la cuenta @YASunidos se creó en la misma fecha que el colectivo, es decir en agosto 2013.

El mensaje que presentan en su biografía de Twitter tiene mucho que ver con sus ideales: “Unión de todas las personas que protegen del extractivismo, al

Parque Nacional Yasuní y los pueblos en aislamiento voluntario #DemocraciaEnExtinción”.

Como foto de perfil presentan el logo del colectivo y como encabezado tienen una fotografía de la naturaleza, con el *hashtag* que mejor acogida tuvo para el colectivo: #DemocraciaEnExtinción. Con esa etiqueta, fueron tendencia número uno en Ecuador.

En una parte de la biografía tienen el *link* de su página web, yasunidos.org, y un elemento a destacar son las más de 2.000 fotos y videos que han compartido con sus seguidores a lo largo de este tiempo, ya que la parte visual es importante para destacar la naturaleza.

Muchos de sus miembros poseen cuentas de Twitter, con el objetivo de replicar y amplificar la información que se comparte en @YASunidos. Con sus más de 13.000 seguidores, son uno de los grupos sociales más fuertes en Twitter en el país.

El tema más tratado en su biografía durante su inicio en esta red social fue el caso Yasuní y el intento de llamar a una consulta popular para preguntarle a la ciudadanía si estaba de acuerdo con el extractivismo en la zona o no. Después, defienden también las causas de los pueblos en aislamiento voluntario y otros temas relacionados con la naturaleza y el medio ambiente.

Temas y hashtags más utilizados

Durante el período analizado, el tema más importante y recurrente fue el de buscar las firmas necesarias para el llamado a consulta popular por parte del colectivo Yasunidos. Desde su creación, el 21 de agosto de 2013, la cuenta oficial de Yasunidos ha publicado un total de 17,189 tuits, es decir, un promedio de 10.96 tuits por día.

Como se puede observar, el colectivo Yasunidos le dio mucha importancia a las redes sociales desde un inicio, y especialmente a Twitter, en donde se puede generar espacios de debate y análisis con varios temas de actualidad. Hoy en día, la cuenta sigue activa y ya no se dedica únicamente al tema del Yasuní ITT, sino a otros temas que son de palpitante actualidad en la opinión pública nacional.

3.3. Entrevistas a profundidad

Con las entrevistas a profundidad, se buscó conocer más a fondo a los protagonistas de la investigación y conocer su postura frente a varios temas que no necesariamente están explícitos en sus publicaciones o en sus muros.

Diana Amores, experta en Twitter, es una de las activas en esta plataforma, y ha defendido desde un principio la causa del colectivo. Ella asegura que el colectivo creó una cuenta de Twitter ya que conocían de casos específicos en los que Twitter no es aislado a lo que pasa en una sociedad.

Por ejemplo, uno de ellos es cuando se dio en la visita de las mujeres amazónicas a Quito, cuando llegaron para pretender ser escuchadas en la Asamblea y no se las recibió. A pesar de que no lograron su cometido, el hecho de haberse movilizadado ayudó porque movió a toda la opinión pública para conseguir más apoyo.

Otro ejemplo podrían ser las protestas recientes en contra del Gobierno. Si bien son manifestaciones que han tenido ciertos organizadores visibles, Diana piensa que eso más se ha organizado precisamente en las redes sociales, y ha trascendido a las calles. “Twitter está dejando de ser una esfera virtual para ser algo tangible en la sociedad”, asegura.

Al intentar explicar lo que Twitter significa para Yasunidos, Amores asegura: “Twitter es un espacio para un diálogo sin intermediarios, es decir que cada persona puede hablar con cualquier otra, compartir criterios y si bien pueden existir distorsiones y trolls, no llegan del todo a aplacar lo que pretende mover una plataforma como Twitter. El conectarse con otros individuos para generar debates y con ello lograr acciones que deriven en cambios, eso es Twitter”.

Finalmente, Amores señala que ella entró al colectivo a través de Twitter: “Yo soy una de las personas que se sumó a la iniciativa de Yasunidos por redes sociales y por Twitter. Cuando empecé con la recolección de firmas como una persona independiente, lo hice a través de contactos en Twitter. Creando redes de personas recolectamos cientos de firmas en un tiempo que sin la plataforma jamás hubiera sido posible”.

Esas experiencias le confirman que Twitter logra exteriorizar lo que se dice al mundo real. Sin embargo, para Amores el peligro es que mucha gente piense que haciendo resistencia en Twitter está haciendo resistencia real por extensión, pero no es así. “Es complementario, sí, pero no es suficiente”, concluye.

Esperanza Martínez, presidenta del colectivo Acción Ecológica, grupo que trabaja en conjunto con Yasunidos, no tiene Twitter pero piensa que es una herramienta que sí ayuda a cambiar realidades sociales, porque se comparte mucha información a diario y se simplifican los mensajes.

Ella destaca que la propuesta de Yasunidos fue creada desde y para los jóvenes, que son quienes están principalmente en Twitter, razón por la cual la plataforma sí tuvo mucha acogida y contribuyó mucho para amplificar los mensajes del colectivo en este caso en particular.

Sin embargo, Martínez asegura que eso no significa que los mensajes que se compartieron en Twitter necesariamente llegaron a toda la población, ya que no

todos tienen acceso y hay personas que se informaron a través de los medios de comunicación tradicionales o durante las manifestaciones en las calles.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo, se analizarán los resultados del trabajo de campo que se realizó durante la investigación, tanto con las entrevistas *online* y fuera de la plataforma, como con la observación participante y la etnografía virtual que se realizó. Los resultados serán expuestos en base a la base teoría establecida en el primer capítulo.

El desenvolvimiento de los colectivos en internet, la importancia que tiene una red social como Twitter en la actualidad, los resultados de la cuenta específica de Yasunidos en esta plataforma y la repercusión que pueden llegar a tener temas que nacen dentro de Twitter serán parte de este análisis y sistematización de resultados.

4.1. Metas de los colectivos en redes sociales

Los colectivos y grupos organizados se posesionan en Twitter con objetivos y metas específicas. Albertina Navas, MBA y Máster en periodismo digital, sostiene que la presencia de colectivos o grupos en las redes sociales responde siempre a un interés, ya sea este político, ambiental, o de cualquier otra índole.

Hay 4 fases que normalmente siguen los grupos en las redes sociales para llegar a cumplir los objetivos trazados, estas son:

1. Plantearse una causa
2. Levantar la atención
3. Generar compromiso
4. Llevar a la acción

Lo que permite Twitter, que no necesariamente tienen las demás redes sociales, es la posibilidad de que una audiencia masiva visibilice la causa que tenga un colectivo. La plataforma permite que la causa llegue a una audiencia amplia, que a su vez puede actuar como un 'imán de adeptos'.

Una vez que se consiguen más adherentes a la causa, se genera una presión social sobre las autoridades o la gente que toma decisiones sobre un determinado tema. Si bien la causa no termina de resolverse en Twitter, esa presión social hace que se tomen medidas fuera de la plataforma para resolver la causa.

Sin embargo, para Navas, Twitter es solamente una herramienta de comunicación, es decir que no es el lugar donde ocurren los hechos. A veces la gente tiende a otorgarles a las herramientas digitales una labor que en realidad no tienen, y es ahí cuando se crean confusiones sobre el verdadero uso que se les debe dar a las redes sociales. Una herramienta digital, por sí misma, no resuelve problemas, pero puede ser de gran ayuda si actúa como un canal para que más gente pueda visibilizar una causa.

Es decir, el ciberactivismo como proceso es la capacidad de una persona de ejercer influencia en decisiones públicas, a través de la visibilización de sus causas en canales de amplia cobertura.

Para un colectivo que quiere posicionarse, Twitter es la red social más completa ya que permite una mejor búsqueda en páginas como Google en tiempo real, permite generar interacción con los usuarios a través de las etiquetas, se puede generar mucho tráfico y genera lo que se conoce como 'brand awareness', que no es otra cosa que el posicionamiento de una marca o de una causa en el ideal de los usuarios.

La gran diferencia que hace Navas entre Facebook y Twitter, es que la primera red social es un lugar en el que todos deben estar para ser vistos, mientras que

Twitter es un lugar en el que se puede generar autoridad, por lo cual es una herramienta que permite generar altos niveles de influencia sobre el resto de gente.

José Luis Oruhela, experto en blogs, aclara que Twitter es Twitter, y nada más que eso. Es decir, no se trata de una muestra del mundo real. Esta red social no tiene la misma representación demográfica que el mundo offline, por lo que no se puede pretender que Twitter se convierta en una plaza pública. No existe una relación de causalidad entre esta red social y el mundo real.

4.2. Importancia de estar en Twitter hoy en día

Twitter se ha convertido, en los últimos años, en una plataforma de desintermediación, según asegura Navas. Es por esto que autoridades como presidentes u otros actores importantes de las sociedades sienten la necesidad de estar en esta red social y abren sus cuentas.

Las instituciones públicas o los gobiernos en general se vuelven la fuente principal y primaria de generación de información para las demás personas, sin tener que pasar por el intermediario llamado medio de comunicación o departamento de relaciones públicas.

