

Construcción de imaginarios sociales sobre el desarrollo de la Amazonía ecuatoriana en la red social TikTok

The Construction of Social Imaginaries of Development in the Ecuadorian Amazon on the Social Network TikTok

Jessica Paola Mantilla Salgado

Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, 100101, Ibarra Ecuador.
jpmantilla@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0003-1417-1719>

Armando Fabricio Rosero Vaca

Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, 100101, Ibarra Ecuador.
afrosero@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-9548-130X>

Ana María Larrea Ayala

Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, 100101, Ibarra Ecuador.
amlarrea@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-5204-4190>

Rosa Carolina Guzmán Cevallos

Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación Ciencia y Tecnología, 100101, Ibarra Ecuador.
rcguzman@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0002-5965-774X>

Recibido: 17-09-2025 **Revisado:** 07-10-2025 **Aceptado:** 12-03-2026

Resumen

Este estudio analiza la construcción de imaginarios de desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana en TikTok, en el marco de la campaña de 2023 por la conservación del Yasuní, realizada junto a las elecciones presidenciales anticipadas. En este proceso, la ciudadanía fue consultada sobre la permanencia del crudo en el subsuelo del bloque 43, conocido como Yasuní ITT.

Se examinaron 264 videos publicados entre junio y agosto de 2023, correspondientes a la precampaña y campaña electoral. Los hashtags analizados incluyeron #Amazonía, #SíAlYasuní, #YoVotoNo, #Yasuní, #ITT, #SíLaVida, #VotaNO, #Yasunidos, #Naturaleza, #YesToYasuní, #ConsultaPopular2023 y #DiLeSíAlYasuní, difundidos por organizaciones, partidos y colectivos autorizados por el Consejo Nacional Electoral.

La investigación siguió un enfoque cuantitativo y aplicó análisis de contenido, con categorías derivadas de Servaes: modernización, dependencia y multiplicidad. Los resultados muestran que la multiplicidad predominó (36% en junio; 46% en julio-agosto), priorizando narrativas ambientales pluralistas y sostenibles. Además, un 54% de los videos en agosto no adoptó postura clara. La conservación ambiental fue la temática central, alcanzando en julio un 78% de las publicaciones.

Palabras clave: comunicación digital; imaginarios sociales; Amazonía; desarrollo; TikTok; activismo ambiental.

Abstract

This study analyzes the construction of development narratives regarding the Ecuadorian Amazon on TikTok, within the context of the 2023 campaign for the conservation of Yasuní, which took place alongside the early presidential elections. During this process, the public was consulted on whether to leave the oil in the ground in Block 43, known as Yasuní ITT.

A total of 264 videos published between June and August 2023, corresponding to the pre-campaign and election campaign periods, were examined. The hashtags analyzed included #Amazonía, #SíAlYasuní, #YoVotoNo, #Yasuní, #ITT, #SíA-LaVida, #VotaNO, #Yasunidos, #Naturaleza, #YesToYasuní, #ConsultaPopular2023, and #DiLeSíAlYasuní, disseminated by organizations, parties, and groups authorized by the National Electoral Council.

The research followed a quantitative approach and applied content analysis, using categories derived from Servaes: modernization, dependency, and multiplicity. The results show that multiplicity predominated (36% in June; 46% in July–August), prioritizing pluralistic and sustainable environmental narratives. Additionally, 54% of the videos in August did not take a clear stance. Environmental conservation was the central theme, accounting for 78% of posts in July.

Keywords: digital communication; social imaginaries; Amazon region; development; TikTok; environmental activism.

1. Introducción

La Amazonía ecuatoriana constituye uno de los escenarios más representativos de las disputas contemporáneas en torno a los modelos de desarrollo, donde convergen debates sobre crecimiento económico, conservación ambiental y derechos de los pueblos indígenas. En este contexto, el Parque Nacional Yasuní —declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO— ha adquirido una relevancia global debido a su extraordinaria biodiversidad y a la presencia de pueblos indígenas en aislamiento voluntario. Sin embargo, la existencia de reservas petroleras en el bloque 43, conocido como Yasuní ITT (Ishpingo-Tambococha-Tiputini), ha convertido este territorio en un símbolo de las tensiones entre extractivismo y sostenibilidad ambiental.

En 2007 el gobierno ecuatoriano propuso la Iniciativa Yasuní-ITT, un mecanismo innovador de gobernanza ambiental que planteaba mantener el petróleo bajo tierra a cambio de una compensación económica internacional destinada a financiar alternativas de desarrollo sostenible. Tras la insuficiente respuesta de la comunidad internacional, la iniciativa fue cancelada en 2013, permitiendo el inicio de actividades extractivas en la zona y generando una intensa movilización social. Diversos colectivos ciudadanos, entre ellos Yasunidos, impulsaron entonces la convocatoria a una consulta popular para decidir sobre el futuro del bloque petrolero. Aunque el proceso fue inicialmente rechazado en 2014, en 2022 la Corte Constitucional del Ecuador autorizó finalmente la consulta.

El referéndum se llevó a cabo el 20 de agosto de 2023 en el marco de las elecciones presidenciales anticipadas organizadas por el Consejo Nacional Electoral (CNE), convocando a más de 13 millones de votantes dentro y fuera del país (CNE, 2022). La ciudadanía fue consultada sobre si el petróleo del bloque 43 debía mantenerse indefinidamente en el subsuelo. La campaña electoral generó un intenso debate público entre actores políticos, organizaciones ambientales, movimientos indígenas y sectores vinculados a la industria petrolera. Los resultados oficiales indicaron que el 58,95 % de los votantes apoyó la conservación del Yasuní, con una participación electoral del 82,26 %, lo que evidenció un alto nivel de interés ciudadano en la protección de este ecosistema (CNE, 2023).

Más allá del resultado electoral, este proceso refleja la creciente intersección entre movilización social, activismo ambiental y comunicación digital. En las últimas décadas, las plataformas digitales han transformado profundamente las dinámicas de participación política y deliberación pública, facilitando la circulación descentralizada de discursos y la construcción de narrativas colectivas en torno a problemáticas sociales y ambientales (Castells, 2012; Couldry & Hepp, 2017). Desde esta perspectiva, las redes sociales no solo funcionan como canales de información, sino también como espacios donde se negocian significados y se configuran imaginarios sociales que influyen en la percepción colectiva de los problemas públicos (Papacharissi, 2015).

Entre estas plataformas, TikTok ha adquirido una relevancia creciente en la comunicación política contemporánea. Su formato audiovisual breve, combinado con sistemas algorítmicos de recomendación altamente personalizados, favorece la rápida difusión de contenidos y la amplificación de narrativas sociopolíticas, particularmente entre audiencias jóvenes (Bandy & Diakopoulos, 2020; Guinaudeau et al., 2022). Di-

versos estudios han señalado que esta plataforma se ha convertido en un espacio significativo para el activismo digital, permitiendo que ciudadanos y movimientos sociales participen activamente en la producción y circulación de discursos políticos y culturales (Jenkins, Ford & Green, 2013; Papacharissi, 2015).

