



DESARROLLO DE LAS EMOCIONES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES EN EL CASO DE LA INICIATIVA YASUNÍ-ITT

Por: Aitor Larzabal Fernandez¹, Maria Isabel Ramos Noboa²,

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato (PUCESA), Ambato - Ecuador

Resumen

En 2013, se anunció el fin de la Iniciativa Yasuní-ITT, situación que generó grandes reacciones en la población, las mismas que fueron evidenciadas en las redes sociales. En la presente investigación se analizan las emociones vividas, plasmadas y leídas a través de las redes sociales desde el 2007 hasta el 2013. Para ello se aplicó un cuestionario creado para la investigación, centrado en las emociones suscitadas, publicadas y leídas a través de las redes sociales a sujetos que activamente comentaron noticias relacionadas con dicha iniciativa a través de las redes sociales. Los resultados arrojan congruencia entre las emociones vividas, leídas y publicadas por los sujetos a través de las redes sociales durante los periodos analizados. Finalmente se concluye, que si bien la investigación tiene limitaciones, las redes sociales pueden ser un buen termómetro de las emociones que vive la población. Por lo que se recomienda seguir con la misma línea de investigación en un futuro. Además se concluye que el procedimiento usado maximizó las ventajas y minimizó las desventajas clásicas en los estudios online.

Palabras clave: Emociones, Facebook, Redes Sociales Yasuní-ITT.

¹ alarzabal@pucesa.edu.ec

² iramos@pucesa.edu.ec

Abstract

By 2013, the Yasuní- ITT Initiative announcement was abandoned. This situation caused several reactions in the community, which were posted in several social networks. The emotions that were experienced, captured and read in social networks between 2007 and 2013 were analyzed in this research. As a result, a questionnaire was developed for this exclusive purpose, which focused on the emotions that took place and was posted and read by the people who actively were posting news regarding such initiatives on social networks. The findings were consistent between the emotions that were experienced, read and posted by the people on Facebook during the time under analysis. Finally it is concluded that while this research has limitations, social networks can be a good indicator of people's emotions. Therefore, it is recommended to pursue the same research line in the future. In addition it is concluded that the procedure used maximized the advantages and minimized disadvantages of the classic online studies.

Keywords: Emotions, Facebook, Social Networks, Yasuní-ITT.

Resumo:

Em 2013, o fim da Iniciativa Yasuní-ITT, uma situação que causou grandes reações na população, o mesmo que foi evidenciado em redes sociais foi anunciado. Nesta pesquisa as emoções vividas, refletida e ler através de redes sociais a partir de 2007 a 2013. Um questionário criado para a pesquisa, com foco nas emoções levantadas publicado e lido através de análises aplicadas redes sociais comentou ativamente temas relacionados com esta iniciativa através de notícias de rede social. Os resultados mostram a consistência entre as emoções experientes, lido e publicado pelos sujeitos através de redes sociais durante períodos analisados. Por fim, concluiu que embora a pesquisa tem limitações, as redes sociais podem ser um bom barômetro de emoções vividas pela população. Assim, recomenda-se continuar com a mesma linha de pesquisa no futuro. Além disso, conclui-se que o procedimento utilizado maximizado as vantagens e desvantagens minimizou os estudos on-line clássicos.

Palavras-chave: Emoções, Facebook, redes sociais Yasuni-ITT.

DESARROLLO DE LAS EMOCIONES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES EN EL CASO DE LA INICIATIVA YASUNÍ-ITT

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en una parte importante de la vida de amplios sectores de la sociedad en los últimos años. A demás de compartir gustos, aficiones, fotografías, las redes sociales nos mantienen conectados con otras personas, igualmente, las redes se usan para plasmar, directa o indirectamente, opiniones sobre temas de actualidad y política.

En ese aspecto, podríamos pensar que indagando en las redes sociales podríamos conseguir acertar en la opinión pública general sobre un tema en particular. Pero asaltaría una duda, ¿Que congruencia existe entre lo publicado, lo pensado y lo sentido? Si bien es complicado responder esa pregunta con evidencias irrefutables, la presente investigación, con sus limitaciones, estudia la congruencia entre las emociones vividas, las plasmadas y las leídas en las redes sociales. Los resultados de la investigación, lejos de intentar responder contundentemente esa pregunta, son una pequeña contribución para que en un futuro se consiga una respuesta basada en unas evidencias sólidas.

Para ello y partiendo de un tema de actualidad se analiza la existencia o no de congruencia entre las emociones vividas y plasmadas a través de redes sociales entorno a la Iniciativa Yasuní ITT.