Por otra parte, Twitter es una red social amigable cuando se trata de levantar causas políticas. Un estudio llamado Tuitplomacy, que combina cerca de 60 indicadores de cerca de 700 cuentas de líderes políticos a nivel mundial, en el cual figuran siete presidentes sudamericanos, entre los cuales figura Rafael Correa, en el tercer lugar de presidentes más conversacionales en Twitter dentro de esta región.

Eso significa que la presencia de Correa en Twitter tiene una clara intencionalidad. En este caso en particular, el Presidente quiere posicionar una idea de que tiene apertura para escuchar a la población y responder a sus

pedidos, por más que en el mundo offline esos pedidos no tengan una solución real.

4.3. Cuenta @YASunidos en Twitter

Pocos días después de la formación del colectivo, los integrantes se dieron cuenta que necesitaban estar presentes en las redes sociales, para amplificar sus ideales y conseguir más gente que quiera apoyar su causa. La primera red social en la que abrieron una cuenta fue Facebook, y luego Twitter.

Cuando incursionaron en Twitter, la cuenta tuvo poco movimiento en un principio, pues no existían tantos expertos en la plataforma. La rapidez con la que se genera la información fue la principal razón por la que Yasunidos entró en Twitter, puesto que Facebook no tiene la misma función.

En el proceso de recolección de firmas para la consulta popular, se dieron cuenta que el trabajo de los miembros en ese entonces no abastecía la cantidad de información que se necesitaba generar, por lo que contrataron temporalmente un experto en la plataforma, que les guió con temas como manejo de contenidos en situaciones críticas.

Tener la capacidad de mencionar a las autoridades es muy importante y ha sido muy útil para ellos, Además, entre los actores importantes mantienen contacto vía mensajes directos, lo cual les otorga cierta privacidad en conversaciones importantes y los mantiene en contacto aún si la distancia física que los separa es grande.

Otro de los temas claves de Twitter en este caso han sido las etiquetas, o hashtgas, ya que ayudan a la hora de posicionar campañas estratégicas o cuando se desea crear tendencias. La etiqueta que más acogida tuvo fue la de #DemocraciaEnExtinción, que fue tendencia número uno en el país.

4.4. Repercusión de temas que nacieron en Twitter

Según los integrantes del colectivo, una de las satisfacciones más grandes del trabajo que se realiza a diario en Twitter con la cuenta de Yasunidos es cuando ven que la gente que acude a manifestaciones utiliza pancartas con mensajes que fueron creados por el colectivo en la red social, como etiquetas o réplicas de publicaciones que tuvieron mucha acogida.

Las redes sociales son, entonces, como plazas públicas virtuales, ya que los usuarios pueden estar en constante comunicación sin tener la necesidad de estar físicamente en el mismo lugar. Además, hay información que nace en Twitter y después trasciende a los medios de comunicación tradicionales, por más que mucha gente no tenga cuentas de Twitter.

Según las personas que manejan la cuenta de Yasunidos en Twitter, esta red social ha sido de bastante ayuda para el colectivo, sobre todo en momentos críticos en los que sus miembros no tienen otros medios para publicar la información.

Por otra parte, Pablo Piedra, abogado y miembro fundador del colectivo, asegura que si bien Twitter no tiene la masividad de usuarios que posee Facebook en el Ecuador, sí es un lugar donde se genera opinión pública porque hay actores, como el presidente de la República o ciertos líderes de opinión, que son muy activos en esta red social.

El problema que observa Piedra con Twitter es que genera mucho activismo cibernético, es decir dentro de la plataforma, pero eso no necesariamente significa que se vaya a reflejar en el mundo real.

No obstante, con respecto a la influencia de Twitter en la agenda pública, recientemente un video acerca de la explotación del Yasuní que fue publicado por una periodista internacional en su cuenta de Twitter, tuvo tal repercusión

que después se replicó en los medios de comunicación tradicionales, como son la radio, la televisión y la prensa. Incluso, generó una reacción por parte del Gobierno Nacional, lo que demuestra que Twitter sí tiene la capacidad de crear debates públicos.

Según la experiencia que tienen en la plataforma, los miembros de Yasunidos aseguran que, si bien no pudieron llegar al objetivo principal que era la consulta popular, ganaron la batalla ante el Gobierno en Twitter y en el resto de redes sociales, ya que diariamente se percibe un desprestigio cada vez mayor de la imagen del oficialismo.

A pesar de haber recibido amenazas de algunos 'trolls', como ellos los denominan (personas que se dedican a publicar mensajes provocadores u ofensivos con la intención de crear molestia en otras personas o instituciones), están convencidos en que deben continuar con su lucha hasta conseguir las metas que se plantearon al inicio.

CAPÍTULO V

PRODUCTOS COMUNICACIONALES

Para realizar los productos comunicacionales de esta investigación, se ha tomado en cuenta todos los aspectos que engloban al colectivo Yasunidos y su presencia en la red social Twitter. La idea principal es mostrar la importancia que ha adquirido esta plataforma para la generación de opinión pública en la actualidad.

Se muestran datos interesantes de la influencia que pueden llegar a tener en la sociedad los temas que se hablan a diario en Twitter y se jerarquiza la información obtenida de tal manera que sea útil para cualquier otro colectivo o grupo social que busque intensificar su crecimiento y amplificar sus ideas.

Para esto, se realizó una página web utilizando la plataforma Wix, en donde se integran cada uno de los productos comunicacionales para de esa manera formar una gran historia multiplataforma, con elementos que se complementan los unos a los otros. **Link: www.tendenciayasunidos.com**

Target al que van dirigidos los productos

Los productos van dirigidos a un *target* de estudiantes universitarios y profesionales, pues es el segmento poblacional que está más interesado en involucrarse en los temas ambientales. Esto está basado en la observación de las cuentas de Twitter, con la mayoría de usuarios que oscilan entre los 18 y 35 años.

Segmentación geográfica

Jóvenes y adultos ecuatorianos que estén ubicados en las áreas urbanas del país, pues este *target* es el que interesa se involucre de manera solidaria con

la lucha por la defensa del Yasuní en la Amazonía, además de tener mayores herramientas digitales para hacerlo.

Segmentaciones demográfica y psicográfica:

Prioridad en el *target* de edad escogido jóvenes de entre 18 a 35 años de edad. Géneros masculino y femenino, de clase social media y media alta, el interés es que este target se entere de esta problemática, y como los medios a utilizarse son digitales este grupo poblacional es el que (según el INEC) tiene más acceso a herramientas web.

5.1. Producto audiovisual

El presente producto audiovisual consiste en la elaboración de un trabajo de preproducción, producción y posproducción para obtener un reportaje televisivo que recolecta información, datos relevantes, entrevistas a expertos en Twitter, entrevistas a miembros fundadores del colectivo Yasunidos y usuarios activos de Twitter.

El formato que tiene el reportaje, que es el género más completo, ayudará a los que lo vean a tener un entendimiento global del tema que se está tratando y conocer un poco más a profundidad a algunos de los actores involucrados más importantes, pues el producto constituye una mezcla entre información y entrevistas. Este no será un programa, sino un especial que trata sobre el tema de esta investigación.

Objetivos:

– Objetivo general

- Elaborar la preproducción, producción y posproducción de un reportaje de televisión de aproximadamente 5 minutos que

muestre la importancia de Twitter para la generación de opinión pública en la actualidad.

– **Objetivos específicos**

- Informar sobre los pros y contras que tiene Twitter como herramienta de comunicación para un colectivo en busca de crecimiento;
- Mostrar de qué manera Yasunidos se posicionó en Twitter hasta llegar a ser una cuenta relevante en la generación de opinión pública en el Ecuador;
- Diferenciar la red social Twitter de las demás que existen en la actualidad por las herramientas y características que posee en el ámbito comunicacional.

5.2. Revista digital

La revista digital también está dirigida a jóvenes profesionales y tiene distintos géneros periodísticos para darle mayor calidad y variedad a la información que se presente. Se trata de una publicación especial que estará disponible en la página web creada para la investigación. A continuación se detallan los productos escritos que tendrá la revista, llamada Tendencia #Yasunidos.

- Nota informativa acerca del nacimiento de la cuenta de Yasunidos en Twitter;
- Perfil realizado a la bióloga Ana Romero, quien maneja la cuenta @YASunidos;

- Entrevista con Efrén Guerrero realizada por mensaje directo en Twitter, ya que reside en Madrid, España;
- Foto reportaje de dos páginas con las mejores fotografías de Yasunidos.

La idea con la revista es darle un sentido periodístico fuerte, pero a la vez brindarle al lector muchas fotografías que ilustren los textos y el trabajo que ha realizado Yasunidos en el tiempo que se ha formado y consolidado como colectivo.

La información que se obtenga de las entrevistas con especialistas en Twitter o miembros del colectivo Yasunidos y las fotografías pertinentes irán debidamente respaldadas con su respectivo audio, o con una imagen en el caso que haya sido online, en un sector de la página web que ha sido determinado para aquello.

