

# ESTRATEGIAS DE JIUJITSU, RADIO BEMBA Y OTRAS PRÁCTICAS TRANSMEDIA: YASUNIDOS CONTRARRESTANDO EL PODER MEDIÁTICO ESTATAL

*Diana Coryat*

---

**D. Coryat**

Universidad San Francisco de Quito y Universidad Simón Bolívar,  
Quito, Ecuador

e-mail: [diana\\_coryat@yahoo.com](mailto:diana_coryat@yahoo.com)

## INTRODUCCIÓN

¿Cómo puede un movimiento social luchar en un campo de juego mediatizado, con un gobierno que tiene gran poder mediático? Este es un problema que los movimientos sociales contemporáneos están enfrentando cada vez más. En la primera década del siglo XXI, hubo mucho entusiasmo por las amplias oportunidades de movimientos sociales como *Occupy*, y las revueltas relacionadas con la Primavera Árabe, para comunicarse a través de las plataformas de redes sociales a nivel local, nacional e internacional. Sin embargo, aunque los gobiernos parecían estar varios pasos atrás de estos movimientos en cuanto a su agilidad para hacer uso de las nuevas tecnologías digitales, se pusieron al día rápidamente. Ahora, tanto los gobiernos como los movimientos sociales se involucran con estrategias transmedia para hacer visibles sus perspectivas y participar en batallas mediáticas entre ellos; de ahí que un enfoque desde las estrategias transmedia –el uso de una amplia gama de plataformas mediáticas–

sea crucial<sup>1</sup>. Mientras que las plataformas de redes sociales permiten el acceso directo y sin filtro a la ciudadanía, el uso de los medios de comunicación masivos y de los medios de difusión sigue siendo de vital importancia, particularmente en América Latina, donde el acceso a Internet varía mucho, lo cual significa que el campo de juego sigue siendo bastante desigual. Los gobiernos dominan el espacio mediático en los medios de comunicación impresos y de difusión.

En este capítulo se argumenta que una lente mediada que considere las estrategias transmedia, es un elemento necesario para examinar las relaciones entre el Estado y los movimientos sociales en el siglo XXI, por ello se propone un marco conceptual para comprender sus tensiones dinámicas. Si bien este argumento puede ser generalizado, se centra en el caso de estudio de una batalla mediática entre el gobierno ecuatoriano y Yasunidos, movimiento social que enfrentó los discursos y prácticas neo-extractivistas del gobierno con innovadoras estrategias digitales, de difusión y también performativas.

El surgimiento de Yasunidos, en agosto de 2013, marcó una nueva era en el Ecuador respecto a la forma en que el gobierno y los movimientos sociales participaron en las disputas mediáticas, lo cual se debió a la confluencia de varios factores. Uno de los más determinantes fue que el gobierno ecuatoriano amplió el poder de los medios de comunicación; este se incrementó de manera drástica desde el inicio de la Presidencia de Rafael Correa, en 2007.

El gobierno de Correa impulsó su poder mediático de varias maneras: aumentó el número de medios de comunicación que poseía; produjo programas y publicidad a través de plataformas mediáticas; y silenció a los periodistas y medios de comunicación con amenazas, intimidación, deslegitimación y acciones legales; tomó el control o cerró medios privados; y creó ministerios que vigilaban y sancionaban a periodistas y organizaciones mediáticas. El gobierno también usó su poder mediático para tratar de deslegitimar y criminalizar a movimientos sociales. Todas estas estrategias encajaron con otras políticas y acciones que

---

<sup>1</sup> Costanza-Chock (2014) acuñó la frase «movilización transmedia» para referirse a la gama y a la estratificación de las prácticas mediáticas y las plataformas de comunicación utilizadas por los activistas.

condujeron a una disminución de los derechos de comunicación y de la democracia de los medios, así como a una disminución de las prácticas democráticas en general. De hecho, este fue el contexto en el que tuvo lugar la batalla mediática entre el gobierno y Yasunidos.

Este capítulo busca contribuir a los estudios de los movimientos sociales y sus prácticas mediáticas, que a menudo son subteorizadas o excluidas de los análisis de la relación movimiento social-Estado. Se basa en una etnografía de dos años de duración, que incluyó un extenso análisis mediático y visual a profundidad con los actores de movimientos sociales. Mi recopilación de datos, investigación y trabajo de campo comenzó el 15 de agosto de 2013, y continuó durante todo un año. En el segundo año, hasta diciembre de 2015, realicé 30 entrevistas a profundidad con miembros de Yasunidos, analistas políticos y periodistas.

### CONTEXTO: EL SURGIMIENTO DE UN NUEVO MOVIMIENTO SOCIAL

El 15 de agosto de 2013, el entonces presidente ecuatoriano Correa anunció que pondría fin a uno de los programas más populares de su Presidencia: la iniciativa Yasuní ITT<sup>2</sup>. Esta innovadora iniciativa, desarrollada por ecologistas locales y adoptada por el nuevo gobierno electo en 2007, se comprometía a mantener el crudo bajo tierra, en las profundidades de la Amazonía, el lugar más biodiverso de la tierra. Al enterarse de su fin, los ecuatorianos expresaron su desilusión e indignación<sup>3</sup>.