La Iniciativa Yasuní-ITT (en adelante IYITT) fue propuesta por el gobierno del Ecuador en el año 2007, dicha iniciativa contemplaba dejar bajo el subsuelo de la Amazonía ecuatoriana el petróleo que albergaba el bloque Ishpingo-Tambococha-Tiputini (de allí el “ITT”) del parque nacional Yasuní. El parque es considerado uno de los lugares más biodiversos del planeta, ya que “alberga en una sola hectárea más especies de árboles y arbustos que en Estados Unidos y Canadá juntos” (Vallejo, Larrea, Burbano y Falconí, 2010). Es el hábitat de medio millar de especies de peces, 200 tipos de mamíferos, más de cien especies de reptiles y casi 600 tipos de aves, entre otros. (Bass et al., 2010). Dicho parque alberga petróleo en el subsuelo, recurso que ha sido explotado durante décadas en los diferentes bloques.

La IYITT se inició en el 2007, pero anteriormente tuvo un gran recorrido de gestación. Un hito importante en la formación de esta iniciativa fueron, de hecho, las actuaciones de la empresa

Chevron-Texaco en la década de los 60, además de los innumerables conflictos entre las empresas extractivas y las comunidades, aparte de los relativamente bajos beneficios de las políticas extractivistas. (Acosta, 2010). La idea de una moratoria petrolera surgió en el año 2000 a través del documento “El Ecuador post-petrolero” en el que se expone que la deriva petrolera era un error, (Acosta, 2000). Por otra parte, según Larzabal, (2013) en el 2001 la idea de canjear la deuda externa a cambio de conservar la Amazonía ecuatoriana fue formulada públicamente en un suplemento difundido por el Centro de Derechos Económicos y Sociales (CDES). Siguiendo a Larzabal, (2013) de la unión de esas dos ideas surgieron las bases de la Iniciativa Yasuní-ITT expuesto a través del documento “un llamado eco-lógico para la conservación, el clima y los derechos”, publicado en junio del 2005. Esta tesis se incorporó más tarde al libro “Asalto al paraíso: empresas petroleras en áreas protegidas” editado por Oilwatch en 2006.

Dicha iniciativa se enmarcaría en una lucha contra la degradación ambiental, el calentamiento global y a favor del cambio de modelo energético. Para un país como Ecuador, en el que las exportaciones de crudo constituyen al menos un 50% de sus exportaciones, la propuesta fue muy valiente, y se enmarcó en un paradigma de alternativa al desarrollo como es el Sumak Kawsay, que fue incluida en la carta magna del Ecuador en el 2008.

A cambio de mantener el petróleo bajo tierra, Ecuador pedía a la comunidad internacional que depositasen el 50% de las ganancias que se preveía obtener de esa explotación en un Fondo Fideicomiso, gestionado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). El fondo quedaría inmóvil, como salvaguardia de la no explotación del bloque ITT, pero los intereses generados del fondo se utilizarían tanto en la reforestación de la Amazonía, como en proyectos de desarrollo y bienestar de la población (Larrea, et al, 2010).

El final de la YITT fue anunciado por el presidente de la República en agosto del 2013 con el discurso de “el mundo nos ha fallado”, en el que esgrimió diferentes argumentos, a la vez que asumió algunos errores. En general, expuso que la cifra lograda estuvo muy por debajo de lo esperado (se consiguió 0,37% de lo planeado). Señaló además que, en este mal resultado, tuvo influencia la gran crisis económica en la que están inmersos la mayoría de los países europeos. En otro orden de cosas, el presidente mencionó que la iniciativa se había adelantado a la historia, que no se había entendido o no se había querido entender por los países que más contaminan y, finalmente, argumentó que, al ser de libre acceso, los beneficiarios no se veían en obligación de

pagar los bienes que se producirían por la iniciativa. La iniciativa, que prácticamente pasó desapercibida los primeros años, ganó relevancia en los años 2011 y 2012, fue un tema muy controvertido y con gran trascendencia política en su recta final.

Una vez que se dio por terminada la iniciativa tuvo un gran impacto en medios de comunicación y redes sociales. En los medios de comunicación se convirtió en tema de portada por un tiempo. De especial mención la influencia que tuvieron estos hechos en las redes sociales, de ahí la motivación de realizar la presente investigación.

Es así como los eventos que hacen noticia, como el final de la IYITT, también son parte de la Comunicación Mediada por Computadora (CMC), donde el tipo de comunicación en los ambientes virtuales genera nuevas formas de estructuración social. La CMC permite analizar como las personas percibieron el tema YITT y que estados afectivos se vieron involucrados a lo largo de los años, desde el inicio hasta que se dio por terminada. Las expresiones emocionales se vieron reflejadas en las redes sociales convirtiéndose en un modo de participación, apoyo o rechazo.

La sociedad en red, término desarrollado por Castells (2009) va provocando cambios en las relaciones, tiempo, lugar, espacios “cuya estructura está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación” (Millan, 2005). En la actualidad las nuevas tecnologías han modificado el modo de relación con los demás en donde la presencia física se sustituye por el mundo virtual.

