



Mediatización y ambiente. El influencer Santiago Maratea, los incendios forestales y la antipolítica en redes sociales. Mediatization and environment. The influencer Santiago Maratea, forest fires and anti-politics in social media.

Noelia Dana Manso

Palabras clave: Mediatización; Ambiente; Redes sociales.

1. Introducción

El objetivo general del presente trabajo es analizar de manera exploratoria la circulación mediática y los intercambios discursos producidos a raíz de la colecta millonaria organizada por el *instagrammer*, Santiago Maratea, con motivo de los incendios producidos en la provincia de Corrientes, Argentina. El corpus está compuesto por los discursos producidos por el *influencer*; notas en medios de comunicación masiva y medios digitales; discursos en redes sociales (principalmente Instagram y Twitter) de referentes ambientales; enunciadores amateurs a partir de la identificación palabras clave y hashtags y enunciadores políticos. Algunas de las preguntas que guían el trabajo son: ¿cómo se presenta el conflicto ambiental a partir de este caso en las plataformas mediáticas y bajo qué paradigmas? ¿Qué actores intervienen en los intercambios? ¿Cómo se distribuyen y asignan responsabilidades de la problemática? ¿Qué diferencias se presentan entre los discursos provenientes de las plataformas mediáticas y aquellos de medios de comunicación masiva? ¿Cómo se caracteriza el discurso sobre la antipolítica? Asimismo, en tanto objetivo específico, consideramos que es necesario describir y analizar la figura del enunciator-*influencer*, Santiago Maratea y repasar las características de sus colectas solidarias.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

2. Marco teórico

La incorporación de conflictos ambientales de gran impacto en la agenda mediática y en el diseño de políticas específicas, dan cuenta de la centralidad de las problemáticas ambientales como tematización creciente de la agenda pública nacional (Merlinsky, 2013). La preocupación por aquello que se denomina frecuentemente como “crisis ambiental”, encuentra su desarrollo desde la segunda mitad del siglo XX, de la mano de organismos internacionales, el campo académico y los movimientos ecologistas (Estenssoro Saavedra, 2007). Desde entonces, de acuerdo al actor u organización, se han ido construyendo diferentes *narrativas ambientales* que intentan explicar la crisis ecológica a la vez que desarrollan posibles soluciones para mitigar sus impactos (Svampa, 2018). Estudios recientes, analizan la pandemia Covid-19 como un escenario que acentúa y expone las demandas ambientales, a la vez que renueva las exigencias de nuevos paradigmas relacionales (Svampa y Viale, 2020; De Sousa Santos, 2020; Klein, 2020). Este contexto de creciente de conflictividad ambiental ha comenzado a permear en las agendas mediáticas (tanto la de los medios masivos como en las redes sociales), multiplicando las producciones discursivas en torno al ambiente y la naturaleza. La pandemia del nuevo coronavirus y las restricciones de movilidad en los espacios públicos como consecuencia de ella, a la vez que aceleraron los procesos de mediatización en casi todos los aspectos de la vida cotidiana, favorecieron la emergencia de nuevos colectivos hipermediáticos (Carlón, 2019; 2021). Esta coyuntura, como mencionamos previamente, también fortaleció la centralidad de las narrativas ambientales al situar al nuevo coronavirus como resultado de las formas de producción y apropiación de los entornos naturales (Marchegiani y Nápoli, 2021).

En términos metodológicos, se propone un estudio de carácter exploratorio, interpretativo y una estrategia metodológica cualitativa con un diseño flexible. Este plan de trabajo conjuga el análisis de la semiótica de medios masivos (Verón, 1987; Steimberg, 1984) a partir del análisis de las condiciones de producción y



reconocimiento y las nociones de dispositivos, medios y lenguajes, con sus ramificaciones no antropocéntricas contemporáneas y la metodología del análisis de la circulación hipermediática que permite analizar de forma compleja la circulación entre los medios masivos y los nuevos medios (Carlón, 2020).

3. Presentación del problema de investigación

En enero del 2022 se registraron los primeros incendios forestales en Corrientes, una provincia del noreste argentino. Estos incendios afectaron durante casi dos meses más de 900 mil hectáreas, aproximadamente un 10% de la provincia. Una de las zonas más afectadas fue el área de los Esteros del Iberá, el segundo humedal más grande del mundo. Esta zona, de gran valor ecosistémico, está protegida parcialmente por parques nacionales, provinciales y reservas privadas. A medida que los incendios fueron avanzando, la problemática fue cobrando repercusión tanto en medios masivos como en las redes sociales. En un contexto de creciente preocupación frente a la incapacidad de detener el avance de los incendios y la sequía que contribuía a la expansión de los mismos, referentes y colectivos ambientales comenzaron a alertar a través de sus perfiles en Instagram y Twitter acerca de los desastres socio-ecológicos que el fuego estaba provocando. En este escenario, comenzaron a generarse diferentes tipos de colectas para ayudar a las poblaciones afectadas tanto a partir de donaciones de ropa, calzado, medicamentos y comida hasta donaciones económicas. También se organizaron colectas monetarias para contribuir con los cuerpos de bomberos y con grupos de veterinarios que viajaron a asistir a la fauna afectada. A pesar de la multiplicidad de campañas de donaciones que se gestaron, la que cobró más notoriedad mediática fue, sin dudas, la generada por Santiago Maratea, un instagrammer argentino. Esta campaña, iniciada en redes sociales, principalmente a través de Instagram, logró recaudar más de 180 millones de pesos aproximadamente (lo que equivale a 143 mil dólares al tipo de cambio oficial).