La iniciativa Yasuní ITT fue la primera de este tipo a nivel mundial, así como la promesa constitucional de Ecuador de respetar los derechos de la naturaleza, que también fue innovadora. La iniciativa protegió las vidas de los indígenas, incluidos los pueblos no contactados (grupos nómadas que han resistido el contacto y la colonización); y significó un paso hacia la justicia redistributiva mundial, dado que los países del Norte

<sup>2</sup> ITT se refiere a los bloques petroleros Ishpingo, Tambococha y Tiputini, nombrados así por los ríos del Yasuní.

<sup>3</sup> Las encuestas de opinión realizadas justo después de la decisión demostraron que casi 80 % de los ecuatorianos pensaban que el petróleo debía permanecer en el suelo.

global debían proporcionar compensación monetaria al gobierno ecuatoriano para mantener el petróleo bajo tierra<sup>4</sup>.

El cambio de opinión en la decisión del gobierno no fue una sorpresa para aquellos que estaban siguiendo los pasos del gobierno, como los activistas medioambientales, quienes estaban plenamente conscientes de las muchas inconsistencias entre la retórica y la práctica en relación con el Yasuní y otros casos desde los primeros días de la Presidencia de Correa. La decisión de perforar en busca de petróleo en un preciado tesoro nacional, fue coherente con el «consenso de los commodities» de Ecuador y otros gobiernos latinoamericanos, las prácticas neo-extractivistas que han sido un aspecto constitutivo del orden económico y político-ideológico de los gobiernos progresistas (Svampa 2013, 117)<sup>5</sup>. Como han argumentado Daza, Vargas y Hoetmer (2012), los movimientos sociales del siglo XXI se enfrentaron a un panorama político reconfigurado, que incluía un nuevo adversario: los llamados gobiernos progresistas, que se habían comprometido a cambiar el modelo rentista, pero que más bien intensificaron sus prácticas extractivas. Además, algunos, entre ellos el Ecuador, habían aprobado leyes que incluían un nuevo código penal que reprimía, controlaba y criminalizaba la resistencia.

Después de unos días de manifestaciones pacíficas en todo el Ecuador, un nuevo movimiento social llegó a la escena política de manera poderosa e inesperada, denominado Yasunidos<sup>6</sup>. Si bien sus demandas y prácticas resonaron entre personas de todas las edades, regiones y grupos étnico-raciales, Yasunidos fue rápidamente considerado un movimiento juvenil urbano<sup>7</sup> debido al número de jóvenes involucrados. Con entusiasmo, conducía un esfuerzo nacional para salvar al Yasuní de la extracción de petróleo en los próximos meses. Los colectivos

---

<sup>4</sup> Véase Le Quang (2016) para un excelente análisis sobre la iniciativa Yasuní ITT.

<sup>5</sup> En 2013, cayeron bajo esta denominación Argentina, Brasil, Bolivia, Ecuador, Uruguay y Venezuela. Se trata de un problema que va más allá de los gobiernos de izquierda, ya que la mayoría de los gobiernos latinoamericanos destinan amplios territorios a la extracción de recursos.

<sup>6</sup> Los Yasunidos pueden entenderse como juntos por el Yasuní (Yas y unidos). Además del nombre de un movimiento, el verbo relacionado, yasunizar, ha sido una forma de llamar a la gente a defender los territorios y los derechos de la naturaleza.

<sup>7</sup> También fue visto en algunas partes del Ecuador (particularmente en Quito, la capital) como un movimiento mestizo de clase media.

de Yasunidos surgieron de forma independiente en muchos pueblos y ciudades de Ecuador; dada su naturaleza rizomática, era difícil estimar exactamente cuántas personas participaban en Yasunidos. El colectivo de Yasunidos en Quito fue el más visible, dada su ubicación en la capital de la nación, donde tenían lugar las protestas nacionales, entre otros factores.

La Constitución ecuatoriana de 2008 contenía un mecanismo que permitía a Yasunidos involucrarse en la democracia directa y organizarse para un referéndum nacional<sup>8</sup>, sin embargo, era una ambiciosa tarea porque se había formado solo días antes. Para llevar el tema del Yasuní a una votación nacional, los Yasunidos tendrían que reunir un mínimo de 583 324 firmas (5 % del electorado en ese momento). La pregunta que plantearon fue: «¿Está usted de acuerdo en que el gobierno ecuatoriano deje el crudo indefinidamente en el suelo del ITT, conocido como el bloque 43?».

En el centro de esta batalla mediática se encontraba una disputa sobre el significado del desarrollo. En Ecuador, el concepto *Buen Vivir*, o *Sumak Kawsay* en la lengua indígena kichwa, se integró en la Constitución ecuatoriana de 2008. En ella se señalaban modelos de desarrollo sostenibles y no capitalistas, en donde los seres vivos y el medio ambiente natural debían tener prioridad sobre la riqueza material (Acosta 2012). Sin embargo, el gobierno puso el concepto de *Buen Vivir* al servicio de proyectos extractivistas, con promesas de que la extracción traería riqueza material a la Amazonía.