En el caso ecuatoriano, el crecimiento de TikTok ha sido particularmente acelerado. Según datos recientes, la plataforma superó los 14 millones de usuarios en el país en 2024, consolidándose como uno de los espacios digitales más influyentes en la circulación de contenidos informativos, culturales y políticos (Mentinho, 2024). Este crecimiento ha contribuido a reconfigurar el ecosistema mediático nacional, ampliando los espacios de participación digital y de debate público en torno a temas de interés colectivo.

A pesar del creciente interés académico en el papel de las redes sociales en la comunicación política y el activismo digital, todavía existe un número limitado de estudios que analicen cómo estas plataformas contribuyen a la construcción de imaginarios sociales del desarrollo en contextos socioambientales específicos. En América Latina, gran parte de la literatura se ha centrado en fenómenos como la movilización política o la desinformación en redes sociales, mientras que el análisis de las narrativas digitales relacionadas con modelos de desarrollo y sostenibilidad ambiental sigue siendo relativamente incipiente. En particular, el papel de plataformas emergentes como TikTok en la configuración de discursos sobre territorios estratégicos, como la Amazonía, ha sido escasamente explorado.

En este sentido, la consulta popular del Yasuní constituye un caso relevante para analizar cómo los discursos digitales contribuyen a la construcción de imaginarios sociales sobre el desarrollo amazónico. La interacción entre actores políticos, movimientos sociales y ciudadanos en plataformas digitales generó un espacio dinámico de producción de narrativas, en el que se articularon distintas visiones sobre el futuro de la Amazonía ecuatoriana.

El presente estudio tiene como objetivo general examinar las representaciones del desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana construidas en las publicaciones de TikTok difundidas durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023. De manera específica, la investigación busca: (1) identificar las principales representaciones del desarrollo presentes en las publicaciones analizadas; (2) clasificar dichas representaciones de acuerdo con los paradigmas de desarrollo propuestos por Servaes —modernización, dependencia y multiplicidad—; y (3) examinar las narrativas y temáticas asociadas a cada visión del desarrollo durante el periodo de campaña.

A partir de este planteamiento, el estudio plantea las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo se construyen los imaginarios de desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana en TikTok durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023? ¿Qué visiones de desarrollo predominan en las publicaciones analizadas? ¿Qué narrativas y temáticas se asocian a cada una de estas visiones del desarrollo?

La hipótesis de investigación plantea que, durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023, las narrativas asociadas al paradigma de la multiplicidad —caracterizadas por enfoques pluralistas orientados hacia la sostenibilidad ambiental— tendrán una mayor presencia que aquellas vinculadas a los paradigmas de modernización o dependencia.

2. Métodos y fundamentación teórica

Representaciones sociales

Considerando la importancia de las representaciones sociales, entendidas como formas específicas de conocimiento vinculadas al sentido común que se configuran en los procesos de intercambio social, en este trabajo se realizó una revisión conceptual desde los enfoques disciplinares de la psicología social, la sociología y la comunicación. Desde esta perspectiva, la comunicación adquiere un papel central, ya que las representaciones sociales no solo se construyen en la interacción cotidiana entre los individuos, sino también a través de los discursos, narrativas y contenidos difundidos en los medios y plataformas digitales, que contribuyen a la producción, circulación y legitimación de significados en la esfera pública.

Partiendo de la mirada de la psicología social, para Moscovici (2000), citado por Villarroel (2007), la representación social “es un fenómeno específico relacionado con una manera particular de comprender y comunicar, una manera que al mismo tiempo crea la realidad y el sentido común” (p. 436). En este sentido, las representaciones sociales viabilizan la forma en que interpretamos y pensamos la realidad cotidiana, al mismo tiempo que orientan los procesos comunicativos mediante los cuales los individuos comparten significados, interpretaciones y marcos de comprensión sobre los fenómenos sociales.

Desde los estudios de comunicación, la construcción de significados sociales también se entiende a través del concepto de representación propuesto por Hall (1997), quien sostiene que la representación constituye el proceso mediante el cual el lenguaje y los sistemas simbólicos producen sentido dentro de una cultura. De esta manera, los discursos mediáticos y las narrativas audiovisuales funcionan como espacios de producción simbólica en los que se negocian y disputan significados sobre la realidad social.

En el contexto contemporáneo, caracterizado por la expansión de los ecosistemas digitales, las redes sociales se han convertido en escenarios fundamentales para la circulación de representaciones e imaginarios colectivos. Castells (2012) sostiene que la comunicación en red ha transformado las dinámicas tradicionales de producción de información, permitiendo que actores sociales, movimientos ciudadanos y comunidades digitales participen activamente en la construcción de narrativas públicas y en la configuración de la opinión social.

Por su parte, Mantilla (2023) establece la diferencia y relación entre las representaciones sociales y los imaginarios sociales. Para ello se considera lo propuesto por Segovia et al. (2018), bajo la perspectiva sociológica de Baeza y Castoriadis, quienes señalan que “las representaciones nos remiten a imágenes culturales que funcionan como marcos interpretativos de la sociedad, mientras que los imaginarios serían la base sobre la cual se construye e instituye permanentemente la sociedad” (p. 84). Desde esta mirada se evidencia el vínculo intrínseco entre comunicación, cultura y construcción social de la realidad, en tanto los imaginarios y representaciones se reproducen y transforman mediante prácticas discursivas,

narrativas mediáticas y procesos de interacción simbólica en distintos espacios comunicacionales.

En este sentido, la comunicación digital adquiere un rol central en la configuración de los imaginarios contemporáneos. Según Couldry y Hepp (2017), las sociedades actuales se encuentran profundamente mediatizadas, lo que implica que los procesos sociales, culturales y políticos están cada vez más moldeados por las lógicas de los medios y las plataformas digitales. En este escenario, los contenidos producidos y difundidos en redes sociales como TikTok no solo informan o entretienen, sino que también contribuyen a la construcción de sentidos compartidos y a la formación de imaginarios colectivos sobre temas sociales, ambientales y políticos.

En general, el concepto de representación social abre la posibilidad conceptual de identificar en el seno de las culturas contemporáneas diversas visiones del mundo que constituyen formaciones cognoscitivas legítimas con una función precisa en la orientación de los comportamientos y de la comunicación entre individuos y grupos (Villarreal, 2007). En el campo de la comunicación, estas representaciones se expresan y circulan a través de discursos mediáticos, contenidos digitales y prácticas narrativas que influyen en la construcción de sentidos compartidos. Por tanto, su revisión permite contar con una referencia clara de la percepción social que incide en la formación de criterios, opiniones y posicionamientos dentro de los distintos espacios de interacción social y mediática.