La red social por otra parte se caracteriza por que “impone una realidad intangible, más allá del entorno físico”. (Millan, 2005) Es por ello el medio para la expresión de jóvenes y adultos en temas que no pueden ser hablados en otros espacios. “El mundo virtual ha liberado al hombre de los determinismos del tiempo y el espacio, el ciberespacio no depende ni se basa en las categorías físicas o temporales del mundo material, se estructura a partir de elementos subjetivos imaginados” (Millan 2005 p. 11).

Es así que la comunicación virtual está acompañada de un imaginario “que se caracteriza por el predominio de la relación con la imagen del semejante” (Aguilar 2011). Lo que ocurre con la red social es que le permite al sujeto tener esta relación imaginaria con aquello que le atrae y se siente identificado. “El imaginario Internet, como toda creación imaginaria, actúa en la práctica y en la

cotidianidad aportando sentido al comportamiento humano, a las relaciones sociales y las relaciones de los humanos con los objetos independientemente de su existencia” (Vayreda 2004).

Por ello se consideró trabajar con una de las redes sociales más utilizadas, en este caso “Facebook” puesto que hay la tendencia a expresar opiniones y emociones en esta conocida red. Nace en el 2004, creció en usuarios de forma exponencial hasta llegar a los 1.230 Millones de usuarios activos en 2014. (Gutiérrez, 2014). Viendo el volumen que maneja esa red social no es de extrañar que existan investigaciones de todos los ámbitos de la ciencia que estudien dicha red, a la vez que también existen investigaciones que la usan como herramienta.

Por mencionar unos casos esta la investigación de Bandillo, (2011). “Estrategia de comunicación y educación mediada por TIC para el fomento del desarrollo sostenible en cinco colegios de Palmira”, en la que se usó el Facebook como herramienta para analizar el discurso; otra investigación titulada “La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook” de (Parra, López, y Maceiras. 2014), en la que se comprueba que pueden distinguirse “tres grupos de riesgo que se diferencian en sus pautas de conducir bajo los efectos del alcohol y las drogas en función de los estilos de vida que reflejan en sus “Me gusta” en Facebook”. En la presente investigación también se ha hecho uso del Facebook como herramienta de investigación, desde una perspectiva emocional. Coviello y Sohn (2014) investigaron los contagios emocionales que se dan a través de las redes sociales masivas en “Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks” de la misma manera que Roberts y Roach (2012) investigaron fenómenos emocionales a través de las redes sociales en “Empa Tweet: Annotating and detecting Emotions on Twitter” está vez en otra gran red social como es Twitter.

Entre las ventajas y desventajas del uso de esas nuevas herramientas virtuales, una revisión de la literatura (Eiroa-Orosa, F. Fernandez-Pinto, 2008) enumeró las siguientes:

Tabla 1 Ventajas y desventajas del uso de las nuevas herramientas virtuales

Ventajas	Desventajas
Nuevas posibilidades de muestreo: Acceso a poblaciones específicas como sujetos de un mismo contexto geográfico, con determinados gustos o intereses.	Riesgo de atraer casos no elegibles y respuestas no válidas: Respuesta por parte de sujetos no indicados para la investigación

<p>Flexibilidad en la administración: Posibilidades que ofrecen las herramientas, como por ejemplo, diseño de cuestionarios, posibilidades multimedia entre otros.</p>	<p>Variabilidad entre los ordenadores: Problemas de configuraciones diferentes y problemas de compatibilidad.</p>
<p>Alternativas de recopilación: Notificaciones, avisos a la hora de dejar sin respuesta algún ítem y similares.</p>	<p>Pobre accesibilidad: Internet no es de uso universal.</p>

Entre las desventajas, Sampieri, citando a Birnbaum y Kraut enumera, entre otros la falta de control del ambiente y el sesgo de respuesta (Hernández, 2003). El sesgo de respuesta se da cuando hay una baja contestación a la encuesta por parte de los participantes, eso es medible a través de la Tasa de respuesta. La tasa de respuesta en cuestionarios enviados virtualmente es el porcentaje de individuos que inician la respuesta al cuestionario del total que lo han recibido. Después de analizar una serie de investigaciones, Sánchez, Muñoz y Montoro encuentran que la tasa de respuesta a cuestionarios enviados por email es aproximadamente del 25% (Sanchez 2009). La Tasa de retención es el porcentaje de los que iniciando el cuestionario lo han llegado a terminar, según las mismas fuentes antes citadas, estaría en torno al 16%.

La falta de control del ambiente influye en los cuestionarios online, ya que al no estar presente el investigador a la hora de que el sujeto responda el cuestionario no puede aclararle las dudas al sujeto (Hernández 2003).