La recolección de firmas –que duró seis meses– se convirtió en un poderoso acto de democracia directa. Mucha atención mediática y presencial se centró en Yasunidos y sus aliados mientras ocupaban plazas y calles de todo el Ecuador para recoger firmas. El proceso mantuvo a Yasunidos y al Yasuní en la mira del público y de los medios de comunicación durante un período mucho mayor al que ocuparon las protestas callejeras.

<sup>8</sup> El artículo 104 de la Constitución de 2008 establece que los ciudadanos ecuatorianos pueden convocar a un referéndum popular sobre cualquier asunto importante. Después de este conflicto, el gobierno enmendó el artículo para que las propuestas solo provengan de las instituciones gubernamentales.

El gobierno hizo todo lo que estuvo a su alcance para obstaculizar el proceso, y lo hizo descarrilar al eliminar más de 60% de las firmas que habían sido entregadas al Consejo Nacional Electoral (CNE). La Junta Electoral, inequívocamente partidista, en un proceso que carecía de transparencia, validó solo 359 761 de las 757 623 firmas recolectadas<sup>9</sup>. Si bien esto preparó el terreno para la perforación petrolera, el ejercicio de democracia directa fue un momento decisivo en la política ecuatoriana. El intento del gobierno de justificar la decisión de explotar el Yasuní, unido a los esfuerzos por deslegitimar y criminalizar a los Yasunidos, condujo a una serie de pérdidas políticas en los meses y años posteriores<sup>10</sup>. Aunque la recolección de firmas y todas las otras acciones relacionadas a esa lucha inicial no detuvieron los planes del gobierno, Yasunidos se convirtió en un actor clave entre los movimientos de protesta antiextractivistas que buscaban que los gobiernos progresistas se responsabilizaran de cumplir sus promesas. Por ello es crucial que analicemos la batalla mediática que tuvo lugar, y la forma en que Yasunidos logró tener éxito. Desde su formación, Yasunidos ha permanecido activo, y este capítulo se centra en las estrategias mediáticas que implementó a lo largo de su primer año, específicamente durante el proceso de recolección de firmas. También se analizan las prácticas mediáticas que el gobierno ecuatoriano utilizó para contrarrestar el movimiento.

### MARCOS TEÓRICOS: PODER MEDIÁTICO ESTATAL Y CULTURA POLÍTICA MEDIADA

Un enfoque comunicacional puede ser de mucha utilidad en un análisis de los conflictos movimiento social-Estado, aunque con frecuencia no se toma en cuenta. Este capítulo utiliza los marcos conceptuales del poder mediático estatal y de la cultura política mediada, para ubicar en primer

---

<sup>9</sup> Un estudio académico concluyó que Yasunidos entregó entre 667 334 y 680 339 firmas válidas, y que las posibilidades de que el número fuera inferior al mínimo requerido por la ley era casi igual a cero (Vázquez 2015). Véase este estudio para una explicación detallada de las múltiples formas en las que el gobierno trató de perjudicar el proceso.

<sup>10</sup> Ver Coryat (2015) para un análisis más detallado de esta historia.

plano los procesos mediados y de transmedia que dieron forma al conflicto sobre el futuro del Yasuní.

La noción de poder mediático estatal se expande sobre la noción de Couldry (2003) del poder mediático como recurso simbólico y material, y en conjunto tienen poder *definicional* para dar forma a todo el espacio social. Se refiere al poder de construir una versión de la realidad utilizando recursos simbólicos y materiales que estén a disposición del Estado. Es un proceso multinivel, multimodal y dinámico, que implica la mediación de símbolos, imágenes, rituales y construcciones discursivas de actores estatales y no estatales. El poder mediático estatal forma parte de un «paquete» de varios tipos de capital estatal (político, económico, legislativo, judicial y comunicacional), lo que aumenta su potencial. Por lo tanto, es diferente al poder mediático de los medios de comunicación, de los medios de comunicación de movimientos sociales, o de otras formas de comunicación mediada.

Por supuesto, el poder de los medios de comunicación no es tan «predecible, sólido o inamovible», como argumentan los defensores del modelo de propaganda (Freedman 2014, 117). Pero, ¿cómo podemos explicar los desafíos y la resistencia que debilita y desestabiliza el poder mediático estatal? Propongo que el concepto de cultura política mediada pueda ayudarnos a percibir los casos en que los movimientos sociales utilizan conceptualizaciones alternativas contrarias a las nociones hegemónicas que promueve el poder mediático estatal. La cultura política mediada se refiere a las prácticas de movimientos que interrumpen significados, valores y discursos dominantes, los cuales luego se amplifican cuando circulan a través de múltiples plataformas mediáticas. La noción fusiona dos conceptos: el de cultura política, tal como lo teoriza Álvarez, Dagnino y Escobar, quienes hace hincapié en «la forma en que operan los movimientos sociales en la interfaz de cultura y política» (1998, xi); y en segundo lugar, me baso en la comprensión del concepto de mediaciones como manifestaciones socioculturales que atraviesan y dan sentido al proceso de comunicación. Un enfoque en la mediación reemplaza un enfoque estrecho sobre los medios de comunicación y se centra más bien en los actores y procesos sociales que configuran los significados e imaginarios sociales. Al respecto, cabe señalar que académicos como John Downing (2000) han enfatizado diversas formas de mediación durante décadas.