Visiones de desarrollo

El concepto de desarrollo ha sido ampliamente debatido en las ciencias sociales, evolucionando desde enfoques centrados exclusivamente en el crecimiento económico hacia perspectivas más integrales que incorporan dimensiones sociales, culturales y ambientales. Desde una visión ampliada, el desarrollo puede entenderse como un proceso orientado a la expansión de las capacidades humanas y a la mejora de las condiciones de vida de las sociedades, integrando dimensiones económicas, sociales y políticas (Vargas-Hernández, 2008).

No obstante, los modelos de desarrollo basados exclusivamente en el crecimiento económico han sido cuestionados por su incapacidad para garantizar la sostenibilidad ambiental y la equidad social. En particular, territorios con alta biodiversidad y riqueza de recursos naturales, como la Amazonía, se han convertido en escenarios donde se confrontan distintas visiones sobre el progreso, el aprovechamiento de los recursos y la preservación de los ecosistemas. En este sentido, el debate sobre el desarrollo en la Amazonía ecuatoriana refleja tensiones entre modelos extractivistas orientados al crecimiento económico y perspectivas que priorizan la sostenibilidad ambiental y los derechos de las comunidades locales.

Desde el campo de la comunicación, estas disputas pueden entenderse como procesos de construcción simbólica en los que diferentes actores sociales producen y disputan narrativas sobre el desarrollo. Los medios de comunicación, y más recientemente las plataformas digitales, desempeñan un papel central en la circulación de

estas narrativas, contribuyendo a la configuración de marcos interpretativos que influyen en la percepción pública de los problemas socioambientales.

En este contexto, el análisis de las representaciones del desarrollo difundidas en redes sociales permite comprender cómo se articulan distintas visiones sobre el futuro de territorios estratégicos como la Amazonía. Para abordar este fenómeno, el presente estudio adopta como referencia los paradigmas de comunicación para el desarrollo propuestos por Servaes (2008), los cuales permiten analizar cómo diferentes concepciones del desarrollo se manifiestan en los discursos mediáticos. En particular, se consideran tres enfoques principales: modernización, dependencia y multiplicidad.

Teoría de la modernización

La teoría de la modernización surgió a mediados del siglo XX como uno de los enfoques dominantes para explicar los procesos de desarrollo. Este paradigma sostiene que las sociedades evolucionan a través de una transición progresiva desde formas tradicionales de organización hacia estructuras económicas, políticas y culturales más complejas, tomando como referencia el modelo de los países industrializados occidentales (Servaes, 2013).

Desde esta perspectiva, el desarrollo se concibe como un proceso lineal basado en la industrialización, el crecimiento económico y la adopción de valores asociados al progreso tecnológico. En el ámbito de la comunicación, la modernización otorga un papel central a los medios de comunicación como agentes de cambio social capaces de difundir información, promover la adopción de innovaciones y fomentar actitudes favorables al desarrollo (Rogers, 2003).

La comunicación para el desarrollo inspirada en este paradigma se basa en modelos de difusión de innovaciones y transmisión de conocimiento desde centros de poder hacia poblaciones consideradas tradicionales o rezagadas. Sin embargo, esta perspectiva ha sido criticada por su carácter etnocéntrico y por asumir la existencia de un único camino universal hacia el desarrollo, ignorando las particularidades culturales, históricas y socioeconómicas de las sociedades del Sur Global (Gumucio-Da-gron & Tufte, 2006).

Teoría de la dependencia

Como respuesta crítica a las limitaciones de la teoría de la modernización, surgió en América Latina la teoría de la dependencia. Este enfoque sostiene que el subdesarrollo de los países periféricos no constituye una etapa transitoria del progreso, sino el resultado de relaciones estructurales de desigualdad dentro del sistema económico global (Dos Santos, 1970).

Según esta perspectiva, los países periféricos se encuentran insertos en una estructura económica internacional que reproduce dinámicas de subordinación y limita sus posibilidades de desarrollo autónomo. En el ámbito de la comunicación, la teoría de la dependencia también ha sido utilizada para analizar las desigualda-

des en los flujos globales de información y producción cultural. Diversos estudios han señalado que los sistemas mediáticos internacionales tienden a reproducir estructuras de poder que favorecen la hegemonía cultural de los países centrales, mientras que las voces y perspectivas de las sociedades periféricas permanecen subrepresentadas (González, 2011).

En respuesta a estas dinámicas, surgieron propuestas orientadas a fortalecer sistemas de comunicación más participativos y democráticos, incluyendo el desarrollo de medios alternativos y comunitarios que permitan visibilizar las realidades y demandas de las comunidades locales. Desde esta perspectiva, la comunicación puede desempeñar un papel emancipador al contribuir al fortalecimiento de las capacidades sociales y culturales de las poblaciones (Beltrán, 2013).

Teoría de la multiplicidad

El paradigma de la multiplicidad surge como una evolución de los enfoques anteriores, proponiendo una concepción más pluralista y contextualizada del desarrollo. Este enfoque rechaza la idea de un único camino universal hacia el desarrollo y reconoce la diversidad de trayectorias históricas, culturales y sociales que caracterizan a las distintas sociedades (Servaes, 2008).

Desde esta perspectiva, el desarrollo se entiende como un proceso multidimensional en el que las comunidades locales desempeñan un papel activo en la definición de sus prioridades y estrategias. En el campo de la comunicación, este paradigma promueve enfoques participativos que enfatizan el diálogo, la interacción y la construcción colectiva de conocimiento.

La comunicación deja de ser concebida únicamente como un mecanismo de transmisión de información para convertirse en un espacio de negociación de significados entre distintos actores sociales. En este sentido, los medios de comunicación —incluidas las plataformas digitales— pueden funcionar como espacios de interacción que permiten la articulación de diversas visiones sobre el desarrollo y el futuro de los territorios.

En el contexto contemporáneo, las redes sociales han ampliado las posibilidades de participación ciudadana en la producción y circulación de contenidos, permitiendo que distintos actores contribuyan a la construcción de narrativas sobre el desarrollo, la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

Operacionalización de los paradigmas de desarrollo

Con el fin de vincular el marco teórico con el análisis empírico, se elaboró una matriz conceptual que permite traducir los paradigmas de desarrollo en indicadores observables dentro de los contenidos audiovisuales analizados. Esta matriz facilita la identificación de las distintas narrativas de desarrollo presentes en los videos difundidos durante la campaña digital del Yasuní.