Objetivos:

- **Objetivo general**
 - Elaborar una revista digital de 8 páginas que tenga los estándares de calidad necesarios para competir en el mercado actual.
- **Objetivos específicos**
 - Conocer más de cerca de una de las personas encargada de manejar la cuenta de Twitter de Yasunidos;
 - Tener la opinión de un entrevistado exterior a Yasunidos, que pueda dar una versión no oficial de la presencia del colectivo en Twitter;

- Elaborar un foto reportaje con las imágenes más impactantes que se obtengan del Yasuní.

5.3. Producto radial

El producto radial de esta investigación, llamado Mensaje Directo, será en formato de entrevista para aprovechar la información y opinión de un miembro fundador de Yasunidos y abogado del colectivo, además de ser experto en temas ambientales y usuario activo de Twitter.

El abogado Pablo Piedra, además, pertenece justamente al grupo de edad al que los productos están pensados para que lleguen con mayor fuerza e impacto a quienes los consuman, pues es una persona joven pero con experiencia en el tema de colectivos en Twitter.

Objetivos:

– Objetivo general

- Elaborar la preproducción, producción y posproducción de una entrevista radial de aproximadamente 20 minutos que brinde información y también la opinión de un miembro fundador de Yasunidos y usuario activo de Twitter.

– Objetivos específicos

- Tener más información acerca de cómo se organizó el colectivo Yasunidos desde su creación;

- Conocer la opinión del entrevistado acerca de la utilidad que ha tenido Twitter con respecto a los objetivos que se trazó Yasunidos en un principio;
- Tener una aproximación desde la parte jurídica de qué temas está manejando el colectivo en la actualidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Se observa que las discusiones sobre el Yasuní en Twitter son protagonizadas por actores ambientales, personas profesionales que con argumentos como la inexistencia de un plan de remediación que compense el daño sobre los campos a explotarse, rechazan la misma. En ese sentido, se puede concluir que los argumentos racionales que menciona Habermas sobre la opinión pública argumentada siguen siendo una posición excluyente, en los que la lógica de la ilustración aún es un elemento que define la posibilidad de debatir los temas de interés público.
- Los colectivos y grupos sociales se conformaron alrededor de esta temática sobre la base de las reacciones que se generaron al malestar por la forma en que se decidió la explotación del Yasuní. En general, las reacciones se articulan alrededor de algo que no se está haciendo bien en la sociedad, sin embargo, los discursos logran llegar a la esfera de lo estatal, donde se podrían negociar las propuestas, pero ahí son ignorados en su mayoría.
- En cuanto a la conformación de los grupos virtuales articulados en torno al tema planteado, se observa que se produjeron una serie de circunstancias para que el grupo se afiance, considerando que los tiempos virtuales tienen su propia lógica. Los temas planteados cambian con una rapidez que impide la fijación de los mismos en el imaginario social.
- Los ideales que impulsan a los grupos ambientalistas persisten más allá de la virtualidad; sin embargo, la lucha que se establece en lo virtual se queda ahí muchas veces, y pasa a la realidad física solo en momentos

coyunturales, como la convocatoria a marchas, nuevamente las dinámicas temporales juegan un rol importante en relación a esto. Las estrategias que adoptan los colectivos se centran en estas convocatorias, las mismas que son acogidas en la sociedad, sin embargo, la continuidad de las mismas se ve afectada por las dinámicas virtuales: cambios de tendencias y de coyuntura.

- Los colectivos que aparecen en redes virtuales de una u otra manera son inspirados en otros y generan la posibilidad de que las tendencias aglutinen verdaderas comunidades virtuales, como es el caso de Yasunidos con Acción Ecológica, entre otros colectivos. En esta oportunidad, ambos grupos se unieron para luchar por la misma causa e incluso Esperanza Martínez, presidenta de Acción Ecológica, terminó trabajando en pro de los ideales que se trazó Yasunidos.
- En el caso puntual de Yasunidos, si bien su fuerte terminó siendo Twitter, es un colectivo que en un principio no se creó pensado para ser protagonista en redes sociales. Sus miembros coinciden en que se conocieron durante las manifestaciones en las calles o mientras recolectaban firmas para llamar a la consulta popular, y después se fueron organizando poco a poco hasta terminar siendo protagonistas en redes sociales como Facebook y Twitter. Desde ese momento, la actividad se centró con mucha fuerza en redes sociales, la importancia que estos actores le dan a las redes se centra en la posibilidad de conexión en tiempo real, validando lo que Piscitelli y Reinhold afirman acerca de que las comunidades virtuales, y la cibercultura ha reconfigurado tiempos y espacios, lo social compartido en espacio y tiempo se traslada a lo virtual.
- El haber mantenido una organización horizontal, sin jerarquías de ningún tipo, es algo que ayudó a Yasunidos en términos de colaboración entre sus miembros y reclutamiento de más gente que trabaje con ellos.

Al no existir una pirámide jerárquica, Yasunidos ha trabajado con un modelo de inteligencia colectiva, en donde cada quien aporta con lo que más sabe y de esa manera han llegado a ser prácticos. Según Ana Romero, encargada de la cuenta de Twitter del colectivo, les falta organizarse mucho, pero esa desorganización en este caso pudo haber jugado a favor a la hora de analizar los resultados que han conseguido. Este elemento fortalece el concepto de cibercultura al abrir la posibilidad de mantener horizontalidad en los diálogos en espacios virtuales.

- Entre las posibilidades que abre Twitter, se puede afirmar que esta es una red social que permite situaciones que otras no tienen, por lo que resulta atractivo incursionar en la plataforma. Existen audiencias masivas que se agrupan por intereses, lo cual resulta interesante para que un colectivo pueda visibilizar su causa. En ese aspecto, Twitter actúa como un imán de adeptos, generando una presión social en las autoridades de turno, ya que estas no pueden controlar los temas que se discuten.
- Twitter no reemplaza a la plaza pública tradicional, así como los demás medios de comunicación tampoco lo han hecho a lo largo de la historia. La plataforma no es el lugar donde se resuelven los problemas, es únicamente una herramienta digital para lograr objetivos planteados.
- Twitter es una plataforma que permite realizar ciberactivismo para ejercer una influencia en la sociedad. Por las herramientas que posee, se puede concluir que es la red social más completa para un colectivo que busca posicionarse, por lo que la decisión de Yasunidos al abrir una cuenta de Twitter fue la correcta.
- Twitter se ha convertido en una herramienta de desintermediación de la información, lo que significa que es útil para gente que busca una comunicación directa, en cualquier situación que sea. Por ejemplo, en lo

que se refiere a la gestión pública, se puede informar directamente a la ciudadanía sin necesidad de pasar por el filtro de los medios de comunicación. En el ámbito comercial, se puede publicitar directamente diversos productos, sin tener que exhibirlos en un supermercado o en una tienda que se queda con parte de sus ganancias.

- La rapidez con la que se comparte información en Twitter, la cercanía que se puede tener con autoridades que manejan sus cuentas personales, la privacidad que tienen los mensajes directos, y la posibilidad de hacer tendencias con etiquetas o hashtags son algunas de las herramientas que hacen de Twitter la red social más idónea para difundir información de un colectivo en crecimiento que tenga como objetivo posicionarse.
- Si bien no se puede hablar de Twitter como una nueva plaza pública, que reemplace espacios como los medios tradicionales, sí se puede concluir que la información que aparece en esta plataforma se exterioriza al mundo *offline* y crea la posibilidad de soluciones a problemas concretos. Un ejemplo de esto son las convocatorias a manifestarse. A las que la gente acude hoy en día, incluso el uso de pancartas que incluyen hashtags, como #DemocraciaEnExtinción, es un ejemplo de la estrecha vinculación que existe entre el mundo virtual y el espacio *real*.
- Uno de los factores negativos de Twitter es la multiplicidad de iniciativas de ciberactivismo, es decir que el apoyo por parte de la gente en la plataforma no necesariamente se va a ver reflejado en manifestaciones o en firmas plasmadas para llamar a una consulta popular, por lo tanto plasmar lo que sucede en la red en políticas concretas todavía es un tema pendiente, son pocas las iniciativas que logran concretarse en políticas. Es decir, la actividad en la red siempre es mayor y tiene poco reflejo en la vida real fuera de ella. Por ejemplo, @YASunidos tiene

13.000 seguidores en Twitter pero una convocatoria offline jamás ha conseguido contar con ese número de asistentes. Esto deja como conclusión que la participación política el compromiso con acciones que traspasen lo virtual todavía es un tema que hay que discutir.

- Los denominados trolls o las cuentas falsas que se crean a diario en Twitter son uno de las problemáticas que hay que discutir en función de que lo que sucede en la red tiene sus propias dinámicas, que no es posible trasladarlas a la realidad fuera de ella. Esto puede generar discusiones ficticias, perfiles que escudan a usuarios con identidades falsas con el propósito de hacer ciberactivismo o, en el peor de los casos, promover acoso.