El objetivo del presente investigación es doble, por una parte analizar si existe congruencia entre las emociones que se plasmaron, se pudieron leer y se sintieron en diferentes momentos de la iniciativa (2007 cuando inicio y 2013 cuando se dio por terminada) igualmente se analiza la forma en la que se maximizaron las ventajas (Posibilidades de muestreo, Flexibilidad en la administración y Alternativas de recopilación) minimizaron las desventajas (Riesgo de atraer casos no elegibles y respuestas no validas, variabilidad entre ordenadores, pobre accesibilidad, sesgo de respuesta y falta de control del ambiente) para lograr una buena tasa de respuesta y tasa de retención.

II. Método

La presente es una investigación con alcance exploratorio y descriptivo, que pretende indagar sobre los cambios emocionales registrados a través de las redes sociales sobre la Iniciativa Yasuní-ITT

II.1 Muestra

La muestra obtenida (n 100) fue seleccionada a través de las redes sociales, entre usuarios que cumplían los siguientes requisitos:

- a) Ser seguidores de alguna de las siguientes páginas del Facebook (Yasunidos³, Amazonía Vive⁴ o Yasunízate⁵)
- b) Haber realizado comentarios en las publicaciones de las páginas enumeradas.

II.2 Instrumento: Cuestionario

Se realizó un cuestionario para la investigación partiendo de cuatro variables, 1) Conocimiento del tema y redes sociales como medios de comunicación, 2) Posición frente al caso, 3) Estado afectivo, 4) Expresión de emociones en la red social, operacionalizando las variables (ver Tabla n° 2).

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión
Estado Afectivo	Estado Afectivo 2007
	Estado Afectivo 2013
	Ambiente Social Percibido
Expresión de emociones en la red social	Expresión de emociones
	Emociones reflejadas en el muro

El cuestionario se realizó en línea a través del generador de cuestionarios de google drive.

II.3 Procedimiento

En adelante se muestran los pasos que se siguieron en la investigación. Primeramente se realizó una revisión bibliográfica y se analizar los eventos ocurridos en torno a la IYITT, se establecieron

³ Yasunidos.- El 18 de agosto del 2013 se crea la organización en defensa de dejar el petróleo bajo tierra es decir, en contra del modelo extractivista. Grupo que rechaza la decisión del gobierno.

⁴ Amazonía vive.- Es una iniciativa que surge para apoyar una explotación responsable, la misma que cuenta con el respaldo de: federaciones indígenas, alcaldes amazónicos, asociación de municipalidades entre otras. Grupo que apoya la decisión del gobierno.

⁵ Yasunízate.- Nace en el 2010 de la iniciativa Yasuní ITT campaña a cargo de la Comisión Negociadora Ivonne Baki, buscaba recoger fondos a favor de la conservación ambiental. Sin embargo poco después de la decisión del gobierno quedó inactiva.

cuatro variables de las que se emergieron los indicadores. Una vez enumerados los indicadores se procedió a elaborar los ítems.

Para realizar la encuesta se usó el creador de cuestionarios de Google Drive. Esta herramienta virtual permite realizar cuestionarios online y mandarlos a través de email y redes sociales y cuando el sujeto finaliza la entrevista los resultados son enviados inmediatamente tabulados a una hoja de cálculo que también se encuentra online. Una vez elaborada la herramienta se realizaron encuestas piloto con el fin de verificar si se comprendían las preguntas o si era necesario hacer algún cambio. Después se procedió a crear tres cuentas de Facebook para contactar con la muestra específica que se buscaba para la investigación. Para ello, se mandó una solicitud de amistad desde las cuentas creadas a las personas que habían hecho ese tipo de comentarios en tres páginas de Facebook muy relacionadas con la problemática (la página de Facebook de Yasunízate, Amazonía Vive y Yasunidos), desde las tres cuentas creadas por los investigadores (Yasuní Pucesa, Pucesa Yasuní y Yasuni Pucesa).

Se mandaron solicitudes de amistad a las personas que comentaron noticias sobre la Iniciativa Yasuní-ITT en esas tres páginas, de las 612 solicitudes que se enviaron se aceptaron 292 y de esos contactos se logró 100 encuestas (Paso 9a), de las cuales 80 fueron del grupo de Yasunidos y 20 en el conjunto de Amazonía vive y Yasunízate.

Una vez recogidos los datos se analizaron a través de programas estadísticos (SPSS y Excel) obteniéndose una serie de resultados. Finalmente basándose en los resultados fueron estableciéndose las conclusiones.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación se expondrán teniendo en cuenta primero las variables y dimensiones correspondientes a las emociones. Una vez analizado ese particular se procederá analizar los resultados del procedimiento en las áreas de maximización de ventajas y minimización de desventajas clásicas de los estudios realizados a través de herramientas virtuales.

En esta primera parte se parte de dos variables como son “Estado Afectivo” y “Expresión de

emociones en la red social” con sus respectivas dimensiones, Estado Afectivo en 2007 y Estado Afectivo en 2013 para la primera y Expresión de Emociones y Emociones reflejadas en el muro para la segunda.