Tabla 1
Operacionalización de los paradigmas de desarrollo en el análisis de contenido

Paradigma de desarrollo	Concepción del desarrollo	Tipo de narrativa predominante	Temáticas asociadas	Indicadores de codificación en los videos
Modernización	El desarrollo se concibe como crecimiento económico, industrialización y aprovechamiento de los recursos naturales para el progreso nacional.	Narrativas de progreso económico y desarrollo productivo.	explotación petrolera, crecimiento económico, empleo, desarrollo nacional	referencias a crecimiento económico; defensa de la explotación petrolera; énfasis en progreso tecnológico o industrial críticas a empresas transnacionales; referencias a explotación de países periféricos; denuncias de desigualdad estructural
Dependencia	El desarrollo se interpreta en función de relaciones estructurales de desigualdad entre países centrales y periféricos.	Narrativas críticas del extractivismo de la desigualdad económica global.	extractivismo, colonialismo económico, soberanía sobre recursos	
Multiplidad	El desarrollo se concibe como un proceso plural y contextual que integra sostenibilidad ambiental, diversidad cultural y bienestar social.	Narrativas de sostenibilidad, conservación ambiental y derechos indígenas.	biodiversidad, pueblos indígenas, sostenibilidad, alternativas al extractivismo	

Fuente: Elaboración propia con base en Servaes (2008).

3. Metodología

Esta investigación tuvo como propósito examinar las representaciones del desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana construidas en las publicaciones de TikTok difundidas durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023. Con el fin de abordar este objetivo, el estudio se orientó por las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se construyen los imaginarios de desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana en TikTok durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023?
2. ¿Qué visiones de desarrollo predominan en los contenidos publicados en la plataforma?
3. ¿Qué narrativas y temáticas se asocian a cada una de estas visiones del desarrollo?

Para responder a estas preguntas se adoptó un enfoque cuantitativo basado en el análisis de contenido digital. Este método permite examinar de manera siste-

mática los patrones de representación presentes en los contenidos mediáticos, facilitando la identificación de narrativas y marcos interpretativos que estructuran los discursos difundidos en plataformas digitales.

La unidad de análisis estuvo compuesta por las publicaciones de TikTok difundidas durante la campaña y por sus principales componentes comunicacionales. En cada publicación se analizaron el video, el copy o texto de acompañamiento, el texto visible en pantalla, los diálogos, el lenguaje verbal y no verbal, así como las interacciones registradas en la plataforma. Esta delimitación permitió examinar no solo el contenido temático de las publicaciones, sino también los recursos expresivos mediante los cuales se construyeron las narrativas sobre el desarrollo y la conservación del Yasuní.

El análisis se centró en los contenidos audiovisuales publicados en TikTok durante la campaña electoral de la consulta popular del Yasuní, proceso que tuvo lugar en Ecuador en agosto de 2023.

Procedimiento de búsqueda y recolección de datos

La recopilación de los videos se realizó mediante un proceso de búsqueda manual dentro de la plataforma TikTok. Este procedimiento consistió en la identificación sistemática de contenidos relacionados con la campaña de la consulta popular del Yasuní mediante la exploración individual de hashtags vinculados al debate público sobre el tema.

Los *hashtags* analizados fueron:

#Amazonía, #SíAlYasuní, #YoVotoNo, #Yasuní, #ITT, #SíALaVida, #VotaNO, #Yasunidos, #Naturaleza, #YesToYasuní, #ConsultaPopular2023 y #DiLeSíAlYasuní.

Estas etiquetas fueron seleccionadas debido a que fueron utilizadas por las organizaciones acreditadas por el Consejo Nacional Electoral (CNE) para la difusión de contenidos relacionados con la campaña electoral.

Cada *hashtag* se revisó de manera individual dentro de la plataforma con el fin de identificar los contenidos asociados a la consulta popular.

Criterios de selección de los videos

Una vez identificados los contenidos asociados a los hashtags seleccionados, se aplicaron criterios de inclusión para determinar qué videos formarían parte del análisis. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Videos de acceso público en la plataforma TikTok
- Videos publicados por cuentas de organizaciones acreditadas por el Consejo Nacional Electoral para la campaña electoral
- Contenidos en idioma español
- Publicaciones directamente relacionadas con la consulta popular del Yasuní

En relación con la duración de los videos, no se estableció ningún criterio de exclusión. Por lo tanto, se incluyeron todos los contenidos identificados que cumplieran con los criterios mencionados, independientemente de su duración.

Universo de análisis

El corpus final estuvo compuesto por 264 videos publicados entre junio y agosto de 2023, período correspondiente a las fases de precampaña y campaña electoral. Estos videos corresponden al universo total de publicaciones identificadas en las cuentas seleccionadas que cumplieran con los criterios de inclusión definidos para el estudio. En consecuencia, el análisis no se realizó sobre una muestra probabilística, sino sobre el conjunto completo de contenidos disponibles en el período analizado.

Registro y sistematización de los datos

Los videos fueron registrados manualmente en una base de datos diseñada para el estudio, con el objetivo de organizar la información necesaria para el análisis de contenido.

Además de los códigos analíticos asociados a las visiones del desarrollo, se registraron variables descriptivas que permitieron contextualizar los contenidos analizados. Entre estas variables se incluyeron:

- Autor o cuenta que publicó el video
- Fecha de publicación
- Número de interacciones (*likes*)

El registro de estas variables permitió examinar los niveles de interacción asociados a las distintas narrativas presentes en la plataforma.

Sistema de categorías y codificación

El análisis de contenido se estructuró a partir de una matriz de operacionalización basada en los paradigmas de desarrollo propuestos por Servaes (2008). Estos paradigmas —modernización, dependencia y multiplicidad— permiten analizar cómo diferentes concepciones del desarrollo se articulan en los discursos mediáticos.

Con el fin de facilitar el proceso de codificación y responder a las observaciones metodológicas planteadas por el evaluador, los códigos analíticos fueron organizados en tres macrocategorías, cada una correspondiente a uno de los paradigmas de desarrollo:

1. Visión extractivista o paradigma de modernización
2. Crítica estructural o paradigma de dependencia
3. Desarrollo sostenible o paradigma de multiplicidad

Esta reorganización permitió agrupar los códigos en categorías conceptuales más amplias, facilitando la interpretación de los resultados y la identificación de las narrativas predominantes en los contenidos analizados.

Tabla 2
Teoría del desarrollo

Categoría	Subcategoría	Códigos
Teorías del desarrollo	Modernización	eurocentrismo, industrialización, aprovechamiento y comercialización de materias primas, economicismo, transferencia tecnológica, proceso evolutivo, crecimiento económico, PIB, difusión de innovaciones
Teorías del desarrollo	Dependencia	mirada desde la periferia, crítica al extractivismo, desigualdad estructural, crítica a la dependencia tecnológica, centro y periferia, colonialismo, independencia económica, crítica al intercambio desigual
Teorías del desarrollo	Multiplicidad	identidad cultural, sostenibilidad ambiental, multidimensionalidad del desarrollo, participación comunitaria, capital humano, libertades, desarrollo sostenible, medios de comunicación participativos

Fuente: Elaboración propia con base en Servaes (2008).

