

“Un tuit puede cambiar un voto”

La mitad de los votantes ecuatorianos tiene menos de 35 años, toman decisiones influidos por Internet y les “tienta” votar nulo.

El autor del estudio ‘*Millennials en Latinoamérica, una perspectiva desde Ecuador*’, Antoni Gutiérrez-Rubí, piensa que en estas elecciones la campaña en redes sociales será decisiva.

■ ¿Se puede realmente hablar de las tendencias de todos los millennials en Ecuador, cuando es un grupo tan diverso?

Ninguna generación es uniforme. Ninguna generación es ajena a las desigualdades o al contexto en el que crece y vive. Probablemente, la tendencia más poderosa e identitaria sea la relación con la tecnología. Es la primera generación de nativos digitales, los primeros que utilizan Internet en todas y cada una de sus actividades diarias. La tecnología y la portabilidad se han vuelto los elementos más aspiracionales de esta generación. Y esto a pesar de las desigualdades y brechas. Internet ya no es para ellos un servicio, sino un derecho.

■ ¿Qué tan determinantes pueden ser los millennials ecuatorianos en estas elecciones?

Uno de cada tres ecuatorianos pertenece a la generación *millennial* (tienen entre 24 y 34 años). Los cálculos indican que alrededor del 50 por ciento del electorado que participará en las elecciones del 19 de febrero tiene entre 16 y 35 años (esto es, *millennials* y un margen extra). Su peso electoral es evidente. Y su decisión será determinante.

■ Usted dice que a los millennials les tienta mucho el voto nulo y blanco, ¿por qué?

Sucede que los *millennials* tienen



➤ ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ, consultor político español, asesor en Comunicación.

una relación muy diferente con la política formal, mucho más difusa, promiscua, volátil, exigente... Su confianza en los actores tradicionales es baja y su fidelidad partidaria, nula. Las encuestas muestran altos niveles de indecisión porque hay cierto nivel de especulación, los *millennials* se esperarán hasta las últimas 72, 48, 24 horas para definir su voto de acuerdo a las últimas tendencias.

■ La principal fuente de información de los millennials ecuatorianos es el Facebook, ¿han logrado las campañas políticas enfocarse en herramientas digitales apropiadamente?

Efectivamente, las redes sociales, y especialmente Facebook, se han convertido en las verdaderas plataformas de noticias de esta generación. La encuesta *online* que realizamos para el estudio arrojó que más del 65 por ciento de los *millennials* se informan a través de Facebook. Respecto al uso de las herramientas

digitales, en Ecuador hemos visto avances, pero donde hemos comprobado el enorme poder de la comunicación desintermediada es en las últimas elecciones norteamericanas. En los días finales, Donald Trump llegó a emitir hasta 10 veces al día por Facebook Live, generando un total de 119 millones de visualizaciones.

■ Usted cree que esta será la primera gran campaña digital del Ecuador y que lo que pase en las redes será determinante, ¿no es un poco exagerado?

No creo que sea exagerado. En Ecuador, según datos del INEC, la penetración de Internet ha aumentado en un mil por ciento en los últimos ocho años. Internet está transformando las campañas electorales y la política en general. Las e-campañas se han convertido en una herramienta fundamental de la comunicación política, sirven para difundir mensajes, para activar y movilizar al electorado, para conocerlo mejor escuchando sus problemas, demandas y deseos, para segmentarlo. Es verdad que un tuit no es un voto, pero un tuit puede cambiar un voto.

■ En redes sociales se comparten memes, videos, noticias falsas ¿qué peso tendrá este tipo de contenido en elecciones?

Los *millennials* están inmersos en un flujo constante de información y buena parte de ellos prefiere consumir actualidad a consumir noticias, que no es lo mismo. Se interesan más por lo novedoso, por llegar a tiempo, que por el contenido de la información que leen y comparten. ❖