Esta no es la primera colecta a través de redes sociales que el *influencer* llevó adelante. En febrero 2021 organizó una campaña solidaria a los fines de comprar dos



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

camionetas para una comunidad wichí de la provincia de Salta. Esta primera colecta, exitosa al principio, se encontró con problemas a la hora concretar las donaciones. Integrantes de la comunidad cuestionaron a Maratea por el destino de las camionetas. Esta polémica por las formas que adopta la colecta, las causas y las formas de intervención sobre determinadas problemáticas ha sido y siguen siendo tema de debate en redes sociales y en los medios. Uno de los principales argumentos en contra del joven es que Maratea, a partir de sus intervenciones sobre asuntos públicos, fomenta la antipolítica, ocupando o intentando ocupar un rol que le corresponde a los Estados en sus diferentes niveles. Como desarrollaremos, este argumento cobró notoriedad principalmente a través de la colecta por los incendios.

Luego de esa primera colecta, Maratea continuó realizando pedidos de donaciones a sus seguidores. Seguirían las campañas para Fundación Empate, una organización que realiza actividades para chicos y chicas con síndrome de down; una colecta para la asociación Madres Víctimas de Trata; el caso Emita, una bebé de once meses con Atrofia Muscular Espinal que necesitaba un medicamento con sumamente costoso; una colecta para que atletas argentinos puedan viajar a un torneo y una colecta para las infancias trans.

Las características que adquieren las campañas son similares. El *influencer* presenta y describe el caso a su colectivo de seguidores (en la actualidad en Instagram lo siguen 3.4 millones de cuentas) y comparte links de Mercado Pago en sus historias (una plataforma de cobros online). Maratea propone montos muy bajos para incentivar a sus seguidores a donar y mostrar que para colaborar con las causas no hace falta hacer grandes desembolsos de dinero sino que cualquiera que quiera contribuir puede hacerlo. Una de las características de estas colectas es la velocidad en que se alcanzan (y en general se superan) los objetivos propuestos. Además, el *influencer* suele mostrar en sus historias actualizaciones de la cuenta de Mercado Pago donde se presentan los momentos a los que va llegando. También va mostrando a sus seguidores las



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

operaciones de transferencia y compras que realiza lo que brinda cierta sensación de transparencia sobre los destinos del dinero donado.

A pesar de las acusaciones sobre la antipolítica, un ejemplo contrastante fue el *tweet* publicado por el mismo Maratea dos días después de iniciada la colecta para Corrientes. En ese *tweet*, dirigiéndose a políticos y gobernantes, llamaba a discutir la Ley de Humedales (proyecto de ley que fue presentado en varias oportunidades perdiendo en todos los casos estado parlamentario por no haber sido tratado). Este pedido de Maratea —sumamente político— provocó respuestas negativas desde su propio colectivo de seguidores, en muchos casos detractores de la ley. Este ejemplo, permite observar cómo la colecta por los incendios organizada por el *influencer* generó un amplio debate sobre el rol de los Estados y su capacidad de acción; la solidaridad y discusiones en torno a problemáticas ambientales.

Este trabajo se realizó en el marco de la asignatura Semiótica de redes y el proyecto UBACyT *La mediatización en el entretrejado de los vínculos sociales. Cambios en la circulación del sentido a partir de la nueva mediatización de los individuos, los colectivos, los medios y las instituciones en la sociedad contemporánea* ambos dirigidos por el Dr. Mario Carlón, en la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, y el Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Referências

CARLÓN, Mario. *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. San Luis, Nueva Editorial Universitaria, 2020.

CARLÓN, Mario. *Individuos y colectivos en los nuevos estudios sobre circulación*. Montevideo, Revista Inmediaciones, 2019

CARLÓN, Mario. *Zoom y las transformaciones público/privado/íntimo durante la pandemia Covid 19*. En prensa, 2021.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

DE SOUSA SANTOS, Boaventura. La cruel pedagogía del virus. Ciudad de Buenos Aires, CLACSO, 2020

ESTENSORRO SAAVEDRA, Fernando (2007). Antecedentes para una historia del debate político en torno al medio ambiente: la primera socialización de la idea de crisis ambiental (1945 -1972). Santiago de Chile, Revista Universum, 2007.

KLEIN, NAOMI. (2020). Los años de reparación. Ciudad de Buenos Aires, CLACSO, 2020

MARCHEGANI, PIA y NÁPOLI, Andrés. Pandemia y crisis ambiental. Dos caras de la misma moneda. FARN, 2021.

MERLINSKY, Gabriela. Cartografías del conflicto ambiental en Argentina. Ciudad de Buenos Aires, CICCUS-CLACSO, 2013.

STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1984

SVAMPA, Maristella. Imágenes del fin. Narrativas de la crisis socioecológica en el Antropoceno. Ciudad de Buenos Aires, Nueva Sociedad, 2018.

SVAMPA, Maristella y VIALE, Enrique. El colapso ecológico ya llegó. Ciudad de Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2020

VERÓN, Eliseo. La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Buenos Aires, Gedisa, 1987.