Procedimiento de codificación

La codificación de los contenidos fue realizada por cuatro investigadores, quienes analizaron los videos de manera independiente siguiendo los criterios establecidos en la matriz conceptual.

Posteriormente, se realizó una revisión cruzada de las clasificaciones con el fin de asegurar la consistencia en la codificación de los contenidos. Aunque no se aplicaron métricas estadísticas formales de confiabilidad intercodificador, el proceso de revisión conjunta permitió fortalecer la consistencia analítica y reducir posibles sesgos interpretativos en la clasificación de los videos.

Justificación del análisis en TikTok

La elección de TikTok como objeto de estudio responde a la creciente relevancia de esta plataforma en el ecosistema digital contemporáneo. En los últimos años, TikTok se ha consolidado como uno de los espacios de mayor crecimiento en la circulación de contenidos políticos y sociales, particularmente entre audiencias jóvenes.

En el caso ecuatoriano, datos recientes indican que la plataforma superó los 14 millones de usuarios en 2024, posicionándose como una de las redes sociales más utilizadas en el país (Mentinno, 2024). Su formato audiovisual breve, combinado

con sistemas algorítmicos de recomendación altamente personalizados, favorece la rápida difusión de contenidos y la amplificación de narrativas sociopolíticas en periodos electorales.

Estas características convierten a TikTok en un espacio relevante para analizar la construcción de narrativas sobre temas de interés público, como el debate sobre el futuro del Yasuní.

Limitaciones metodológicas

Es importante señalar que el presente estudio se centra exclusivamente en el análisis de contenidos difundidos en la plataforma TikTok. Si bien durante la campaña electoral también se desarrollaron estrategias de comunicación en medios tradicionales y en otras redes sociales, el análisis se limita al entorno digital de TikTok con el fin de examinar las dinámicas de producción y circulación de contenidos en esta plataforma específica.

En consecuencia, los resultados deben interpretarse dentro del contexto particular de la comunicación digital en TikTok y no necesariamente reflejan la totalidad del debate público desarrollado en otros espacios mediáticos durante la campaña de la consulta popular.

4. Resultados

Esta sección presenta los resultados del análisis de contenido realizado sobre los videos publicados en TikTok durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023. Los hallazgos se organizan en tres niveles analíticos: (1) distribución de los contenidos según *hashtags*, (2) temáticas predominantes en las publicaciones y (3) visiones de desarrollo presentes en las narrativas analizadas.

Distribución de publicaciones según *hashtags*

Un primer hallazgo relevante se relaciona con la distribución de los videos en función de los *hashtags* utilizados en la plataforma. Aunque inicialmente se identificaron doce etiquetas vinculadas al debate sobre la consulta popular del Yasuní, el análisis empírico evidenció que la totalidad de las 264 publicaciones recopiladas se concentró en cinco principales: #Amazonía, #ConsultaPopular2023, #SíAlYasuní, #Yasuní y #YoVotoNo.

Este resultado muestra que la conversación digital sobre el Yasuní en TikTok tendió a estructurarse alrededor de un conjunto reducido de etiquetas, lo que permitió focalizar el análisis en los *hashtags* que concentraron mayor presencia y relevancia dentro de la discusión pública en la plataforma.

Asimismo, se observa una variación en el volumen de publicaciones a lo largo del periodo analizado. De los 264 videos registrados, el mayor número de publi-

caciones se concentra en el mes de julio (112 videos), seguido por agosto (91) y junio (61). Este comportamiento sugiere un incremento progresivo de la actividad digital conforme se aproximaba la fecha de la consulta popular.

Dentro de esta dinámica, el hashtag #SíAlYasuní concentró la mayor proporción de contenidos durante los tres meses analizados, lo que evidencia su centralidad dentro de la conversación digital sobre el proceso electoral.

Tabla 3
Frecuencia de TikTok de acuerdo con los hashtags analizados

TIKTOK	JUNIO		JULIO		AGOSTO	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
#Amazonía	6	10%	1	1%	0	0%
#ConsultaPopular2023	13	21%	11	10%	8	9%
#SíAlYasuní	28	46%	64	57%	66	73%
#Yasuní	8	13%	24	21%	14	15%
#YoVotoNo	6	10%	12	11%	3	3%
Total	61	100%	112	100 %	91	100%

Fuente: Elaboración propia.

En términos generales, estos resultados indican que la conversación digital en TikTok durante la campaña estuvo fuertemente concentrada en narrativas vinculadas al apoyo a la conservación del Yasuní, representadas principalmente a través del *hashtag* #SíAlYasuní.

Temáticas predominantes en los contenidos

El análisis temático de las publicaciones de TikTok analizadas permitió identificar tres grandes ejes discursivos presentes en los videos: conservación ambiental, extractivismo e información sobre la consulta popular.

Los resultados muestran que la temática dominante durante todo el periodo analizado fue la conservación ambiental. En junio, este tema representó el 62 % de las publicaciones; en julio alcanzó su mayor presencia con el 78 % de los videos; y en agosto se mantuvo como la temática predominante con el 69 % del total de contenidos.

El segundo eje temático identificado fue el extractivismo, presente en el 36 % de las publicaciones en junio, el 17 % en julio y el 23 % en agosto. Este conjunto de contenidos estuvo asociado principalmente a debates sobre la explotación petrolera en el bloque 43 y sus implicaciones económicas y ambientales.

Finalmente, un número menor de videos se centró en información sobre la consulta popular, incluyendo contenidos que explicaban el proceso electoral o promovían la participación ciudadana en el referéndum.

Tabla 4
Temática de las publicaciones en TikTok

TEMÁTICA	JUNIO		JULIO		AGOSTO	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Conservación ambiental	38	62%	87	78%	63	60%
Extractivismo	22	36%	19	17%	21	23%
Información sobre consulta	1	2%	6	5%	7	8%
Total	61	100%	112	100%	91	100%

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados evidencian que la discusión digital sobre el Yasuní en TikTok estuvo dominada por narrativas orientadas hacia la protección ambiental, lo que sugiere una fuerte presencia de discursos asociados al activismo ambiental dentro de la plataforma.

Visiones de desarrollo en los contenidos analizados

Con el fin de comprender cómo se articulan distintas concepciones del desarrollo en los contenidos analizados, los videos fueron clasificados de acuerdo con los paradigmas de desarrollo propuestos por Servaes: modernización, dependencia y multiplicidad.

Visiones de desarrollo en junio

En junio, una proporción significativa de los videos (38 %) no presentó una visión explícita del desarrollo. Estos contenidos se caracterizaron principalmente por narrativas de sensibilización o apelaciones emocionales relacionadas con la protección del Yasuní.