## PODER ESTATAL Y DESLEGITIMACIÓN MEDIÁTICA DE YASUNIDOS

Cuando el gobierno anunció sus planes de extraer petróleo en el Yasuní, se encontró con una protesta pública masiva, por lo tanto, trató de justificar sus acciones. Dado su poder mediático estatal, tenía muchas maneras de llevar a cabo una estrategia mediática para influir en la opinión pública. Una de las plataformas más importantes que tenía era la *Sabatina*, un programa semanal de cuatro horas conducido por Correa que se transmitía por televisión nacional, radio y diferentes plataformas de Internet<sup>11</sup>. Era el espacio mediático por excelencia que el gobierno utilizaba para comunicarse directamente con el público.

Antes de 2007, los medios de comunicación privados tenían más poder para dar forma a la agenda nacional y a la opinión pública; pero con la reconfiguración del poder mediático y la introducción de la *Sabatina*, el gobierno de Correa podía hablar directamente con los ecuatorianos, dando así forma a la agenda mediática. Este tipo de programa era algo sin precedentes en Ecuador: cada semana, el equipo de producción de la *Sabatina* viajaba a un pueblo o ciudad diferente –e incluso internacionalmente cuando Correa viajaba–, cubría una amplia gama de temas de interés nacional y el orador principal era el presidente, quien incorporaba noticias de interés. Era imprescindible que tanto periodistas como ministerios del gobierno vieran el programa para enterarse de los últimos anuncios del presidente. Su valor de entretenimiento consistía en su celebración de la cultura popular nacional y las diversas regiones que presentaba semanalmente. Los ministerios itinerantes que lo acompañaban, ponían a los ciudadanos ecuatorianos en contacto directo con los funcionarios del gobierno y con el propio presidente, en regiones a las que nunca habían ido la mayoría de los gobiernos. Correa discutiría cada día de la semana previa, detallando sus actividades, dando una apariencia de transparencia gubernamental. Inicialmente, la *Sabatina* fue bastante popular debido a su naturaleza sin precedentes, pero eventualmente muchos

---

<sup>11</sup> Cuando Lenin Moreno fue electo presidente discontinuó inmediatamente la *Sabatina*, después de los dos mandatos de Correa, probablemente debido a su alto costo y a su disminución de popularidad.



ciudadanos ecuatorianos se cansaron de sus campañas de deslegitimación contra periodistas y movimientos sociales, así como de su evidente alto costo de producción (el gobierno nunca proporcionó cifras reales sobre su costo).

Otro aspecto de la Sabatina fueron los largos y violentos ataques de Correa a sus supuestos enemigos. Sus oponentes eran quien sea que lo criticara, especialmente otros partidos políticos, periodistas y los medios de comunicación privados; por supuesto, los movimientos sociales que no habían sido cooptados por el gobierno eran incluidos en este grupo. Después del cambio de planes respecto al Yasuní, Correa empezó a dedicar mucho tiempo de transmisión para justificar los megaproyectos extractivistas, convencer a los ciudadanos de su mérito y burlarse del movimiento ecologista y de sus objetivos. Yasunidos se convirtió en uno de los muchos objetivos del gobierno; y aunque rara vez los mencionó por su nombre, los jóvenes activistas fueron constantemente incriminados como ingenuos, irresponsables, hipócritas y manipulados por actores políticos nacionales y extranjeros. Mientras más se acercaba Yasunidos a su objetivo de recolectar más de 500 mil firmas, más violentos se volvían los ataques. Una vez superados sus objetivos de recolección de firmas, Yasunidos fue acusado de defraudar al pueblo ecuatoriano.

Correa también trató de demostrar frecuentemente que tenía el apoyo de la Amazonía. Por ejemplo, durante la Sabatina n.º 337, se mostró un video en el que varios alcaldes amazónicos declararon su apoyo a la explotación del Yasuní (todos estos alcaldes perderían las elecciones varios meses después). En el video se insistía también en que la explotación no tendría gran impacto en el Yasuní, y atacaba a la clase media urbana por no comprender la importancia de la extracción de recursos para la Amazonía. En otra instancia, la Sabatina n.º 341, del 28 de septiembre de 2013, Correa atacó a los ecologistas mientras discutía los beneficios de un proyecto hidroeléctrico. El siguiente es un ejemplo representativo de cómo buscó deslegitimarlos:

Si condenamos a todos a vivir como Tarzán, no tendríamos carreteras, universidades con becas en el extranjero, hospitales. En otras palabras, el verdadero Buen Vivir aumenta las opciones. Pero ellos (ecologistas, Yasunidos) nos condenarán a la esclavitud. Pregún-

teles a estos nuevos ecologistas cuántos de ellos se bañaron con agua fría esta mañana. Cuando quieren condenarnos a la pobreza se llevan nuestra libertad. Por el contrario, si se tiene acceso a los servicios básicos, quienes quieran, como esta gente, pueden vivir en la selva. Ustedes no deberían poner atención a esta gente. Este es el verdadero ecologismo (Contenido Medios 2013).