Variable: Estado Afectivo

Dimensión: Estado afectivo en 2007

Emociones Vividas en 2007			
Grupo "Yasunízate y Amazonía Vive"		Grupo "Yasunidos"	
Emoción	%	%	Emoción
Agrado	24,53	12,92	Agrado
Entusiasmo	16,98	17,22	Entusiasmo
Alegría	9,43	13,40	Alegría
Interés	11,32	12,92	Interés
Esperanza	16,98	17,70	Esperanza
Otras	20,75	25,84	Otras

Las emociones que más se repiten son las relacionadas con el bienestar, es decir, la iniciativa en su inicio provocó emociones de bienestar en los dos grupos en general, se destacan: Agrado, esperanza, entusiasmo y alegría.

Dimensión: Estado afectivo en 2013

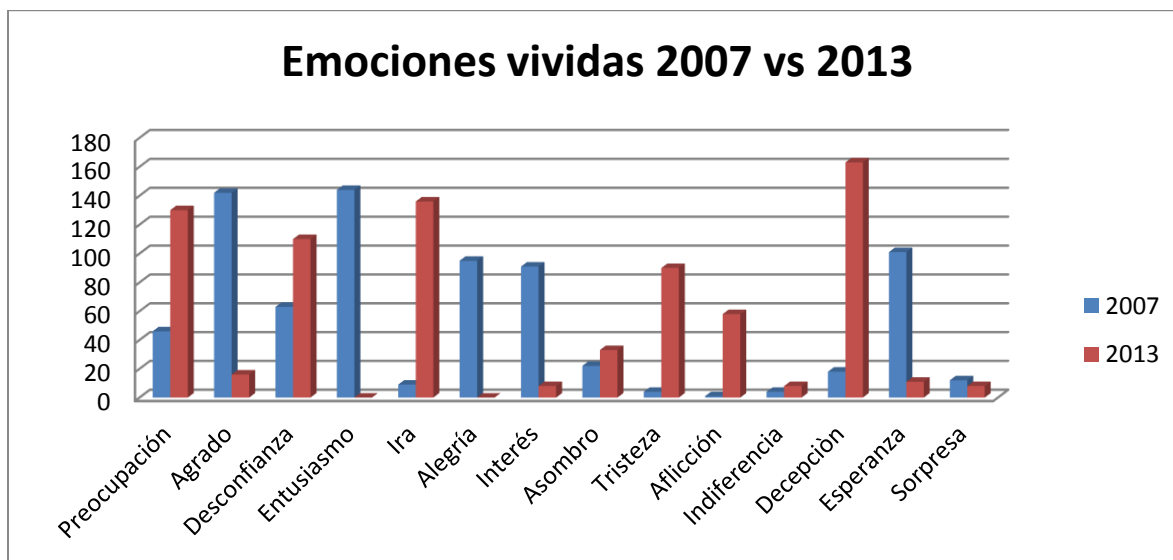
Emociones Vividas en 2013			
Grupo "Yasunízate y Amazonía Vive"		Grupo "Yasunidos"	
Emoción	%	%	Emoción
Preocupación	16,67	13,06	Preocupación
Desconfianza	14,58	12,61	Desconfianza
Ira	6,25	18,47	Ira
Tristeza	16,67	12,61	Tristeza
Decepción	18,75	24,32	Decepción
Otras	27,08	18,92	Otras

Se evidencian emociones relacionadas con el malestar, es decir, el fin de la iniciativa provocó emociones afines al malestar, destacándose: Decepción, ira, preocupación y tristeza. Cabe destacar

que se encuentra una gran diferencia entre los dos grupos, ya que el grupo “Yasunidos” manifiesta mucha más ira que el grupo de “Yasunízate y Amazonía Vive”.

Comparación entre estado afectivo en el 2007 y en el 2013

General



Por grupos

Emociones Vividas (2007 vs 2013)			
Grupo "Yasunízate y Amazonía Vive"			
2007		2013	
Emoción	%	%	Emoción
Agrado	24,53	16,67	Preocupación
Entusiasmo	16,98	14,58	Desconfianza
Alegría	9,43	6,25	Ira
Interés	11,32	16,67	Tristeza
Esperanza	16,98	18,75	Decepción
Otras	20,75	27,08	Otras

Se evidencia que en el grupo “Yasunízate y Amazonía Vive” el agrado, la esperanza y el entusiasmo del 2007 dieron paso a la decepción, tristeza y preocupación del 2013.