Entre los videos que sí reflejaron una perspectiva de desarrollo, la visión predominante fue la multiplicidad (36 %), asociada a discursos que enfatizan la sostenibilidad ambiental, la diversidad cultural y la participación social en la definición de modelos de desarrollo.

Por su parte, el 26 % de los videos se enmarcó en la lógica de la modernización, caracterizada por narrativas que relacionan el desarrollo con el crecimiento económico y el aprovechamiento de los recursos naturales.

Tabla 5
Visiones de desarrollo en los TikTok en junio

TEORÍAS DEL DESARROLLO	PORCENTAJE	NÚMERO
Modernización	26%	16
Multiplicidad	36%	22
Ninguna	38%	23

Fuente: Elaboración propia.

Visiones de desarrollo en los TikTok en julio

Para el análisis de las visiones del desarrollo, cada publicación fue clasificada en una única categoría analítica —modernización, dependencia, multiplicidad o ninguna—, de acuerdo con la narrativa predominante identificada en el video y sus componentes comunicacionales. En consecuencia, los totales mensuales presentados en esta sección coinciden con el número total de publicaciones analizadas en cada mes.

En julio se observa una consolidación de la narrativa asociada al paradigma de la multiplicidad, presente en el 46 % de los videos analizados. Este enfoque se caracteriza por promover una visión del desarrollo basada en la sostenibilidad ambiental, el respeto a las dinámicas locales y la participación comunitaria.

Al igual que en junio, una proporción considerable de contenidos (38 %) no expresó una postura explícita sobre el desarrollo, mientras que solo el 16 % de los videos se alineó con narrativas asociadas al paradigma de la modernización.

Tabla 6
Visiones de desarrollo en los TikTok en julio

TEORÍAS DEL DESARROLLO	PORCENTAJE	NÚMERO
Modernización	16%	18
Multiplicidad	46%	52
Ninguna	38%	43

Fuente: Elaboración propia.

Visiones de desarrollo en los TikTok en agosto

En agosto se mantiene la predominancia del paradigma de la multiplicidad, presente en el 46 % de los videos analizados. Este enfoque continúa articulando narrativas centradas en la sostenibilidad ambiental y la protección del ecosistema amazónico.

Sin embargo, en este mes se registra un aumento en la proporción de videos que no expresan una visión explícita del desarrollo, alcanzando el 54% del total de contenidos.

Tabla 7
Visiones de desarrollo en los TikTok en agosto

TEORÍAS DEL DESARROLLO	PORCENTAJE	NÚMERO
Modernización	46%	42
Ninguna	54%	49

Fuente: Elaboración propia.

Síntesis de los resultados

En conjunto, los resultados muestran que las publicaciones de TikTok analizadas sobre el Yasuní estuvieron dominadas por narrativas asociadas a la conservación ambiental y al paradigma del desarrollo de la multiplicidad. Este enfoque se caracteriza por promover modelos de desarrollo que integran sostenibilidad ambiental, participación social y reconocimiento de las particularidades territoriales.

Asimismo, una proporción significativa de los contenidos analizados no articuló explícitamente una visión teórica del desarrollo, lo que sugiere la presencia de narrativas centradas principalmente en la sensibilización ambiental o en la movilización emocional de los usuarios.

5. Discusión

Los resultados muestran que las publicaciones de TikTok analizadas funcionaron como un espacio relevante para la circulación de narrativas sobre la consulta popular del Yasuní durante 2023, permitiendo observar cómo se articularon discursos ambientales, posiciones políticas y visiones del desarrollo en torno a la Amazonía ecuatoriana. En conjunto, los hallazgos evidencian que la conversación digital en la plataforma estuvo dominada por contenidos favorables a la conservación ambiental y por narrativas asociadas al paradigma de

la multiplicidad, mientras que las perspectivas vinculadas al extractivismo y a la modernización ocuparon un lugar secundario dentro del corpus analizado.

Este comportamiento puede interpretarse en el marco del crecimiento del activismo digital en América Latina, donde las plataformas sociales han ampliado la capacidad de incidencia pública de movimientos ambientales, organizaciones territoriales y actores de la sociedad civil. Como ha señalado Boulianne (2020), los medios digitales reducen barreras de participación y facilitan la visibilidad de causas colectivas, lo que resulta especialmente relevante en conflictos socioambientales. En el caso del Yasuní, TikTok no solo operó como un canal de difusión de mensajes, sino como un espacio donde se organizaron y amplificaron marcos interpretativos sobre el desarrollo amazónico, la protección ambiental y el futuro del bloque 43.

En este sentido, el caso analizado se inserta dentro de una dinámica regional más amplia en la que las redes sociales se han convertido en escenarios de disputa simbólica sobre territorio, naturaleza y derechos colectivos. A diferencia de campañas previas, más dependientes de medios tradicionales o de acciones presenciales, la campaña vinculada a la consulta del Yasuní mostró una fuerte presencia de contenidos audiovisuales breves, emocionalmente intensos y de amplia circulación digital. Esta característica refuerza la idea de que las plataformas contemporáneas no solo median la comunicación política, sino que también influyen en la construcción de imaginarios sociales a través de narrativas afectivas y visualmente condensadas (Papacharissi, 2015).

Centralidad de los hashtags y lógica de movilización digital

Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es la centralidad del *hashtag* #SíAlYasuní dentro de la conversación digital. Su presencia aumentó del 46 % de los videos registrados en junio al 73 % en agosto, consolidándose como la etiqueta dominante a medida que avanzaba la campaña. Este comportamiento sugiere que la comunicación digital en TikTok tendió a concentrarse en una narrativa claramente alineada con la defensa del Yasuní, dotada de una alta capacidad de identificación colectiva.

Este resultado es consistente con la noción de “activismo en red” propuesta por Castells (2012), según la cual las plataformas digitales facilitan la articulación de redes de apoyo capaces de amplificar mensajes y visibilizar demandas colectivas. En el caso analizado, la creciente centralidad de #SíAlYasuní indica que la conversación en TikTok no se distribuyó de manera homogénea entre posiciones enfrentadas, sino que tendió a organizarse alrededor de una etiqueta que concentró visibilidad, adhesión simbólica y capacidad de movilización.

Además, la importancia de esta etiqueta puede entenderse a partir de las características propias de TikTok como plataforma: su formato audiovisual breve, la circulación algorítmica de contenidos y la relevancia de los componentes emocionales en la recepción y difusión de mensajes. En línea con Papacharissi (2015), los resultados sugieren que las narrativas ambientalistas lograron mayor

tracción en la medida en que articularon afecto, identificación moral y una postura política reconocible. En contraste, el hashtag #YoVotoNo, asociado a posiciones favorables a la continuidad de la explotación petrolera, disminuyó del 10% en junio al 3 % en agosto, lo que refleja una menor presencia relativa de esta postura dentro del corpus analizado.