Recomendaciones

- Si bien en el caso puntual de esta investigación Yasunidos tuvo éxito incursionando en Twitter con gente que manejaba la cuenta sin ser especialista en manejo de redes sociales o community management, se recomienda que las cuentas de colectivos en busca de posicionar su imagen contraten a personal capacitado para el manejo de contenidos en redes sociales, pues habrán más posibilidades de éxito a corto y mediano plazo.
- Con respecto a lo que se observa en torno al colectivo Yasunidos algunos de sus miembros admitan que les falta organización, la falta de una estrategia política que permita intervenir en la esfera pública, poner sus temas en discusión es un elemento que impide fortalecerse como organización, la visión política, no necesariamente partidista, es un elemento que las organizaciones sociales deben desarrollar en el Ecuador.

- Es indiscutible la utilidad de Twitter como herramienta eficaz, sin embargo la sociedad asigna a las redes sociales roles que no tienen, generando una suerte de despolitización en lo social, las redes sociales no pueden reemplazar a la discusión social activa y directa. Una herramienta digital, por sí misma, no resuelve problemas, pero puede ser de gran ayuda si es usada como un canal visibilizar discusiones, causas, entre otras.
- Si bien se encuentra que las autoridades gubernamentales usan sus cuentas de Twitter de forma activa, es complejo la gestión de las problemáticas sociales desde lo virtual, por lo que no se puede establecer que sigue siendo insuficiente la gestión por medios virtuales. Así lo afirman varios estudios, por ejemplo “Tuitplomacy”, en este se llega a la conclusión de que no todo lo que dicen las autoridades por Twitter termina cumpliéndose en el mundo offline.
- Hay que considerar que existe mucho ciberactivismo en Twitter, y que en el mundo *offline* no necesariamente se va a tener la misma acogida que se tiene en la plataforma. Esto puede ocurrir por varios motivos, como por ejemplo que algunos usuarios no residen en el país, algunas cuentas no tienen identidades verdaderas y hay personas que pueden tener varias cuentas y apoyar con todas ellas a una misma causa.

REFERENCIAS

Barbero, J.M. (1998). *“De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”*. México DF, México: Gustavo Gili.

Bartle, R. (2003). *“Designing virtual worlds”*. California, Estados Unidos.

Bell, D. (1985). *“La comunicación y el cambio social”*. Barcelona, España.

Blumer, H. (1982). *“El interaccionismo simbólico: perspectiva y método”*. California, Estados Unidos.

Castronova, E. (2001). *“Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier”*. Indiana, Estados Unidos.

De Haro, J.J. (2010). *“Redes sociales para la educación”*. Barcelona, España.

De Vicente, J.L. (2005). *“Inteligencia colectiva en la web 2.0”*. Barcelona, España.

Frazer, N. (2006). *“¿Redistribución o reconocimiento?”* Ediciones Morata, Madrid, España.

Goffman E. (1959). "La presentación de la persona en la vida cotidiana". Buenos Aires, Argentina.

Habermas, J. (1994). "*Historia y crítica de la opinión pública. Las transformaciones estructurales de la vida pública*". Barcelona, España: Gustavo Gili.
http://www.razonypalabra.org.mx/Intersticios/intersticios_2012/012012_Intersticios.html
http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/09_Tuñez.html

Latour, B. (1994). "*De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía*". Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad. Barcelona, España.

Lévy, P. (2007). "*Cibercultura: La cultura en la sociedad digital*". México DF, México.

Lévy-Strauss, C. (1958). "*Antropología estructural*". Método de la antropología social de acuerdo con el estructuralismo. París, Francia.

Maigret, É. (2005). "*La trampa de las teorías de los efectos directos*" en Sociología de la comunicación y de los medios, pp.85-105. Bogotá, Colombia: Fondo de cultura económica.

Morris, C. (1962). "*Signos, lenguaje y conducta*". Buenos Aires, Argentina.

Narváez Montoya, A. (2004). *“Cultura Política y cultura mediática. Esfera pública, intereses y códigos”*. Universidad de Manizales, Colombia.

Orihuela, J.L. (2011). *“Mundo Twitter”*. Barcelona, España.

Piaget, J. (1968). *“El estructuralismo”*. Estudios y ensayos fundamentales. París, Francia.

Rheingold, H. (2004). *“Multitudes inteligentes: La próxima revolución social”*. Barcelona, España.

Piscitelli, A. (2002). *“Ciberculturas 2.0: En la era de las máquinas inteligentes”*. Buenos Aires, Argentina.

Turkle, S. (1997). *“La vida en pantalla”*. Barcelona, España.

ANEXOS

Anexo 1: Capturas de pantalla observación participante

Bienvenido a Twitter.

Conéctate con tus amigos y otras personas fascinantes. Obtén actualizaciones instantáneas de las cosas que te interesan. Mira los eventos que se están desarrollando, en tiempo real, desde todos los ángulos.

What a ride it has been. 166 days in #space, time for me @astro_alex @msuraev to head home.

[Tweet y foto de @astro_reid](#)
10:03 PM - 9 Nov 2014

Sobre nosotros Ayuda Blog Estado Empleo Condiciones Privacidad Cookies Información sobre anuncios Marca Anunciarse Empresas Medios Desarrolladores Cricket Directorio © 2015 Twitter

#Yasuní VIVE

Yasuní VIVE
@Yasuni_VIVE

Existen huellas que mejoran nuestra vida y aseguran nuestro futuro. #YasuniVIVE

Ecuador
Se unió en agosto de 2010

[Twitter a Yasuní VIVE](#)

26 Seguidores que conoces

TWEETS 2,391 SIGUIENDO 527 SEGUIDORES 12,9K FAVORITOS 216

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos

Yasuní VIVE @Yasuni_VIVE · 5 de jun.
La juventud apoya el aprovechamiento responsable de recursos #yasuniparatodos

LOS JÓVENES AL FIN SOMOS LIBRES

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Alvaro González ... [Seguir](#)
- Sebastián Bauzá ... [Seguir](#)
- Adrián Fernández ... [Seguir](#)

Cuentas populares · Encontrar amigos

Tendencias · Cambiar
#AlwaysInOurHeartsZaynMalik #RuenTrinYinn

Anexo 2: Capturas de pantalla observación participante



Anexo 3: CNE a procuraduría sobre caso Yasunidos (1/4)

CNE

CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

información, en la entrega de documentos, etc., como se desprende del cuadro adjunto.

Cuadro No 1: INCONSISTENCIA ENTRE NUMEROS DE CEDULAS DE CIUDADANIA Y LISTADO REMITIDO POR YASUNIDOS EN ANEXO 1 DE SU DOCUMENTO

La primera columna contiene los números de cédula de ciudadanía registrados en el Registro Electoral coordinada con la Base de la Dirección Nacional de Registro Civil, Identificación y Cedulación del Ecuador.

La segunda columna contiene el nombre que erróneamente consta en el listado entregado por Yasunidos como titular del número de cédula.

La tercera columna contiene los nombres del verdadero titular del número de cédula correspondiente.

139
para

ORD	Cédula	Nombre erróneo que consta en el listado entregado por Yasunidos como titular del número de cédula	Nombre del verdadero titular del número de cédula
1	0926651993	ALCARCON FLORES EMILY LADY	ALARCON FLORES EMILY LADY
2	1727444505	ALTAMIRANO CARPIO VICTOR HUGO	AMBAS COLLAGUAZO ANA LUCIA
3	1717782187	ANDRADE CHIRIBOGA DENISE CAROLINA	ANDRADE BURGOS JONATHAN PAUL
4	1705381059	ANDRADE BURGOS JONATHAN PAUL	ANDRADE GONZALEZ CINTHIA CAROLINA
5	1717833444	ANDRADE CEVALLOS JONATHAN XAVIER	SILVA ORTEGA JONATHAN XAVIER
6	1710137751	ANDRADE GONZALES CINTHIA CAROLINA	ANDRADE RODRIGUEZ CLAUDIA ALEXANDRA
7	1100124260	ANDRADE RODRIGUEZ CLAUDIA ALEXANDRA	AÑAZCO HIDALGO JOSE ANTONIO
8	0905808085	ANDRADE WILLIAM ANDRADE	ANDRADE SOLANO WILLIAMS HERMOGENES
9	1723722508	AÑAZCO HIDALGO JOSE ANTONIO	APUPARO RODRIGUEZ CRISTIAN SANTIAGO
10	1719622928	APUPARO RODRIGUEZ CRISTIAN SANTIAGO	ANRANGO CUALCHI ANA LUCIA
11	1726834953	ARANGO CUALCHI ANA LUCIA	ANRANGO CUALCHI DIEGO FERNANDO
12	1721638094	ARANGO CUALCHI DIEGO FERNANDO	ARAUJO BRABO JENNY MARISELA
13	1721293247	ARAUJO BRABO JENNY MARISELA	ARCE ESPAÑA PAOLA ALEJANDRA
14	1723242275	ARCE ESPAÑA PAOLA ALEJANDRA	ARMIJOS DELGADO KAREN ELIZABETH
15	1716769300	ARMIJOS DELGADO KAREN ELIZABETH	ASTUDILLO SILVA RICARDO FABRICIO
16	0401534243	ARTEAGA EDGAR ANDRES ESTEFANIA	ARTEAGA GORDON EDGAR ANDRES
17	1725515728	ASTUDILLO SILVA RICARDO FABRICIO	ATANCURI VALENZUELA YAJAIRA ALEXANDRA
18	1727435941	ATANCURI VALENZUELA YAJAIRA ALEXANDRA	AVILA TUTILLO JUAN FERNANDO
19	1714399662	AVILA TUTILLO JUAN FERNANDO	AYALA BUCHELI LAURA
20	1715186712	BADILLO LASCANO MISHEL CAROLINA	BAROJA ROJAS JUAN CAMILO
21	1709139172	BAROJA ROJAS JUAN CAMILO	BARRAGAN TAPIA WASHINGTON ENRIQUE
22	1700097593	BARRAGAN TAPIA WASHINGTON ENRIQUE	BARRAGAN VALLEJO ANIBAL ARMANDO
23	1716385420	BARRAGAN VALLEJO ANIBAL	BRACHO PONCE MARIA JOSE

