



Ambiente y mediatización. La construcción de la cuestión ambiental a partir de la hipermediatización contemporánea¹

Environment and mediatization. The construction of the environmental issue based on contemporary hypermediatization

Noelia Manso

Palavras-chave: HIPERMEDIATIZACIÓN; AMBIENTE; REDES SOCIALES

La cuestión ambiental en el campo de las ciencias sociales construye un puente interdisciplinar que problematiza la crisis ecológica de manera compleja. Ante la emergencia desatada por la crisis ambiental a escala global, lo ambiental no puede reducirse a determinados ámbitos como las ciencias naturales, la economía o la demografía. Por el contrario, precisa de un abordaje interdisciplinar. En este trabajo nos referiremos puntualmente a la construcción de la cuestión ambiental a partir de la hipermediatización contemporánea.

La cuestión ambiental en el marco de las ciencias sociales emerge como un problema político y cómo asunto público (Merlinsky, 2013). A principio del nuevo milenio, las luchas ambientales y antiextractivistas en la región Latinoamericana cobraron visibilidad y notoriedad en las agendas mediáticas y políticas. Estas luchas han sido encabezadas por colectivos y grupos sociales que han comenzado a exigir un mayor compromiso ambiental en zonas urbanas, periurbanas y rurales. A su vez, desde

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS.



hace algunos años, la emergencia de nuevos colectivos ambientales de jóvenes en el ámbito urbano ha revitalizado la escena y el debate público sobre la cuestión ambiental en Argentina (Svampa, 2020; Svampa y Viale, 2020; ANONIMIZADO, 2023). Es necesario aclarar que hablamos de “la construcción de la cuestión ambiental” entendiendo que no existe un ámbito específico de problemas que puede definirse de antemano. En ese sentido, el conflicto ambiental emerge cuando los actores lo definen como tal (Merlinsky, 2022).

Asimismo, lo ambiental es también un problema de tipo discursivo. Hajer, (1995) definió como *coaliciones discursivas* a las formas de construir significados compartidos en torno a temas ambientales específicos. Estas pueden tener un impacto significativo en la manera en que se enmarcan los problemas, las soluciones propuestas y las acciones tomadas en torno a la cuestión ambiental. Los actores involucrados en estas coaliciones discursivas pueden ser desde gobiernos y organizaciones no gubernamentales hasta medios de comunicación, científicos, grupos de la sociedad civil y otros actores interesados. En ese sentido, si la cuestión ambiental es un asunto discursivo, social y políticamente problematizado que se inserta en las arenas públicas, la importancia de la mediatización no puede soslayarse.

Con relación a los conflictos ambientales, Merlinsky (2013) señala que un elemento fundamental para que los conflictos emerjan y adquieran repercusión pública es el cambio de escala en su influencia. Consideramos que es en este punto donde la cuestión de la mediatización adquiere relevancia y es un asunto a indagar en relación la construcción del conflicto ambiental en el ámbito público. En ese sentido, nos interesa problematizar sobre la importancia de la (hiper)mediatización en el proceso de construcción de la cuestión ambiental.

Los estudios sobre hipermediatización y circulación del sentido están en auge desde hace ya algunos años (Fausto Neto, 2010; Verón, 2013; Carlón, 2015; Carlón, 2020). La



consolidación de internet y el posterior surgimiento de las redes sociales han reconfigurado tanto los procesos de mediatización, como las prácticas sociales de producción, consumo y circulación de discursos. En consecuencia, las sociedades mediatizadas se han convertido en hipermediatizadas y se caracterizan por la presencia de un nuevo sistema de medios con base en internet y en redes telefónicas que convive con el tradicional sistema de medios masivos.

Uno de los aspectos fundamentales derivados de las transformaciones experimentadas en la actual sociedad hipermediatizada, es el ascenso de los sujetos en la historia de la mediatización (Carlón, 2012). A partir de este acceso, y la posibilidad de producir discursos públicos sin intermediación, las producciones discursivas de los individuos *amateurs* y colectivos se han multiplicado sin precedentes. A su vez, se han ido gestando nuevas prácticas sociales mediáticas, entre ellas, prácticas de denuncias y visibilización de conflictos de orden individual y colectivo (ANONIMIZADO, 2020a, 2020b). Sostenemos que estas nuevas prácticas discursivas de denuncias son apropiadas en clave ambiental para visibilizar conflictos socioecológicos.