Más que asumir causalidades externas que no fueron examinadas directamente en este estudio, los datos permiten afirmar que, dentro de TikTok, las posiciones favorables a la conservación alcanzaron mayor visibilidad discursiva que aquellas asociadas a la continuidad del extractivismo. Este hallazgo es relevante porque muestra que la plataforma operó como un entorno particularmente receptivo para la circulación de discursos proambientales durante la campaña.

Predominio de la conservación ambiental como eje narrativo

El segundo hallazgo relevante se refiere a las temáticas predominantes en los contenidos publicados. La conservación ambiental constituyó el eje temático dominante durante todo el periodo analizado: 62 % de las publicaciones en junio, 78 % en julio y 69 % en agosto. En contraste, las narrativas sobre extractivismo, aunque presentes, ocuparon una posición subordinada dentro del conjunto de videos analizados.

Este predominio temático sugiere que la discusión pública en TikTok se estructuró fundamentalmente en torno a la defensa del Yasuní como ecosistema estratégico, más que a una deliberación equilibrada entre conservación y explotación petrolera. Desde una perspectiva teórica, este hallazgo dialoga con los enfoques del desarrollo sostenible que plantean la necesidad de articular crecimiento, equidad y preservación ambiental (Sachs, 2015). En el caso del Yasuní, la centralidad de la conservación muestra que la discusión digital tendió a privilegiar una comprensión del desarrollo en la que la protección de la biodiversidad y la integridad territorial adquieren una relevancia central.

Al mismo tiempo, la menor presencia relativa del extractivismo no implica su desaparición del debate, sino su pérdida de centralidad frente a narrativas más orientadas hacia la sostenibilidad. Esto resulta particularmente significativo en un país donde la explotación petrolera ha sido históricamente presentada como una vía prioritaria de desarrollo nacional. Los resultados sugieren, por tanto, una reconfiguración parcial de las narrativas dominantes sobre el progreso en el entorno digital analizado.

Visiones del desarrollo: predominio de la multiplicidad

En relación con las preguntas de investigación sobre las visiones del desarrollo presentes en los contenidos, los resultados muestran una clara predominancia del paradigma de la multiplicidad. Esta perspectiva representó el 36 % de los videos en junio y el 46 % tanto en julio como en agosto, consolidándose como la

visión de desarrollo más visible entre los contenidos que sí expresaron una posición explícita.

Este hallazgo es consistente con la idea de que las narrativas difundidas en TikTok durante la campaña tendieron a articular concepciones del desarrollo más pluralistas, contextualizadas y sensibles a la sostenibilidad ambiental, en línea con el enfoque de Servaes (2008). En los videos y copios analizados, el desarrollo no aparece asociado exclusivamente al crecimiento económico ni a la explotación de recursos, sino a marcos discursivos que integran biodiversidad, participación, derechos territoriales y responsabilidad ambiental.

En contraste, las narrativas alineadas con el paradigma de la modernización muestran una tendencia decreciente: 26 % en junio, 16 % en julio y ausencia de registros en agosto. Este comportamiento refuerza la idea de que los discursos que asocian el desarrollo con industrialización, crecimiento económico y aprovechamiento intensivo de recursos naturales tuvieron una presencia comparativamente menor en la plataforma. La disminución de esta perspectiva es coherente con los cuestionamientos contemporáneos a los modelos extractivistas en contextos de alta conflictividad socioambiental (Escobar, 2018).

Por otra parte, la ausencia de contenidos clasificados dentro del paradigma de la dependencia en julio y agosto constituye un hallazgo significativo. Esto sugiere que, aunque el conflicto del Yasuní remite a disputas estructurales sobre recursos, soberanía y desigualdad global, dichas dimensiones no fueron tematizadas de forma explícita en la mayoría de los videos analizados. En otras palabras, la conversación digital en TikTok tendió a privilegiar narrativas ambientalistas y de movilización afectiva antes que marcos explícitamente estructurales o geopolíticos.

Contenidos sin postura explícita y límites de la explicitación teórica

Un resultado particularmente relevante es la proporción de contenidos que no expresan de manera explícita una visión del desarrollo: 38 % en junio, 38 % en julio y 54 % en agosto. Esta tendencia sugiere que una parte significativa de la comunicación política en TikTok no se organiza necesariamente a partir de formulaciones teóricas explícitas, sino a través de mensajes breves, apelativos y orientados a la sensibilización.

Este hallazgo es importante porque muestra que la construcción de imaginarios sociales en plataformas como TikTok no siempre opera mediante argumentos conceptuales desarrollados, sino a través de formas narrativas condensadas, afectivas y visualmente eficaces. En ese sentido, los contenidos sin postura explícita no deben interpretarse como ausencia de sentido político, sino como evidencia de una lógica comunicacional propia de la plataforma, donde la adhesión puede construirse mediante símbolos, emociones, consignas y apelaciones morales más que a través de marcos argumentativos extensos.

Aporte del caso al estudio de comunicación digital y desarrollo

En conjunto, los resultados muestran que TikTok funcionó como un espacio relevante para la circulación de narrativas socioambientales durante la campaña del Yasuní, y que esta circulación estuvo dominada por discursos favorables a la conservación y por visiones del desarrollo próximas al paradigma de la multiplicidad. Este hallazgo amplía la comprensión del papel de las plataformas digitales en América Latina, no solo como canales de movilización política, sino también como espacios de producción y disputa de imaginarios sobre el desarrollo.

En términos teóricos, el estudio aporta evidencia de que las plataformas emergentes pueden desempeñar un papel significativo en la articulación de visiones alternativas al extractivismo, especialmente cuando convergen activismo digital, narrativas afectivas y repertorios visuales de alta circulación. Al mismo tiempo, los hallazgos muestran que estas disputas simbólicas no necesariamente se expresan mediante formulaciones ideológicas explícitas, sino a través de repertorios híbridos donde conviven sensibilización ambiental, posicionamiento político y construcción de identidad colectiva.

6. Conclusiones

El presente estudio analizó la construcción de imaginarios sociales del desarrollo sobre la Amazonía ecuatoriana a través de contenidos difundidos en TikTok durante la campaña de la consulta popular del Yasuní en 2023. A partir del análisis de 264 videos publicados entre junio y agosto, los resultados permiten identificar patrones discursivos relevantes en torno a las narrativas ambientales, las temáticas predominantes y las visiones del desarrollo presentes en la plataforma.

En primer lugar, los hallazgos evidencian que la conversación digital en TikTok estuvo fuertemente orientada hacia narrativas vinculadas con la conservación ambiental y la defensa del ecosistema amazónico. La predominancia de esta temática a lo largo de los tres meses analizados sugiere que los discursos favorables a la protección del Yasuní alcanzaron una mayor visibilidad dentro de la plataforma que aquellos centrados en la continuidad de la explotación petrolera. En este sentido, TikTok funcionó como un espacio de circulación y amplificación de narrativas ambientalistas durante el proceso electoral.