Quito - Ecuador
www.cne.gob.ec
Av. 6 de Diciembre
N33-122 y Bosmediano
PBX: (593 2) 58 15 410 / 411

Anexo 4: CNE a procuraduría sobre caso Yasunidos (2/4)

CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

		ARMANDO	
24	1801327881	BARRANCHO PONCE MARIA JOSE	BARRERA NIETO CARMEN VICTORIA
25	1714278262	BARRERA NIETO CARMEN VICTORIA	BERMEO GUARDERAS PEDRO JUAN
26	1701316547	BEDOYATROYA NANCY SUSANA	BEDOYA TROYA NANCY SUSANA
27	1711522258	BERMEO GUARDERAS PEDRO JUAN	BERMEO PEÑAFIEL RODRIGO SEBASTIAN
28	1718944380	BERMEO PEÑAFIEL RODRIGO SEBASTIAN	BOHORQUEZ AREVALO DAVID ANDRES
29	0401616487	BOHORQUEZ AREVALO DAVID ANDRES	BOLAÑOS PEREZ GISELL ALEJANDRA
30	1710576735	BOLAÑOS PEREZ GISELL ALEJANDRA	BONILLA CUEVA NATHALIA PAOLA
31	1716729007	BONILLA CUEVA NATHALIA PAOLA	BONILLA MARTINEZ SARA MARTINA
32	1716586985	BONILLA MARTINEZ SARA MARTINA	BONILLA RAMOS CARLOS BENITO
33	1705660270	BONILLA RAMOS CARLOS BENITO	BRAVO VELASQUEZ LEON GERMAN
34	1722390539	BRICEÑO RUIZ GERARDO ANDRES	BURGOS RIVADENEIRA SILVIA VIVIANA
35	1714399662	BUCHELI AYALA LAURA	AYALA BUCHELI LAURA
36	1704243540	BURGOS RIVADENEIRA SILVIA VIVIANA	BURNEO ALVAREZ MARTHA LUCIA
37	1723674352	CALDERON VALDIVIEZO JUAN ANDRES	CALLE AVILES SHAROON ANTONELLA
38	1702605088	CALDERON DE LA CUEVA GALO EUGENIO PATRICIO	CALERO DE LA CUEVA GALO EUGENIO PATRICIO
39	1721559324	CALLE AVILES SHAROON ANTONELLA	CAMPAÑA ROCHA NATALIA ESTEFANNY
40	1104515349	CAMPAÑA ROCHA NATALIA ESTEFANNY	CANO TORRES JORGE ARMANDO
41	1712585098	CARASCO ANDRADE MARIA EULALIA	CARRERA JACOME KARINA VANNESA
42	1711970598	CARRERA CARVAJAL ESTEBAN	CARRILLO VASQUEZ JOHANA NATALI
43	1714765946	CARRERA JACOME KARINA VANNESA	CARRERA CARVAJAL ESTEBAN
44	1717269862	CARRILLO VASQUEZ JOHANA NATALI	CARRION CARRION PATRICIA PIEDAD
45	1725843666	CARRION CARRION PATRICIA PIEDAD	CARRION FREILE SEBASTIAN ALEJANDRO
46	1722587712	CARRION FREILE SEBASTIAN ALEJANDRO	CARRION VARGAS ESTEFANIA AURORA
47	1725713679	CARRION VARGAS ESTEFANIA AURORA	CARRION VIZHÑAY MARIA JOSE
48	1721963344	CARRION VIZHÑAY MARIA JOSE	CASANOVA NARANJO GABRIELA CAROLINA
49	1709377384	CASANOVA NARANJO GABRIELA CAROLINA	CASTILLO CAMBELL NARCIZA ELIZABETH
50	1304694159	CASTILLO CAMBELL NARCIZA ELIZABETH	CASTRO ORTIZ MIRYAN MARLENE
51	1713316063	CZASTRO ORTIZ MIRYAN MARLENE	CASTRO RODRIGUEZ JIMMY XAVIER
52	1711974806	CASTRO RODRIGUEZ JIMMY XAVIER	CASTRO ZAMBRANO LAURA DAYANIRA
53	1700839416	CASTRO ZAMBRANO LAURA DAYANA	CAZAR ZALDUMBIDE LUIS MARCELO
54	1305362657	CAZAR ZALDUMBIDE LUIS MARCELO	CEDEÑO BERMEO CARLOS QUINTO
55	2100386362	CUAZAPAS CHULDE FERNANDO RICARDO	FAJARDO MACIAS FERNANDO RICARDO
56	1312659780	FIGUEROA JANBO ILENA	MERA FIGUEROA JORGE MIGUEL
57	2300244551	FRANCO ROMAN JONATHAN	ROMAN CORDOVA JONATHAN FRANCO
58	1200012985	FREIRE CARLOS LUCIO	LUGO FREIRE CARLOS EMILIO
59	1725421992	FREIRE VALENTINA	FREIRE ORTIZ RENATA VALENTINA

Quito - Ecuador
www.cne.gob.ec
Av. 6 de Diciembre
N33-122 y Bosmediano
PBX: (593 2) 38 15 410 / 411

Anexo 5: CNE a procuraduría sobre caso Yasunidos (3/4)

CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

60	1721009684	GALARZA GARCIA DARIO	GALARZA GARCIA DARIO JOSE
61	1724080583	GARZA CRIOLLO MAYRA LUCIA	CAIZA CRIOLLO MAYRA LUCIA
62	1721685541	GENESIS TAPIA CINTHYA	TAPIA BORJA CINTHYA GENESIS
63	1722377510	GOMEZ JARAMILLO CARLOS ANDRES	LUCERO SAENZ CARLOS ANDRES
64	1722411939	GOMEZ TAMIA GABRIELA	GOMEZ ROSERO TAMIA GABRIELA
65	0913805305	GONZALEZ REYES DALIA CAROLINA	GONZALEZ REYES DALIA CAROLI
66	0106034689	GONZALEZ ROJAS ADRIANA ISABEL	GONZALEZ RODAS ADRIANA ISABEL
67	1500720527	GREFA CARLA	GREFA VALENCIA CARLA ESTEFANIA
68	1717123192	GUAMAN JESSICA	GUAMAN CUSME JESSICA LOURDES
69	1720227873	GUAYPATIN JONATHAN	GUAYPATIN NARVAEZ JONATHAN RAMIRO
70	1310076268	GUILLEN FERNANDEZ MARIA RUTH	GUILLEN FERNANDEZ MARIA RITHA
71	1400486583	GUZMAN SALINAS NELLY ISABEL	GUZMAN SALINAS NELLY ISABEL
72	1803228004	HERENA MOSQUIZA SILVIA JACQUELINE	LLERENA MASAQUIZA SILVIA JACQUELINE
73	1703839397	HIDALGO SAAVEDRA CLARA ALBANA	HIDALGO SAAVEDRA CLARA ALBANA BEATRIZ
74	1309987301	HOLGUIN DIRSA	HOLGUIN CRUZ DIRSA MARIA
75	1705091138	HUARAS ROMAN PABLO GONZALO	HURAS ROMAN PABLO GONZALO
76	1716441777	IBARRA ZAMBRANO MARIA EUGENIA	ZAMBRANO IBARRA MARIA EUGENIA
77	1722447313	ILLANGARI MARJORIE	LLANGARI AVILA MARJORIE KATHERINE
78	1700210279	JARRIN JARA GUSTAVO	JARRIN JARA GUSTAVO ARTURO
79	0704180777	JIMENEZ PLAU PATRICIO LENIN	JIMENEZ PLUAS PATRICIO LENIN
80	0104673207	BACULIMA JOSE	BACULIMA BACULIMA JOSE RAMON
81	1706876180	LANSAP TERAN DIRK ROBERT	LANGPAP TERAN DIRK ROBERT
82	0601353436	LARCO ORTUÑO PABLO FERNANDO	LARCO ORTUÑO PABLO FERNANDO
83	1725022394	LECHON JEFFERSON	LECHON SANDOVAL JEFFERSON SANTIAGO
84	1718034604	LEON CATALINA	LEON VEGA CATALINA DEL ROCIO
85	1719087791	LEON JOHANNA ALEXANDRA	LEON ALTAMIRANO JOHANNA ALEXANDRA
86	0602128829	LLUILEMA ANSELMO	LLUILEMA PACA ANSELMO
87	0930929666	LOPEZ JOSELINE	LOPEZ CONTERO JOSELINE MARIA
88	1712632734	LOPEZ JUAN DIEGO	LOPEZ CORDERO JUAN DIEGO
89	1700403015	LOPEZ VASCONEZ CECILIA	LOPEZ VASCONEZ MARIA CECILIA
90	1714237995	LUCERO SAENZ GABRIELA ELIZABETH	RUALES JURADO GABRIELA ELIZABETH
91	1705823878	MANOSALVAS NICOLALDE ROSSANA JUSTIN	MANOSALVAS NICOLALDE ROSSANA JUSTINA
92	1716056591	MARIA DE HEREDIA	DE HEREDIA GARCIA MARIA GUADALUPE L
93	1709283731	MARISCAL CHAVEZ ANA GERTRUDIS	MARISCAL CHAVEZ ANA GERTRUDIS
94	1707366413	ESTA REPETIDO	MEJIA ANDRADE JULIETTE MELANIE
95	1722822523	MENDEZ ESPINOSA BRYAN ALEXANDER	MENDEZ ESPINOZA BRYAN ALEXANDER
96	1710295781	MORENO NUÑEZ PAULA NATALIA	MORENO NUÑEZ PAOLA NATALIA
97	1718839945	MOYA URQUIZO ESTEBAN ISMAEL	MOYA URQUIZO ESTEBAN ISRAEL
98	1715746622	MUÑOZ MIÑO FERNANDO ANDRES	MUÑOZ MIÑO FERNANDO ANDRES
99	1704223070	OCHOA TERAN ADOLFO TERAN	OCHOA TERAN ADOLFO OCTAVIO
100	1723537195	ORELLANA USHO MARCO VINICIO	ORELLANA UZHO MARCO VINICIO
101	1106000399	ORTEGA LOJAN STEFANU ANABEL	ORTEGA LOJAN STEFANY ANABEL