Para Yasunidos, estar en el foco de atención de manera continua no solo por su campaña para recolectar firmas –que duró seis meses–, sino también porque el presidente los insultaba o se burlaba de ellos semanalmente, resultó ser un arma de doble filo. Si bien la atención de los medios de comunicación presentó excelentes oportunidades para la visibilidad nacional, también constituyó formidables desafíos. Este nuevo movimiento de jóvenes, la mayoría de los cuales tenía poca o ninguna experiencia política o mediática, tuvo que aprender rápidamente a responder a la frecuencia y al número de ataques. Al igual que otros movimientos contemporáneos, Yasunidos hizo malabares con un sinnúmero de estrategias transmedia, que se analizan en la siguiente sección.

### CULTURA POLÍTICA MEDIADA Y ESTRATEGIAS TRANSMEDIA

El estudio de la cultura política mediada supone una investigación multidimensional y transdisciplinaria sobre la creación y circulación de diversos medios de comunicación y arte, y el uso del espacio público por parte de los actores del movimiento. Se enfoca en las formas que un movimiento moviliza imágenes, discursos y perspectivas contrahegemónicas; y en cómo las interacciones en línea y presenciales conforman imaginarios colectivos. Yasunidos desestabilizó, de tres maneras interrelacionadas, las narrativas dominantes desplegadas por el gobierno sobre el desarrollo, el extractivismo y el propio movimiento: (a) lideró una campaña de seis meses en calles y plazas de toda la nación, para reunir más de medio millón de firmas de ciudadanos ecuatorianos con el fin de tener el derecho legal para convocar a un referéndum nacional sobre el futuro del Yasuní; (b) hizo circular prácticas artísticas y performativas que representaban un futuro saludable y libre de contaminación, comunicando así los imaginarios de posdesarrollo a través de múltiples plataformas

mediáticas<sup>12</sup>; y (c) Yasunidos se involucró en estrategias audaces, multifacéticas y de transmedia que lo llevaron a un enfrentamiento directo con el presidente y el poderoso aparato mediático del gobierno. Este capítulo se centra en las estrategias transmedia (véase Coryat 2015, 2018, para un análisis de las dos primeras estrategias).

### **Desarrollando una estrategia de comunicación**

Dada la enorme tarea de enfrentar al poder mediático estatal, varios miembros del colectivo dedicaron tiempo y energía a elaborar la estrategia de comunicación del movimiento. Sabían que debían actuar rápida e inteligentemente para contrarrestar los insultos y ataques mediáticos. En comparación con el gobierno, Yasunidos tenía pocos recursos; uno de sus integrantes había sido editor de un sitio web ecologista, pero la mayoría tenía poca o ninguna experiencia relacionada con medios de comunicación:

No teníamos una línea clara por donde debíamos transitar, no teníamos una experiencia previa digamos en relación a las vocerías, muchísima de la gente que actuó de vocero durante todo este tiempo empezó con el colectivo en sus primeras ruedas de prensa, en sus primeros escarceos con la prensa con una grabadora, con una cámara; digamos, jóvenes prácticamente de diecisiete, dieciocho años. Claro, diez jóvenes de diecisiete y dieciocho años que por primera vez se enfrentan a una cámara de televisión como voceros de un colectivo que no sabían en donde iban a terminar o donde iban a derivar, y evidentemente yo había trabajado con algunos periodistas, pero me encontré con un escenario de comunicación muy amplio, muy grande, en el que el vínculo con los medios de comunicación privados resultó ser fundamental para plantear todo lo que la campaña terminó planteando (Miembro de Yasunidos, comunicación personal, 7 de mayo de 2015).

Para apoyar la elaboración de sus estrategias, Yasunidos recurrió a analistas de medios de comunicación aliados y experimentados para

<sup>12</sup> Sigo a Escobar (2014), quien define «posdesarrollo» como las prácticas y discursos sociales que sustituyen a las concepciones normativas del desarrollo, con el fin de identificar alternativas al desarrollo.

recibir asesoramiento y capacitación. Las encuestas de opinión pública también proporcionaron datos de sondeo a Yasunidos sobre la forma en que el público percibía el movimiento, y si estaban de acuerdo o no con sus acciones.

La comunicación de Yasunidos se mantuvo centrada en los temas, sin personalizar el conflicto ni atacar al presidente Correa o a otros miembros del gobierno. Un integrante de Yasunidos describe esta decisión: «Hay muchos actores de la política nacional que querían que el colectivo ataque al presidente Correa... pero nosotros queríamos criticar un modelo de desarrollo que empobrece, que contamina y que liquida no solo a los bosques sino a las poblaciones que dependen de ellos para existir» (comunicación personal, 7 de mayo de 2015).

Esta táctica era, de hecho, muy diferente a la manera en que el gobierno se comunicaba, quien sí personalizaba los temas y atacaba a los individuos y organizaciones vinculados con el movimiento.

### **Presencia en las redes sociales**

Yasunidos lanzó rápidamente un sitio web y una página de Facebook para explicar quién era, qué representaba, y para responder a las preguntas frecuentes y difundir información sobre sus próximos eventos y acciones. El sitio web también contenía informes relevantes sobre extractivismo y alternativas sostenibles. Tener la capacidad de autorrepresentarse permitió a Yasunidos tejer un terreno común de lucha entre diversos sectores de la sociedad. Un miembro de Yasunidos describe algunas de sus prácticas transmedia:

Una de nuestras principales fortalezas era obviamente Facebook. Mucha gente estaba allí, y creo que era nuestro principal canal de comunicación que legitimó nuestra posición, porque no teníamos recursos para pagar a la televisión. Bueno, también fue [importante] la prensa escrita. Nos ganamos el respeto de los medios de comunicación [privados] y nos dieron mucho espacio. Asistían a nuestras conferencias de prensa, incluso aplaudían. Y nos entrevistaban todo el tiempo (comunicación personal, 12 de marzo de 2015).