A continuación, a partir de algunos casos, ejemplificaremos cómo la producción discursiva de los individuos y colectivos contribuye a la construcción del conflicto ambiental. El primero de ellos es el caso denominado “Atlanticazo”. Este fue impulsado desde la organización Mar Libre de Petroleras a raíz del proyecto y la publicación de un decreto a fines del 2021 que habilitaba la exploración petrolífera *offshore* en el Mar Argentino. Una vez conocido el decreto que autorizaba este tipo de exploración en las costas de la ciudad balnearia de Mar del Plata en la provincia de Buenos Aires, surgieron una serie de *hashtags* como #Atlanticazo, #MarArgentinoSinPetróleo #Marlibrepetroleras y #Oceanazo. A partir de una intensa campaña en redes sociales, individuos y colectivos contribuyeron con diferentes tipos de producción discursiva en dar visibilidad y expresar su rechazo en relación a la



aprobación de la exploración sísmica. Esa producción discursiva, a su vez, construyó diferentes narrativas y sentidos en torno a esta problemática.

Al mismo tiempo, el *hashtag* #Atlanticazo hacía (y hace²) referencia a las movilizaciones en el espacio público tradicional contra la instalación de petroleras extranjeras en las costas argentinas. Esta conjunción entre espacio público tradicional y espacio público digital o virtual es lo que según Castells (2012) se denomina como *espacio público híbrido* e interconectado. Este nuevo espacio se compone tanto por el espacio urbano como por el digital al que denomina espacio de autonomía y es una de las características de los movimientos sociales en red. Si bien el autor sostiene que es a través de la ocupación del espacio público que los grupos se convierten en movimientos, señala que la existencia continuada de estos (a corto, mediano o largo plazo), ocurre en el espacio virtual.

Por otro lado, en términos discursivos, el Atlanticazo o #Atlanticazo en su versión *hashtag*, logró consolidarse como sintagma de referencia tanto en las redes sociales como en los medios de comunicación masiva para dar cuenta de esta problemática ambiental en particular. Esto da cuenta de la importancia de las denominaciones de los acontecimientos en el discurso mediático ya que no solo llevan consigo una memoria discursiva, sino que también contribuyen activamente a su construcción (Calabrese, 2009).

² Luego de la primera gran movilización el 4 de enero de 2022, las manifestaciones se repiten todos los 4 de cada mes en la ciudad de Mar del Plata.



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Otro conflicto ambiental a señalar brevemente es el caso de #BastadeFalsasSoluciones. Este se remonta a julio del 2020, en el marco de la pandemia por el COVID-19³, cuando se produjo el anuncio de un posible acuerdo entre el gobierno argentino y el gobierno chino para la instalación de mega fábricas de carne de cerdo. La noticia de este proyecto, que buscaba instalar 25 plantas productoras en el norte del país, recibió un fuerte rechazo por parte de colectivos y movimientos ambientales que denunciaron las consecuencias ecológicas y sanitarias aparejadas a proyectos de tal magnitud y vincularon los impactos a nuevas pandemias. En un escenario marcado por la delicada situación sanitaria, los colectivos ambientales realizaron fuertes reclamos hacía el gobierno para detener el acuerdo. Una de las acciones de protesta fue la convocatoria a un *tuitazo* en contra de la medida. Los *tuitazos* pueden ser definidos acciones colectivas planificadas que buscan generar tendencias conversacionales o *trending topics* con el objetivo de promover debates públicos y visibilizar determinadas problemáticas tanto dentro de las propias redes sociales como fuera de ella. De hecho, cuando una tendencia alcanza los primeros lugares, tiene mayor posibilidad de ser retomada por los medios de comunicación masiva generando saltos de escalas en la mediatización y amplificando el alcance de la demanda.

En esa oportunidad, con reclamos aglutinados en el *hashtag* #BastaDeFalsasSoluciones, esta acción, realizada el 23 de julio del 2020 y promovida desde muchos colectivos y organizaciones ambientales, se convirtió en primera tendencia nacional en Twitter. La gran repercusión fue celebrada desde los colectivos ambientales convocantes. Es importante señalar la relevancia del éxito de esta acción

³ Resulta interesante señalar que una de las tendencias observadas en este periodo fue el incremento de las demandas ambientales en redes sociales (Vázquez y Cozachcow, 2020).



al considerar que los *tuitazos* sobre temáticas ambientales no suelen alcanzar las primeras tendencias.