Emociones Vividas (2003 vs 2013)			
Grupo "Yasunidos"			
2007		2013	
Emoción	%	%	Emoción
Agrado	12,92	13,06	Preocupación
Entusiasmo	17,22	12,61	Desconfianza
Alegría	13,40	18,47	Ira
Interés	12,92	12,61	Tristeza
Esperanza	17,70	24,32	Decepción
Otras	25,84	18,92	Otras

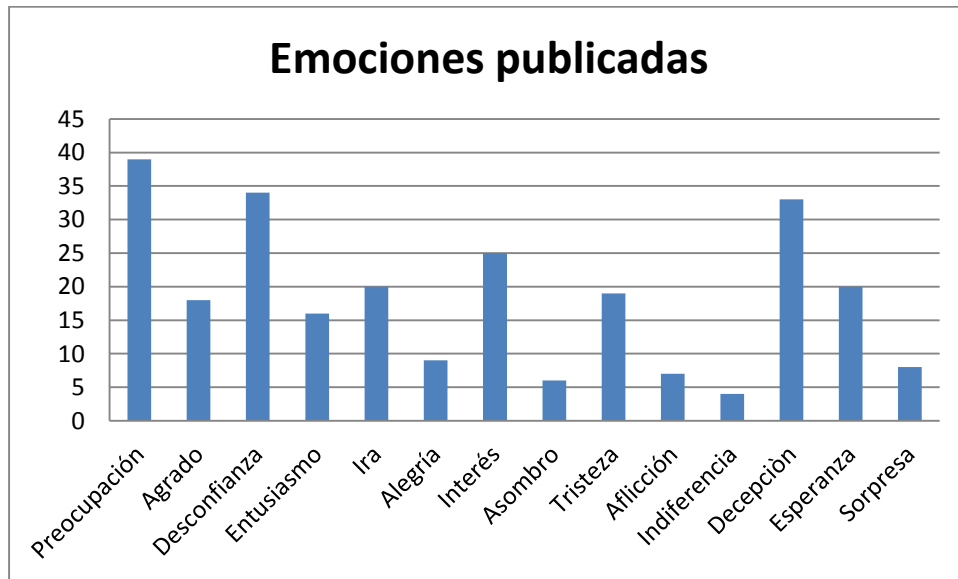
Se evidencia que el grupo “Yasunidos” la esperanza, el entusiasmo y la alegría dieron paso a la decepción, la ira y la preocupación.

Cabe destacar que si bien las emociones vividas por los grupos son similares, la diferencia la podemos encontrar entre el agrado (grupo “Yasunízate y Amazonía Vive”) y alegría (grupo “Yasunidos”) en el 2007 y la Tristeza (grupo “Yasunízate y Amazonía Vive”) e ira (grupo “Yasunidos”) en el 2013.

Variable: Expresión de emociones en la red social

Dimensión: Expresión de emociones

General



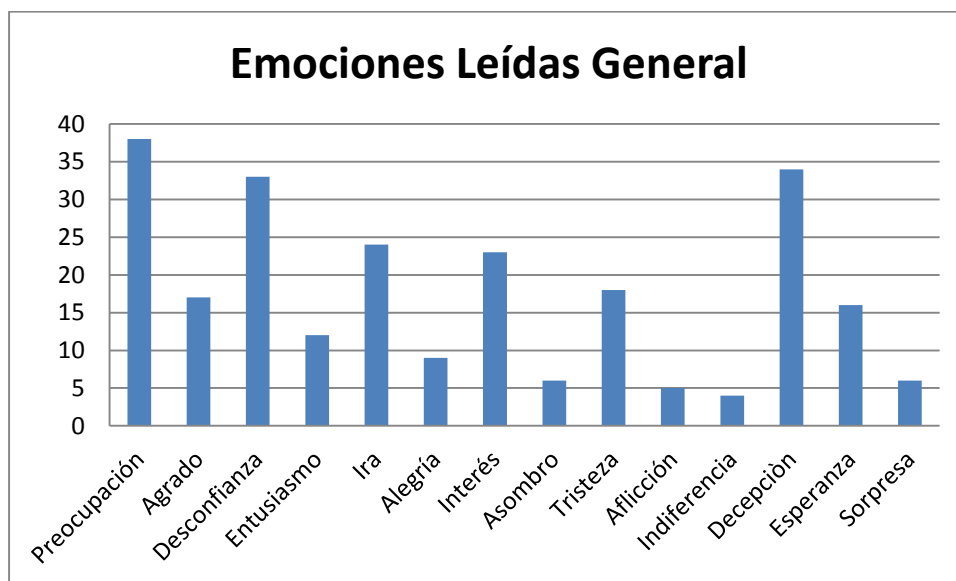
Predominan publicaciones de emociones como preocupación, desconfianza, decepción e interés. En general emociones relacionadas con el malestar, a excepción del interés.

Emociones publicadas			
Grupo "Yasunízate y Amazonía Vive"		Grupo "Yasunidos"	
Emoción	%	%	Emoción
Agrado	18,42	16,36	Preocupación
Entusiasmo	10,53	15,00	Desconfianza
Interés	15,79	13,64	Decepción
Esperanza	13,16	9,09	Ira
Otros	42,11	30,45	Otros

Las emociones publicadas por el grupo “Yasunízate y Amazonía Vive” son las mismas que las vividas en el año 2007, en cambio las emociones publicadas por el grupo “Yasunidos” son las vividas en el 2013.