En lugar de una campaña televisiva, Yasunidos hizo correr la voz a través de carteles que decían *Yasuní, yo firmo por ti*. Mucha gente se fotografió con carteles, que luego fueron difundidos en las plataformas de redes sociales.

Dado que el acceso a Internet no es universal en Ecuador, ni todos los que acceden a la red la utilizan para escuchar la radio en línea o leer análisis políticos, el alcance de Yasunidos fue limitado en la red<sup>13</sup>. Por lo tanto, además de construir sus propias representaciones mediáticas y emplear otros medios de comunicación alternativos (principalmente sitios de redes sociales y blogs de otras personas; radio en línea, revistas digitales; videos en YouTube), estas estrategias no fueron suficientes. Yasunidos también necesitaba trabajar con medios de comunicación privados.

#### YASUNIDOS Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS

La cobertura favorable que Yasunidos recibió de los medios de comunicación privados se debió, en parte, al interés de estos medios en destacar la oposición a las políticas del gobierno. Desde 2007, el gobierno de Correa y los medios de comunicación privados tuvieron una relación muy conflictiva. De hecho, Correa a menudo inculpaba a los medios de comunicación y a los periodistas privados como opositores políticos (Cerbino *et al.* 2016). Este contexto contencioso benefició a Yasunidos, dado que los medios de comunicación impresos y de difusión siguen siendo las fuentes de visibilidad más significativas en el Ecuador. La estrategia de Yasunidos incluía dar entrevistas a la radio y a los periódicos, y varias entrevistas al día para una variedad de medios de comunicación. Los miembros de Yasunidos hablaron de la cobertura de los medios de comunicación: «Sí, para los medios de comunicación [privados] también fue una forma de expresar sus malos sentimientos, creo, y de apoyar una lucha que es tan legítima, un tema tan moralmente fuerte como Yasunidos, por lo que dijeron, abramos este espacio [...]

<sup>13</sup> En 2013, cuando Yasunidos comenzó a operar, el 40,4 % de la población ecuatoriana había utilizado Internet en los últimos 12 meses, con un 47,6 % en las poblaciones urbanas y 25,3 % en las zonas rurales (INEC 2013, 14).

un espacio en el que un movimiento está cuestionando a Correa con tanta fuerza» (comunicación personal, 30 de abril de 2015).

Las estrategias transmedia de Yasunidos también incluían conferencias de prensa cargadas de emoción, que fueron cubiertas por los medios de comunicación privados favorablemente.

### La «estrategia jiu-jitsu»

El colectivo descubrió una forma de ganar más visibilidad y opinión pública favorables. En algún momento, Yasunidos se dio cuenta de que su principal apoyo provenía de las reacciones negativas de la gente a los ataques violentos del presidente en contra de ellos en la Sabatina, debido a la cantidad de llamadas que recibían los días lunes. Quienes llamaban, preguntaban dónde podían firmar o se ofrecían a recolectar firmas. Yasunidos comenzó a utilizar esto a su favor, planeando acciones durante el fin de semana para que Correa reaccionara el sábado. Un integrante la nombró «estrategia jiu-jitsu», en la que Yasunidos aprovechaba la fuerza de su «enemigo».

El colectivo no tiene recursos económicos, el colectivo no puede pagar campañas en redes sociales, el colectivo no puede hacer cadenas nacionales para deslegitimar a otro actor de la política nacional y no lo haríamos tampoco, pero podemos utilizar... hay un dicho en jiu-jitsu que significa: usa a tu favor la fuerza del enemigo [...]. La primera vez que el presidente se refirió al colectivo Yasunidos como unos falsos, mentirosos [...] no fue planificado por el colectivo de ninguna manera, jamás hubiéramos pensado que eso llegaría a ocurrir, pero fue contundente porque en el momento que el presidente hizo eso, el día siguiente recogimos muchas más firmas de las que recogíamos generalmente, porque la gente se siente indignada (comunicación personal, 7 de mayo de 2015).

Con la reacción de Correa a las acciones de Yasunidos, el colectivo pudo poner al gobierno en la ofensiva.

Hubo otros factores que dificultaron que el gobierno convenciera a los ciudadanos ecuatorianos de que su cambio de política estaba justificado. De 2007 a 2013, el gobierno ecuatoriano posicionó a la iniciativa Yasuni ITT como uno de sus mayores logros. Gracias a la iniciativa, el gobierno fue proclamado como un líder innovador que buscaba

alternativas a las prácticas extractivas. Estos antecedentes hicieron que le fuera casi imposible dar marcha atrás y llevaron a Yasunidos a decir que el propio Correa era su mejor publicista.