Quito - Ecuador
www.cne.gob.ec
Av. 6 de Diciembre
N°3-122 y Bosmediano
PBX: (593 2) 38 15 410 / 411

Anexo 6: CNE a procuraduría sobre caso Yasunidos (4/4)

CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

102	1707459952	REPETIDO	PADILLA TAPIA WILSON PATRICIO
103	1723174619	PATRICIO FERNANDO UVILLUS TAYUPANTA	UVILLUS TAYUPANTA PATRICIO FERNANDO
104	1709074056	REPETIDA	PROAÑO ZURITA JUAN CARLOS
105	1709074056	REPETIDA	PROAÑO ZURITA JUAN CARLOS
106	1717552218	RICARDO DANIEL ESCOBAR MORENO	ESCOBAR MORENO RICARDO DANIEL
107	1721282216	RITA ESTEFANIA MANTILLA GALLEGOS	MANTILLA GALLEGOS RITA ESTEFANIA
108	1708949803	RIVERO MURILLO NATALIA ANDREA	GREENE LOPEZ NATALIA ANDREA
109	0912112729	RODRIGUEZ ALCIVAR SARITA	RODRIGUEZ ALCIVAR JOVITA DOLORES
110	1700646373	SALVADOR ORTEGA ALINA	ORTEGA SALVADOR ALINA
111	1002673612	SANTIAGO RAUL VALDIVIESO ENRIQUEZ	VALDIVIESO ENRIQUEZ SANTIAGO RAUL
112	1202476246	SERAPIO LAJE LIBERIO PEDRO	LAJE LIBERIO PEDRO SERAPIO
113	1712640158	SILVA ORTEGA MARCO VINICIO	SEGOVIA GALARZA MARCO VINICIO
114	1721069886	SOLANO TENE MARIA ALEXANDRA	SOLANO TENE MARIA FERNANDA
115	2000062139	SOTO MAYOR JORGE PATRICIO	SOTOMAYOR COBOS JORGE PATRICIO
116	1716370133	TAIBEFLO NICOLE	TAIKEFF GABELA NICOLE
117	1314802057	TALLEDO ALBAN ERIKA MERCEDES	TALLEDO ALBAN BETTY MERCEDES
118	0916283443	TANA GUAMANQUISHPE JUAN HOLGER	TANA GUAMANQUISHPE JUAN HOLGER
119	1721024790	REPETIDO	TAPIA MENA SOFIA IVONNE
120	1721024790	TAPIA MENA SOFIA IVONNE	TAPIA MENA SOFIA IVONNE
121	1725529349	TASALEMA YUMBO ELIZABETH FERNANDA	TISALEMA YUMBO ELIZABETH FERNANDA
122	0501741300	TIBAN GUALA LOURDES LICENCIA	TIBAN GUALA LOURDES LICENCIA
123	1702925908	TROYA CARMEN	TROYA JARAMILLO CARMITA DE LOURDES
124	0101416147	UGALDE CUEVA ALFREDO UGALDE VALDIVIESO HIDALGO EVELYN IBEETH	UGALDE CUEVA ALFREDO TOMAS
125	1003109061	VELENCIA ALVARADO NESTOR MOISES	VALDIVIEZO HIDALGO EVELYN IBEETH
126	0101089654	REPETIDO	VELECELA ALVARRACIN NESTOR MOISES
127	1717537086	REPETIDO	VASCONEZ LARENAS MELISA ELEANA
128	1717537086	REPETIDO	VASCONEZ LARENAS MELISA ELEANA
129	1704260940	VASQUEZ GALIANO GARCIA ELIZABETH	VASQUEZ GALIANO GRACIA ELIZABETH
130	1708433360	VEGA JAIME HURTADO	VEGA VEGA JAIME HUMBERTO
131	1708433360	VEGA VEGA JAIME HURTADO	VEGA VEGA JAIME HUMBERTO
132	1309678017	VERMIEU MENA GILCES GABRIELA	MERA GILCES GABRIELA VERONICA
133	0400521548	VILLARREAL LUIS	VILLARREAL QUINTAS LUIS ALBERTO
134	0702239922	ZINGER CALDERON JOSE MANUEL	ZHINGRE CALDERON JOSE MANUEL

Al punto b. Detalle cronológico e individualizado, que expresen circunstancias de modo, lugar y tiempo, sobre amenazas, hostigamientos y hechos de violencia en contra de los presupuestos beneficiarios en los últimos seis meses.

El grupo denominado Yasunidos adjunta un Anexo 3 en el que relatan a su punto de vista los hechos represivos sucedidos en el año 2014, en particular durante el proceso de verificación de firmas para consulta popular.

Quito - Ecuador
www.cne.gob.ec
Av. 6 de Diciembre
N33-122 y Bosmediano
PBX: (593 2) 38 15 410 / 411

Anexo 7: Sentencia TCE caso Yasunidos (1/4)

PÁGINA WEB TCE

A: DR. JULIO CESAR TRUJILLO VÁSQUEZ Y OTROS

Dentro del juicio electoral No. 187-2014-TCE, se ha dictado lo que sigue: CAUSA No. 187-2014-TCE

SENTENCIA

Quito, D.M., 20 de junio de 2014.- Las 20h30

VISTOS: Agréguese al proceso el Oficio No. 288-2014-TCE-SG-JU de 18 de junio de 2014, mediante el cual se asigna casilla contencioso electoral al recurrente.

1. ANTECEDENTES

- a) Resolución No. PLE-TCE-265-20-05-2014 de 20 de mayo de 2014, adoptada por el Pleno del Tribunal Contencioso Electoral y publicada en el Registro Oficial No. 258 de Lunes, 2 de junio de 2014.
- b) Resolución No. PLE-CNE-1-12-6-2014 de 12 de junio de 2014 emitida por el Consejo Nacional Electoral mediante la cual resuelve aceptar parcialmente la impugnación interpuesta por el Dr. Julio César Trujillo Vásquez, proponente de la consulta popular en representación del Colectivo YASUNIDOS. (fs. 1944 a 1977 vta.)
- c) Escrito firmado por el señor Dr. Julio César Trujillo, en su calidad de proponente de consulta popular y sus Defensores Dr. Pablo Piedra Vivar, Dra. Patricia Carrión Carrión y Dr. Ramiro Ávila Santamaría, mediante el cual interponen el Recurso Ordinario de Apelación para ante el Tribunal Contencioso Electoral, de la Resolución No. PLE-CNE-1-12-6-2014. (fs. 113 a 146.)
- d) Luego del sorteo respectivo le correspondió conocer la presente causa en calidad de Juez Sustanciador, al Dr. Miguel Pérez Astudillo, Juez Principal de este Tribunal; remitiéndose el expediente a su despacho. (fs. 147)
- e) Providencia de fecha 18 de junio de 2014; a las 18h30, mediante la cual el Juez Sustanciador solicita al Consejo Nacional Electoral remita el expediente que guarda relación con la Resolución No. PLE-CNE-1-12-6-2014. (fs. 148 y vta.)
- f) Oficio No. 1281-SG-CNE-2014, de fecha 19 de Junio de 2014, dirigido al Dr. Miguel Pérez Astudillo, Juez Principal del Tribunal Contencioso Electoral, suscrito por el Abg. Alex Guerra Troya, Secretario General del Consejo Nacional Electoral (E.), mediante el cual, remite el expediente respectivo, dando cumplimiento a la providencia de 18 de junio de 2014; a las 18h30. (fs. 2014)
- g) Providencia de fecha 20 de junio de 2014, a las 10h45, mediante la cual se admitió a trámite la presente causa. (fs. 2016 y vta.)