Dimensión: Expresiones que vio reflejadas en su muro

General



Las emociones leídas son la preocupación, la decepción, la desconfianza y la ira es decir emociones relacionadas con el malestar.

Emociones leídas			
Grupo "Yasunízate y Amazonía Vive"		Grupo "Yasunidos"	
Emoción	%	%	Emoción
Agrado	20,00	17,14	Preocupación
Ira	14,29	15,71	Desconfianza
Interés	11,43	9,05	Ira
Decepción	17,14	13,33	Decepción
Otras	37,14	35,71	Otras

Los dos grupos difieren en las emociones leídas, siendo en general emociones relacionadas con el malestar en el grupo "Yasunidos" y una mezcla de emociones relacionadas con el bienestar y el malestar en el otro grupo.

En esta segunda parte se analizará:

- La maximización de las ventajas en tres ámbitos: Posibilidades de muestreo, Flexibilidad en la administración y Alternativas de recopilación.
- La minimización de las desventajas en cinco ámbitos: Riesgo de atraer casos no elegibles y respuestas no válidas, variabilidad entre ordenadores, pobre accesibilidad, sesgo de respuesta y falta de control sobre el ambiente.
- Tasa de respuesta
- Tasa de retención.

Maximización de ventajas:

Posibilidades de muestreo: En el caso analizado se llegó a una población muy específica de una manera relativamente fácil, muestra, conformada por sujetos que habían comentado noticias sobre la Iniciativa Yasuní-ITT a través de redes sociales, que sin el uso de esas nuevas tecnologías hubiera sido imposible llegar.

Flexibilidad en la administración: En el caso analizado se unieron las posibilidades del Facebook y del generador de cuestionarios, pudiendo enviar el enlace del cuestionario mediante el chat del

Facebook, por lo cual era de fácil acceso para el usuario, de la misma manera el propio cuestionario posibilitaba un sin fin de posibilidades a la hora de crear ítems.

Alternativas de recopilación: El generador de cuestionarios emite un mensaje cuando un ítem no es respondido, por lo que todos los cuestionarios fueron completados al 100%.

La minimización de las desventajas:

Riesgo de atraer casos no elegibles y respuestas no válidas: Se minimizó ya que los investigadores contactaban con personalmente a través del chat con los sujetos, y después de explicar el motivo y el procedimiento de la investigación se les enviaba el enlace del cuestionario si se consideraba oportuno.

Variabilidad entre ordenadores: No se constató ningún problema de ese tipo ya que no se debía de descargar o instalar ningún tipo de programa para realizar la encuesta online.

Pobre accesibilidad: Debido a las características de la muestra se minimizó completamente este aspecto.

Sesgo de respuesta: Se minimizó a través de la constancia de los investigadores en contactar personalmente con los sujetos y animarles a responder la encuesta.

Falta de control sobre el ambiente: Al estar presentes los investigadores por el chat del Facebook mientras los sujetos respondían al cuestionario se resolvieron todas las dudas al instante.

Tasa de respuesta:

La tasa de respuesta se mantuvo por debajo de la media que Sánchezy Muñoz (2009) afirman, es decir, se obtuvo una tasa de respuesta del 14% en comparación al 25% de la que hablan los autores. La baja tasa de respuesta podría ser explicada por la temática de la investigación, un tema de candente difusión mediática en el momento.

Tasa de retención:

La tasa de retención se situó en el 97%, es decir, una tasa de retención muy alta en relación con los autores recientemente mencionados que indican una media del 16%.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A raíz de los datos se puede concluir que la Iniciativa Yasuní –ITT generó emociones relacionadas con el bienestar en su inicio y emociones relacionadas con el malestar cuando se dio por terminada.

Cabe destacar la congruencia existente entre las emociones vividas tanto en el 2007 como en el 2013, y las emociones publicadas y leídas. Es decir, puede suponerse a raíz de los datos que los encuestados han publicado las mismas emociones que sentían. De la misma manera, los encuestados dicen haber leído una serie de emociones que concuerdan con las emociones publicadas. Por lo tanto, y teniendo en cuenta las limitaciones que la investigación tiene, se concluye presuntivamente, y dejando la puerta abierta a nuevas investigaciones que las redes sociales son un buen termómetro de las emociones que la población puede estar sintiendo.

A través de la utilización conjunta del Facebook y el generador de cuestionarios del google drive en el caso analizado se maximizaron una serie de ventajas y minimizaron las desventajas y si bien no se consiguió una tasa alta de respuestas si se consiguió una alta tasa de retención.

Cabe destacar la importante oportunidad que nos brinda Facebook para acceder a esa muestra de una manera fácil, ya que sin la existencia de dicha red hubiera sido prácticamente imposible acceder a esa población.