Este resultado refuerza la idea de que las redes sociales se han convertido en escenarios relevantes para la articulación de debates públicos contemporáneos. Como plantea Castells (2012), las plataformas digitales permiten la formación de redes de comunicación que facilitan la difusión de discursos sociales y políticos, contribuyendo a la construcción de corrientes de opinión y a la movilización ciudadana. En el caso analizado, TikTok operó como un entorno donde se visibilizaron discursos asociados a la defensa del Yasuní, ampliando la circulación de contenidos vinculados al activismo ambiental en el contexto de la consulta popular.

En segundo lugar, el análisis de las visiones del desarrollo muestra una predominancia del paradigma de la multiplicidad, presente en una proporción significativa de los contenidos que expresaron una postura explícita sobre el desarrollo. Este enfoque se caracteriza por promover una comprensión plural y contextualizada del desarrollo, integrando dimensiones ambientales, culturales y sociales. La presencia de este paradigma en los contenidos analizados sugiere que las narrativas difundidas en la plataforma tendieron a asociar la protección del Yasuní con modelos de desarrollo orientados hacia la sostenibilidad y la participación social.

Este hallazgo dialoga con la perspectiva de Servaes (2008), quien plantea que los enfoques contemporáneos del desarrollo deben reconocer la diversidad de contextos socioculturales y promover procesos participativos que incorporen las realidades locales. En el caso de la Amazonía ecuatoriana, las narrativas identificadas en TikTok reflejan una tendencia a cuestionar las concepciones tradicionales del desarrollo basadas exclusivamente en el crecimiento económico, incorporando en su lugar preocupaciones vinculadas a la biodiversidad, el territorio y la sostenibilidad ambiental.

Asimismo, el estudio muestra que una proporción considerable de los contenidos analizados no expresó de manera explícita una visión teórica del desarrollo. Este resultado sugiere que, en las publicaciones de TikTok analizadas, la comunicación política se articuló con frecuencia a través de formatos narrativos breves y apelativos, donde la sensibilización y la movilización emocional desempeñan un papel importante en la construcción de significados colectivos. En este sentido, la circulación de discursos sobre el Yasuní en la plataforma no se estructuró únicamente mediante argumentaciones conceptuales, sino también a través de recursos visuales y afectivos que favorecen la identificación de los usuarios con determinadas causas.

En conjunto, los resultados permiten afirmar que los entornos digitales pueden contribuir a la construcción de imaginarios sociales alternativos sobre el desarrollo, especialmente en contextos de conflicto socioambiental. El caso del Yasuní evidencia cómo las plataformas digitales pueden funcionar como espacios donde se disputan narrativas sobre territorio, naturaleza y progreso, favoreciendo la circulación de discursos que cuestionan modelos extractivistas tradicionales y promueven visiones más sostenibles del desarrollo.

No obstante, este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. En primer lugar, el análisis se centró exclusivamente en contenidos publicados en TikTok, por lo que no permite establecer comparaciones directas con la comunicación desarrollada en otros medios digitales o tradicionales durante la campaña. Asimismo, el estudio se basa en el análisis de contenidos producidos por cuentas acreditadas para la campaña, lo que limita la exploración de dinámicas más amplias de participación ciudadana en la plataforma.

Futuras investigaciones podrían ampliar el análisis hacia otras redes sociales, comparar diferentes plataformas digitales o explorar con mayor profundidad la interacción entre usuarios, algoritmos y circulación de contenidos en procesos de movilización socioambiental. También resultaría relevante examinar cómo

estas narrativas digitales influyen en la formación de percepciones públicas sobre el desarrollo y la política ambiental en contextos electorales.

En términos generales, este estudio contribuye a la comprensión del papel de las plataformas digitales en la construcción de imaginarios sobre el desarrollo y el medio ambiente en América Latina. Al analizar el caso del Yasuní, la investigación muestra cómo TikTok puede operar como un espacio relevante para la circulación de narrativas ambientales y para la visibilización de debates contemporáneos sobre sostenibilidad, territorio y futuro del desarrollo en la región.

7. Referencias

- Bandy, J., & Diakopoulos, N. (2020). #TulsaFlop: A case study of algorithmically-influenced collective action on TikTok. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2012.07716>
- Beltrán, L. R. (2013). Medios de comunicación y poder en América Latina: De la hegemonía a la resistencia cultural. Editorial Universitaria.
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *New Media & Society*, 22(5), 947–966. <https://doi.org/10.1177/1461444818803482>
- Castells, M. (2012). Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age. Polity Press.
- Consejo Nacional Electoral. (2022). 13'450.047 electores están habilitados para sufragar en las elecciones 2023. <https://acortar.link/k3TqcW>
- Consejo Nacional Electoral. (2023). CNE proclama resultados definitivos de binomio presidencial y consulta popular del Yasuní. <https://acortar.link/NNpfVO>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). The mediated construction of reality. Polity Press.
- Dos Santos, T. (1970). The structure of dependence. *The American Economic Review*, 60(2), 231–236.
- Escobar, A. (2018). Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds. Duke University Press.
- González, G. (2011). La hegemonía cultural y los medios de comunicación en América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 34(2), 45–67.
- Guinaudeau, B., Munger, K., & Votta, F. (2022). Fifteen seconds of fame: TikTok and the supply side of social video. *Communication and the Public*, 7(3–4), 463–485. <https://doi.org/10.5117/ccr2022.2.004.guin>
- Gumucio-Dagron, A., & Tufte, T. (Eds.). (2006). Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings. CFSC Consortium.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press.
- Mantilla, J. (2023). Imaginarios sociales sobre el desarrollo en la Amazonía ecuatoriana 2013–2017 (Tesis doctoral, Universidad de Cádiz). <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/29206/Tesis316747.pdf>

- Mentinno. (2024). Estado digital Ecuador: Febrero de 2024. <https://acortar.link/KI9868>
- Papacharissi, Z. (2015). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307–324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.
- Segovia, P., Basulto, O., & Zambrano, P. (2018). Imaginarios sociales y representaciones: Su aplicación a análisis discursivos en tres ámbitos diferentes. *Empiria*, 41, 79–102. <https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22605>
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. Sage.
- Servaes, J. (2013). *Sustainability, participation, and culture in communication: Theory and praxis*. Intellect Books.
- Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory communication: A practical guide*. World Bank.
- Vargas-Hernández, J. G. (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. *Revista de Economía Institucional*, 10(19), 1–18.
- Villarroel, G. (2007). Las representaciones sociales: Una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum*, 17(49), 434–454.