En tal sentido, Merlinsky (2013) sostiene que los temas ambientales que llegan a la arena política (y por ende alcanzan cierto grado de legitimidad) son aquellos que pueden imponerse sobre otros temas mediante estrategias discursivas desplegadas por los actores sociales. Como señalamos, este poder ya no se vincula únicamente con la capacidad de los medios de comunicación masiva, es decir, los medios tradicionales y hegemónicos que durante tanto tiempo tuvieron la exclusividad de visibilizar determinados conflictos ambientales y contribuir a su construcción como asunto público. Sino que también, a partir de los nuevos medios de comunicación y el ascenso de los sujetos a la historia de la mediatización, las posibilidades de visibilizar y construir lo ambiental como un problema público se han expandido.

En consecuencia, la pregunta sobre cuáles son las estrategias de quienes producen y abonan a la discursividad y en definitiva, a la construcción del conflicto ambiental cobra mayor relevancia. En efecto, a partir de la mediatización de individuos y colectivos por medio de sus perfiles de redes sociales, se ha incrementado la difusión de imágenes, videos y testimonios sobre diferentes problemáticas ambientales. En definitiva, todo un abanico de registros producidos y desplegados por los individuos y colectivos con capacidad potencial de alcanzar grandes audiencias. Esto convierte a la producción de estos actores/enunciadores en una forma privilegiada en la que se construye lo ambiental como asunto público, político y mediático.

Esto no significa caer en una mirada ingenua que entienda los nuevos medios de comunicación como horizontales, es decir, un espacio público donde todos los actores/enunciadores tienen la misma capacidad de colocación y propagación de discursos. Si bien es novedosa en la historia de la mediatización la capacidad de los individuos de producir discursos públicos sin intermediación, el poder de propagación



no es el mismo en todos los casos. En ello radica la importancia acerca del estatuto de los enunciadores y las lógicas contemporáneas de circulación (Carlón, 2020). Sin embargo, los discursos colocados o producidos en algunas plataformas digitales por individuos y colectivos tienen -potencialmente- gran capacidad de propagación similar a la de enunciadores de mayor estatuto y pueden, incluso, atraer la atención de los medios de comunicación masiva.

Para concluir, en concordancia con las afirmaciones Merlinsky (2021), quien sostiene que el conflicto ambiental abre puertas a debates sobre la protección de los bienes comunes y contribuye a transformar la definición de lo público, se plantea como hipótesis para continuar este análisis, que la producción discursiva ambiental a partir de la hipermediatización contemporánea, no solo visibiliza diversos conflictos, sino que también se presenta como una instancia que habilita y posibilita debates plurales en torno al ambiente y la naturaleza.

Referências

CALABRESE, Laura. La vida cotidiana del acontecimiento: denominación y memoria en la prensa escrita. s/p, 2009.

CARLÓN, Mario. En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de *Facebook* durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

CARLÓN, Mario. Público, privado e íntimo: el caso de las chicas bondi y el conflicto entre el derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea. Edufal, 2015.

CARLÓN, Mario. Circulación del sentido y Construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. San Luis: Nueva Editorial Universitaria - UNSL, 2020



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. *A circulação além das bordas*. UNR, 2010.

HAJER, Maarten. *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*. Oxford University Press, 1995.

ANONIMIZADO, 2020a

ANONIMIZADO, 2020b

ANONIMIZADO, 2023

MERLINSKY, Gabriela. *Política, derechos y justicia ambiental. El conflicto del Riachuelo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2013.

MERLINSKY, Gabriela. *La cuestión ambiental en la agenda pública*. Buenos Aires: CICCUS-CLACSO, 2013.

MERLINSKY, Gabriela. *Toda ecología es política. Las luchas por el derecho al ambiente en busca de alternativas de mundos*. Buenos Aires: Siglo XXI editores, 2022.

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

SVAMPA, Maristella. *¿Hacia dónde van los movimientos por la justicia climática?* Buenos Aires: Nueva Sociedad, 2020.

VÁZQUEZ, Melina y Cozachcow, Alejandro. *Demandas, sujetos y repertorios de movilización juvenil durante la pandemia*. Buenos Aires: Centro de Formación y Pensamiento Génera, 2020.