1

Justicia que garantiza democracia

Anexo 8: Sentencia TCE caso Yasunidos (2/4)

CAUSA No. 187-2014-TCE

Con los antecedentes descritos y por corresponder al estado de la causa, se procede a analizar y resolver:

2. ANÁLISIS

2.1.- COMPETENCIA

El artículo 221, número 1 de la Constitución de la República, en concordancia con el artículo 70, número 2 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia (en adelante, Código de la Democracia) establece que, “*El Tribunal Contencioso Electoral tendrá, además de las funciones que determine la ley, las siguientes:...* 1. *Conocer y resolver los recursos electorales contra los actos del Consejo Nacional Electoral y de los organismos desconcentrados, y los asuntos litigiosos de las organizaciones políticas.*” (El énfasis no corresponde al texto original).

De la revisión del expediente, se colige que el recurso ordinario de apelación planteado, fue propuesto en contra de la Resolución PLE-CNE-1-12-6-2014, dictada por el Consejo Nacional Electoral, en la que resuelve: “*Artículo 2.- Aceptar parcialmente la impugnación interpuesta por el Dr. Julio César Trujillo Vásquez, proponente de la Consulta Popular, en representación del Colectivo YASUNIDOS y, sus abogados patrocinadores Dr. Ramiro Ávila Santamaría, Dr. Pablo Piedra Vivar y Dra. Patricia Carrión Carrión, en contra de la Resolución Nro. PLE-CNE-2-8-5-2014, emitida por el Pleno del Consejo Nacional Electoral, el 8 de mayo de 2014. Artículo 3.- Disponer a la Coordinación Nacional Técnica de Procesos de Participación Política, que se proceda a validar en favor del Colectivo YASUNIDOS las 9353 firmas constantes en los 1217 formularios que se han determinado como consistentes y que en primera instancia fueron rechazados; y, se sume al total de firmas válidas, establecidas en la resolución PLE-CNE-2-8-5-2014. Artículo 4.- Disponer al señor Secretario General (E), notifique al proponente de la Consulta Popular y a la Corte Constitucional con la presente resolución con el número total de registros considerados válidos, dando a conocer que sumadas las 9353 firmas a las 359.761, que fueron aceptadas como firmas válidas conforme a la Resolución PLE-CNE-2-8-5-2014, dan un total de 369.114 firmas válidas, por lo que, el proponente no ha dado cumplimiento con el requisito de la legitimación democrática, para la Consulta Popular.*”

Por lo expuesto, este Tribunal es competente para conocer y resolver la presente causa de conformidad con lo establecido en el numeral 12 del artículo 269 del Código de la Democracia, que se refiere a “*Cualquier otro acto o resolución que emane del Consejo Nacional Electoral ...*”, y con el artículo 268 *ibidem*, que prevé al presente como uno de los recursos cuyo conocimiento y resolución corresponde al Pleno del Tribunal Contencioso Electoral.

2.2.- LEGITIMACIÓN ACTIVA

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 244 del Código de la Democracia, “*Se consideran sujetos políticos y pueden proponer los recursos contemplados en los artículos*

Anexo 9: Sentencia TCE caso Yasunidos (3/4)



CAUSA No. 187-2014-TCE

precedentes, los partidos políticos, movimientos políticos, alianzas, y candidatos. Los partidos políticos y alianzas políticas a través de sus representantes nacionales o provinciales; en el caso de los movimientos políticos a través de sus apoderados o representantes legales provinciales, cantonales o parroquiales, según el espacio geográfico en el que participen; los candidatos a través de los representantes de las organizaciones políticas que presentan sus candidaturas.

Las personas en goce de los derechos políticos y de participación, con capacidad de elegir, y las personas jurídicas, podrán proponer los recursos previstos en esta Ley exclusivamente cuando sus derechos subjetivos hayan sido vulnerados.”

El señor Dr. Julio César Trujillo, ha comparecido en sede administrativa en calidad de proponente de Consulta Popular; y en la misma ha interpuesto el presente recurso, por lo que su intervención es legítima.

2.3.- OPORTUNIDAD DE LA INTERPOSICIÓN DEL RECURSO

La Resolución PLE-CNE-1-12-6-2014 fue notificada en legal y debida forma al recurrente, mediante oficio No. 001274, suscrito por el Abg. Alex Guerra Troya, Secretario General del Consejo Nacional Electoral (E.) en los correos electrónicos jctrujillov@panchonet.net y info@yasunidos.org; y, en el domicilio ubicado en las avenidas 6 de Diciembre N 24-533 y Cristobal Colón, en forma personal, con fecha viernes 13 de junio de 2014; conforme consta a fojas mil novecientos setenta y nueve (fs. 1979) del expediente.

El Tribunal Contencioso Electoral, es el órgano competente en materia de jurisdicción electoral y ejerce su potestad precautelando los derechos y las garantías constitucionales que les asisten a los sujetos políticos tal como lo determina el Código de la Democracia.

El recurrente en pleno ejercicio de sus derechos y garantías constitucionales y en su libre decisión de comparecer ante el Tribunal Contencioso Electoral lo ha hecho al amparo del 269 del Código de la Democracia, que prevé que el recurso ordinario de apelación se interpondrá dentro del plazo de tres días, a contarse desde su fecha de notificación. El recurso ordinario de apelación interpuesto ante el Tribunal Contencioso Electoral fue presentado el día miércoles 18 de junio de 2014, conforme la razón sentada por el Dr. Guillermo Falconí Aguirre, Secretario General del Tribunal Contencioso Electoral, que obra a fojas ciento cuarenta y siete (fs. 147) del expediente; por tanto el presente recurso fue interpuesto a los cinco (5) días contados a partir de la notificación de la resolución adoptada por el Consejo Nacional Electoral, en consecuencia el acto administrativo del cual se recurre tuvo su ejecutoria dentro de los plazos establecidos en la Ley, de ahí la extemporaneidad de la pretensión del recurrente.

Por lo expuesto, no siendo necesario realizar otras consideraciones en derecho, el Pleno del Tribunal Contencioso Electoral, **ADMINISTRANDO JUSTICIA, EN NOMBRE DEL PUEBLO SOBERANO DEL ECUADOR, Y POR AUTORIDAD DE LA CONSTITUCIÓN Y LAS LEYES DE LA REPÚBLICA**, resuelve:

Justicia que garantiza democracia

Anexo 10: Sentencia TCE caso Yasunidos (4/4)

CAUSA No. 187-2014-TCE

1. Negar el recurso ordinario de apelación interpuesto por el señor Dr. Julio César Trujillo Vásquez, en su calidad de proponente de Consulta Popular, por extemporáneo.
2. Notificar, con el contenido de la presente sentencia:
 - a) Al accionante en la casilla contencioso electoral No. 126 del Tribunal Contencioso Electoral y en las direcciones electrónicas jctrujillov@panchonet.net, info@yasunidos.org, ravila67@gmail.com, y pabloarturo10@hotmail.com.
 - b) Al Consejo Nacional Electoral en la forma prevista en el Art. 247 del Código de la Democracia.
3. Actúe el Dr. Guillermo Falconí Aguirre, Secretario General de este Tribunal.
4. Publíquese en la Cartelera del Tribunal Contencioso Electoral y en la página web institucional www.tce.gob.ec.

Notifíquese y Cúmplase.- f.- Dr. Patricio Baca Mancheno, **JUEZ PRESIDENTE**; Dr. Guillermo González Orquera **JUEZ VICEPRESIDENTE**; Dr. Miguel Pérez Astudillo **JUEZ**; Dra. Patricia Zambrano Villacrés **JUEZA**; Ab. Angelina Veloz Bonilla, **JUEZA**

Certifico.-



Dr. Guillermo Falconí Aguirre
SECRETARIO GENERAL DEL TCE

Anexo 11: Entrevista a Efrén Guerrero por Mensaje Directo (1/2)

Twitter interface showing a direct message conversation with Efrén Guerrero. The top part displays a list of six questions in a blue message bubble. The bottom part shows two responses in grey message bubbles, each dated 15 oct.