Resulta evidente que el Facebook podría entonces servir para buscar muestras específicas de todo tipo, como hinchas de algún determinado equipo de futbol, muestras con determinados gustos, muestras con determinadas tendencias políticas o muestras de determinados países. Si bien el propósito del uso del Facebook fue el de encontrar esa determinada muestra, más adelante incluso sirvió para más propósitos, ya que a través de la mencionada red social era posible enviar el cuestionario elaborado a través de Google además de brindar reducir la falta de control del

ambiente, aumentar la tasa de retención, reducir el riesgo de atraer casos no elegibles y respuestas no válidas y reducir el sesgo de respuesta.

Por otra parte el generador de cuestionarios de Google permitió un gran ahorro de tiempo y de recursos. La tabulación automática de las respuestas y la virtualidad del cuestionario ahorro tiempo de trabajo y desplazamientos respectivamente. A la vez, se hizo un ahorro sustancial de papel que hubiera sido dedicado a las impresiones físicas de los cuestionarios. Teniendo en cuenta todo lo dicho, este generador de cuestionarios facilitó mucho el trabajo de los investigadores a la hora de recolectar los datos.

V. REFERENCIAS

Acosta, A., (2010). Las tribulaciones de la iniciativa Yasuní-itt. Revista Letras Verdes N° 5 Mayo 2010 FLACSO Ecuador. p. 20. http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/2232#.VL0tUNKG_9M

Acosta, A., (2000). El Ecuador Post-petrolero Acción Ecológica. Quito, Ecuador. p. 3 http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/2232#.VL0tUNKG_9M

Aguilar, M. (2011) Sobre el sujeto vacío. p. 12 http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-01X2013000100001&script=sci_arttext

Bandillo, M., (2011). Estrategia de comunicación y educación mediada por TIC para el fomento del desarrollo sostenible en cinco colegios de Palmira. <http://www.redalyc.org/pdf/2654/265420116013.pdf>

Bass MS, Finer M, Jenkins CN, Kreft H, Cisneros-Heredia DF, McCracken SF, et al. (2010) Global Conservation Significance of Ecuador's Yasuní National Park. PLoS ONE 5(1): e8767. doi:10.1371/journal.pone.0008767

Catells, M. (2009) *La Sociedad Red: una visión global*. P. 29

Coviello. L, y Sohn. Y (2014). Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. http://fowler.ucsd.edu/detecting_emotional_contagion_in_massive_social_networks_supplement.pdf

Eiroa-Orosa, F. Fernandez-Pinto, I. Cuestionarios psicológicos e investigación en Internet una revisión de la literatura. Anales de psicología, ISSN 0212-9728, Vol. 24, N°. 1, 2008, págs. 150-157 http://www.um.es/analesps/v24/v24_1/19-24_1.pdf

Gutiérrez., A. (2014). Una década enredados: Facebook cumple 10 años. <http://www.nubelo.com/blog/facebook-cumple-10-años/>

Hernández, S., (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F., México: McGraw-Hill .

Larzabal, A., (2013). La iniciativa Yasuní-ITT: ¿Ejemplo de una política del buen Vivir? (Tesis maestría) https://addi.ehu.es/bitstream/10810/13762/3/TFM_A_Larzabal.pdf

Millan, T. (2005). Los referentes virtuales en la construcción de la realidad. p. 5 http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_3.html

Parra, P., López, G., y A, Maceiras., (2014) “La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook”. Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 195 a 212. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4614062>

Sánchez-Fernandez, J. Muñoz-Leiva, F -¿cómo mejorar la tasa de respuesta en encuestas on line? Revista de Estudios Empresariales. Segunda época. Número: 1. 2009. Páginas: 45 – 62 <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/download/358/321>

Sandoval. E., (2007) Cibersocioantropología de comunidades virtuales. Revista argentina de sociología, 5(9), 64-89. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482007000200005&lng=es&tlng=es.

Roberts, K y Roach, M (2012) Empa Tweet: Annotating and detecting Emotions on Twitter. http://www.hlt.utdallas.edu/~kirk/publications/robertsLREC2012_2.pdf

Vallejo, C., Larrea, C., Burbano, R., & Falconí, F., (2010). La Iniciativa Yasuní desde una perspectiva multicriterial. Quito, Ecuador. P. 5 Recuperado de: <http://www.campusvirtual.uasb.edu.ec/uisa/images/yasuni/documentos/2011%20itt%20folleto%200esp.pdf>

Vayreda, (2004) Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales. Athenea Digital 5 <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34136/33975>

Colectivo Yasunidos: www.yasunidos.org

Red de Resistencia a las actividades petroleras en los países tropicales <http://www.oilwatch.org/>

Centro de Derechos Económicos y Sociales <http://www.cdes.org.ec/>

RECIBIDO 20/09/2016

REVISADO 22/11/2016

NO EXISTEN CONFLICTOS DE INTERÉS