Asimismo, las encuestas de opinión pública mostraron que la ciudadanía estaba a favor de la preservación del Yasuní<sup>14</sup>; además, se sentían atraídos por los jóvenes Yasunidos, una nueva subjetividad sin un pasado político que luchaba por el Yasuní y por un futuro más saludable para el Ecuador. De hecho, las encuestas de opinión revelaron que 72 % de los ecuatorianos querían ser consultados sobre el Yasuní (Perfiles de Opinión 2014). Los datos de las encuestas revelaron las limitaciones del poder mediático estatal. Finalmente, los millones de dólares gastados por los medios de comunicación para desacreditar a Yasunidos por parte del gobierno no obtuvieron los resultados esperados, que consistían en posicionar a la opinión pública en contra de Yasunidos y sus mensajes antiextractivos.

### **Radio bamba y presencia en las calles**

Las estrategias de comunicación de Yasunidos no se limitaban a la mediación. De hecho, no habrían sido tan exitosos como lo fueron sin la movilización y comunicación diaria en el ámbito público. A ello se añade el apoyo familiar, que sigue siendo una característica dominante de la estructura social del Ecuador. Un miembro de Yasunidos explica:

El trabajo es más de hormiga y creo que va más por la información que recibe la gente y cómo pueden transmitir la información a su círculo más cercano. Yo les decía que lo que pueden hacer para apoyarnos es convencer a familia y amigos [...] y convencerlos a ellos de que convengan a otros [...]. Aquí hay que ser como dicen algunos, «radio bamba», de boca a boca y convenciendo a la gente [...] y eso es lo que hizo Yasunidos con la recolección de firmas, fue trabajo de uno a uno. O sea, no es que había campañas de televisión «Firme usted por Yasunidos» (comunicación personal, 30 de abril de 2015).

<sup>14</sup> De los encuestados, el 66,3 % dijo que estaba a favor de preservar la iniciativa, aunque no se recaudaran los fondos suficientes.

El futuro del Yasuní era parte de las conversaciones de la cena en las casas de todo el Ecuador, lo que para los estándares del movimiento era un verdadero triunfo. En conjunto, estas emblemáticas prácticas transmedia dieron a Yasunidos visibilidad, legitimidad, y también manifestaron un repertorio de movimientos en el Ecuador. Yasunidos se convirtió en un actor político importante en el país. Alberto Acosta, ecologista, académico y uno de los arquitectos originales de Yasuní ITT, analizó las contribuciones de Yasunidos:

El surgimiento de Yasunidos fue muy importante por muchas razones: en primer lugar, porque recoge la experiencia y la historia acumuladas de la resistencia y la construcción de propuestas alternativas. En segundo lugar, porque confronta el poder y saca las mentiras a la luz. Y en tercer lugar, y esto me parece muy importante, es capaz de resonar ampliamente en la sociedad ecuatoriana. No es solo la gente de las zonas rurales, no son solo los que fueron afectados por Chevron-Exxon, sino también la gente que no ha sido afectada directamente por el extractivismo, y esto me parece significativo. Además, abre las puertas hacia la creación de un movimiento fuerte, usando los argumentos del gobierno y las herramientas de la Constitución, intentando construir otra forma de democracia, otra forma de hacer política, y este es el gran legado de Yasunidos (comunicación personal, 10 de abril de 2015).

De hecho, los Yasunidos brindaron una posición poderosa, fresca y valiente contra las prácticas extractivas planificadas en el Yasuní. Sus prácticas como movimiento ayudaron a reavivar las prácticas de democracia y participación ciudadana, en un momento en el que la democracia participativa estaba en un punto muy bajo en el Ecuador.

### OBSERVACIONES FINALES

Este capítulo pretende contribuir a la creciente atención que se está prestando al poder mediático y a la cultura política mediada, con el fin de colocar en primer plano los procesos mediáticos, las mediaciones, y de transmedia que dieron forma al conflicto sobre el futuro del Yasuní.



La noción de poder mediático estatal se expande sobre la noción de Coul-dry (2003) del poder mediático como campo de relaciones. Aunque el go-bierno utilizó todo su arsenal de poder estatal y mediático para promover la explotación de recursos naturales mientras deslegitimaba a sus ope-nentes, no fue capaz de reprimir el activismo, el disenso o los imaginarios posdesarrollo que siguen circulando hasta el día de hoy. Ciertamente, no podemos entender plenamente lo que sucedió durante ese período sin tomar en cuenta la mediatización del conflicto y también los procesos mediáticos por parte del gobierno y de Yasunidos.

Este capítulo también da cuenta de las limitaciones del poder de los medios de comunicación estatales. Como argumenta Freedman, el poder de los medios de comunicación está «abierto a los desafíos, particular-mente cuando sus marcos no se ajustan a las experiencias o aspiraciones» de sus consumidores (2014, 19). La sugerencia de que la extracción de pe-tróleo trae riqueza a la región amazónica, no coincide con la experiencia vivida durante décadas por el Ecuador como estado petrolero, en la que los recursos financieros generados por las prácticas extractivas claramen-te no beneficiaron a esa región. Aún más disonante, la visión del gobierno sobre el desarrollo se contradecía con su propia visión establecida previa-mente. En el caso de Yasunidos, el cinismo siguió en aumento desde que el gobierno introdujo cambios, y con ellos, una campaña mediática que bus-caba convencer sobre los aspectos positivos de la perforación petrolera.