Questions (Blue bubble):

- 1- ¿Por qué un nuevo colectivo que nace estaría interesado hoy en día en crear una cuenta en Twitter? ¿Qué representa Twitter para ellos?
- 2- ¿De qué manera ayuda Twitter en la difusión y consolidación de un colectivo?
- 3- ¿Twitter realmente ayuda a cambiar realidades sociales, o todo lo que se habla se queda únicamente en la plataforma virtual?
- 4- ¿Qué herramientas tiene Twitter para tener una integración entre personas nunca antes vista?
- 5- ¿Qué estrategias diría usted que utiliza el gobierno ecuatoriano en Twitter para ganar las pugnas mediáticas que se le presentan?
- 6- ¿Se puede hablar de Twitter como la nueva plaza pública? ¿Puede llegar a reemplazar a las antiguas plazas públicas físicas? ¿O una sociedad jamás va a estar representada en esta plataforma?

Response 1 (Grey bubble):

Pregunta uno: los grupos sociales utilizan Twitter como un mecanismo de expansión de ideas. Eso significa que la utilización de medios de comunicación de atrás de las tecnologías de información se basa principalmente en su capacidad de poder generar efectos expansivos de las ideas. Esto significa que con un mínimo coste y con un máximo impacto, Los usuarios pueden hacer que la mayor cantidad de personas posibles puedan acceder a contenidos de información

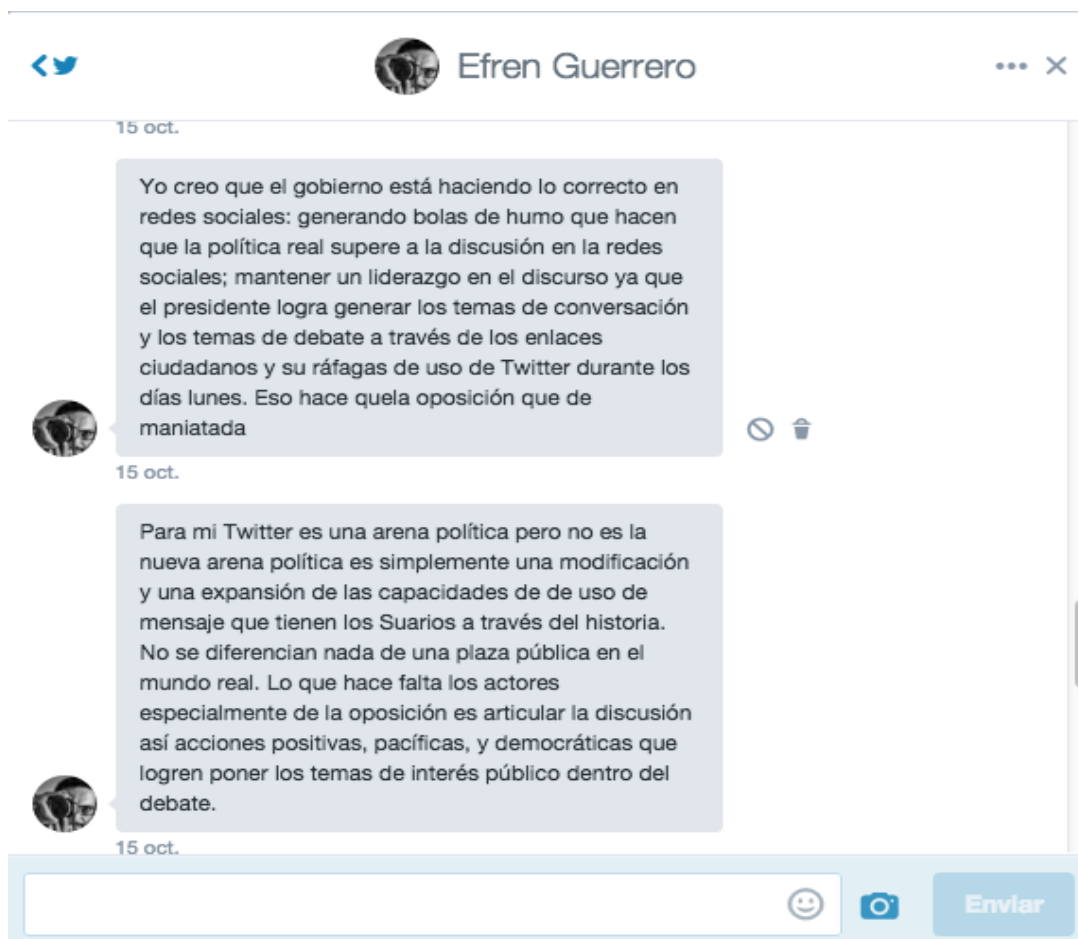
15 oct.

Response 2 (Grey bubble):

Pregunta dos: los colectivos pueden utilizar Twitter de una manera que aprovechan el principio de acción colectiva. Esto implica que un grupo de personas necesito estar alimentada de un núcleo duro de creencias capaz de poder movilizarlos para cambiar su realidad. En el caso de la redes sociales esta sirven de forma que pueden expandir y concretar de mejor manera es el núcleo duro de creencias.

15 oct.

Anexo 12: Entrevista a Efrén Guerrero por Mensaje Directo (2/2)



15 oct.

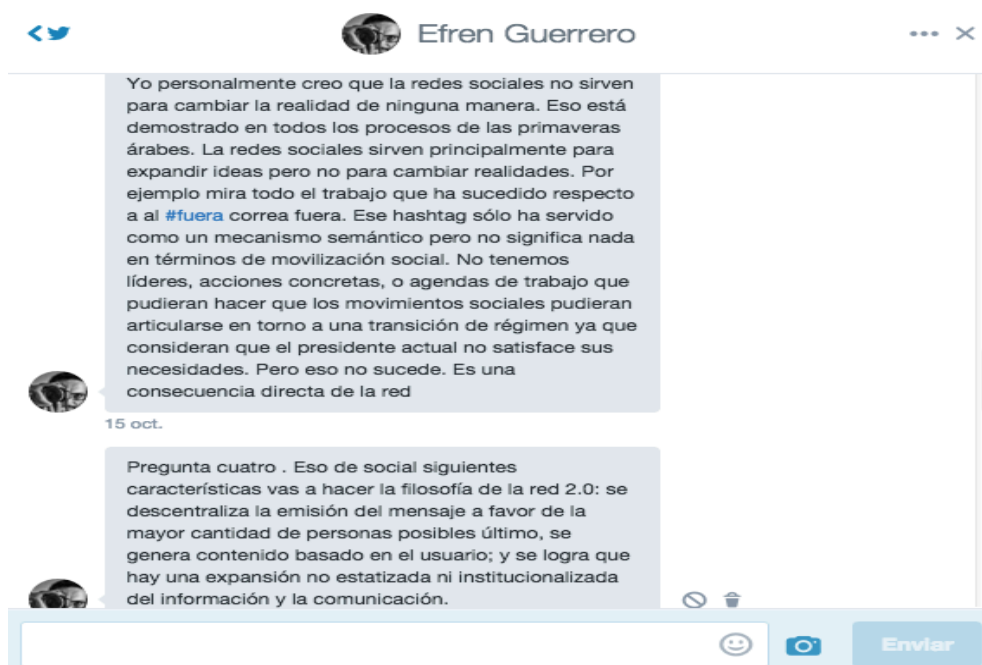
Yo creo que el gobierno está haciendo lo correcto en redes sociales: generando bolas de humo que hacen que la política real supere a la discusión en la redes sociales; mantener un liderazgo en el discurso ya que el presidente logra generar los temas de conversación y los temas de debate a través de los enlaces ciudadanos y su ráfagas de uso de Twitter durante los días lunes. Eso hace quela oposición que de maniatada

15 oct.

Para mí Twitter es una arena política pero no es la nueva arena política es simplemente una modificación y una expansión de las capacidades de de uso de mensaje que tienen los Suarios a través del historia. No se diferencian nada de una plaza pública en el mundo real. Lo que hace falta los actores especialmente de la oposición es articular la discusión así acciones positivas, pacíficas, y democráticas que logren poner los temas de interés público dentro del debate.

15 oct.

Enviar



15 oct.

Yo personalmente creo que la redes sociales no sirven para cambiar la realidad de ninguna manera. Eso está demostrado en todos los procesos de las primaveras árabes. La redes sociales sirven principalmente para expandir ideas pero no para cambiar realidades. Por ejemplo mira todo el trabajo que ha sucedido respecto a al #fuera correa fuera. Ese hashtag sólo ha servido como un mecanismo semántico pero no significa nada en términos de movilización social. No tenemos líderes, acciones concretas, o agendas de trabajo que pudieran hacer que los movimientos sociales pudieran articularse en torno a una transición de régimen ya que consideran que el presidente actual no satisface sus necesidades. Pero eso no sucede. Es una consecuencia directa de la red

15 oct.

Pregunta cuatro . Eso de social siguientes características vas a hacer la filosofía de la red 2.0: se descentraliza la emisión del mensaje a favor de la mayor cantidad de personas posibles último, se genera contenido basado en el usuario; y se logra que hay una expansión no estatizada ni institucionalizada del información y la comunicación.

Enviar