El marco de la cultura política mediada que se presenta aquí, ayudó a hacer visible la cara profunda del poder mediático. Yasunidos construyó representaciones contrahegemónicas desde abajo que resonaron amplia-mente con diversos públicos. Trabajando en conjunto, las dos lentes con-ceptuales, el poder mediático estatal y la cultura política mediada pueden ilustrar cómo Yasunidos, sin poder mediático sustantivo propio, logró im-pedir los significados hegemónicos del desarrollo que fueron desplegados a través de los medios de comunicación estatales. Sostenemos que la cul-tura política mediada de Yasunidos ha sido capaz de resignificar no solo el desarrollo, sino también la democracia y la participación ciudadana.

Este estudio de Yasunidos es relevante para los activistas y acadé-micos que buscan analizar el uso de estrategias transmedia por parte de movi-mientos sociales para contrarrestar las lógicas hegemónicas. Por su-puesto, es esencial destacar que las prácticas mediáticas por sí solas no

habrían sido suficientes para influir ampliamente en la opinión pública. El impacto social se arraigó en el proceso nacional de recolección de firmas de Yasunidos, que duró seis meses e implicó una extensa ocupación del espacio público y la movilización de grupos de base e individuos. De hecho, hay que tener una visión a largo plazo de las luchas antiextractivistas para comprender sus victorias y derrotas.

El caso de Yasunidos hace visible las crecientes tensiones que había en ese entonces entre las políticas de los gobiernos progresistas de América Latina y los movimientos sociales que resistían (y siguen resistiendo) a los proyectos extractivistas a gran escala en todo el continente americano. La lucha por el Yasuní fue un punto de inflexión significativo en la resistencia antiextractivista no solo en Ecuador, sino en toda América. Yasunidos, y muchos otros colectivos y movimientos, siguen buscando poner fin a la extracción de petróleo, la minería a gran escala y otras formas de extractivismo.

## REFERENCIAS

- Acosta, Alberto. 2012. *Buen vivir Sumak kawsay: Una oportunidad para imaginar otros mundos*. Quito: Abya Yala.
- Álvarez, Sonia E., Evelina Dagnino y Arturo Escobar, eds. 1998. *Cultures of Politics/Politics of Cultures: Re-visioning Latin American Social Movements*. Boulder: Westview Press.
- Cerbino, Mauro, Marcia Maluf e Isabel Ramos. 2016. *Los enlaces ciudadanos del presidente Correa: Entre la exaltación del pueblo y el combate a los medios*. Quito: Flacso Ecuador.
- Contenido Medios. 2013. *Enlace ciudadano Nro 341 Tema Chevron*, programa de televisión emitido el 28 de septiembre de 2013 en la red de televisión del Ecuador. YouTube, Sep. 30, 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=QlZZWCfcXQI>.
- Coryat, Diana. 2015. Extractive Politics, Media Power, and New Waves of Resistance Against Oil Drilling in the Ecuadorian Amazon: The Case of Yasunidos. *International Journal of Communication* 9 (20): 3741-3760. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3795/1514>.

- . 2018. La reconfiguración del poder mediático durante la presidencia de Rafael Correa. *Estrategas, Investigación en Comunicación* 5.
- Costanza-Chock, Sasha. 2014. *Out of the Shadows, into the Streets! Transmedia Organizing and the Immigrant Rights Movement*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Couldry, Nick. 2003. *Media, Symbolic Power and the Limits of Bourdieu's Field Theory*. Londres: Media LSE Electronic Working Papers.
- Daza, Mar, Virginia Vargas y Raphael Hoetmer. 2012. Crisis y movimientos sociales en nuestra América: a modo de introducción. En *Crisis y movimientos sociales en nuestra América*, 23-68. Lima: Programa de Democracia y Transformación Global. <https://democraciaglobal.org/wp-content/uploads/Crisis-pdf.pdf>.
- Downing, John. 2000. *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Londres: Sage.
- Escobar, Arturo. 2014. *Sentipensar con la tierra: Nuevas lecturas sobre el desarrollo, territorio y diferencia*. Medellín: Ediciones UNAULA.
- Freedman, Des. 2014. *The Contradictions of Media Power*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). 2013. *Tecnologías de la información y comunicaciones 2013*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf).
- Le Quang, Matthieu. 2016. The Yasuní-ITT Initiative: Toward new imaginaries. *Latin American Perspectives*, 43(1), 187-199.
- Martín-Barbero, Jesús. 2010. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Ediciones G. Gili.
- Svampa, Maristella, ed. 2013. Resource Extractivism and Alternatives: Latin American Perspectives on Development. En *Beyond Development: Alternative Visions from Latin America*, editado por Miriam Lang y Dunia Mokrani, 117-143. Quito: Fundación Rosa Luxemburg.
- Vázquez, Eva, comp. 2015. *Estrategias de represión y control social del Estado Ecuatoriano: ¿Dónde quedó la Constitución? Caso Yasunidos: Informe Psicosocial en el caso Yasunidos*. Quito: Colectivo de Investigación y Acción Psicosocial. <https://es.slideshare.net/delDespojoCrnicas/informe-psicosocial-en-el-caso-yasunidos>.