

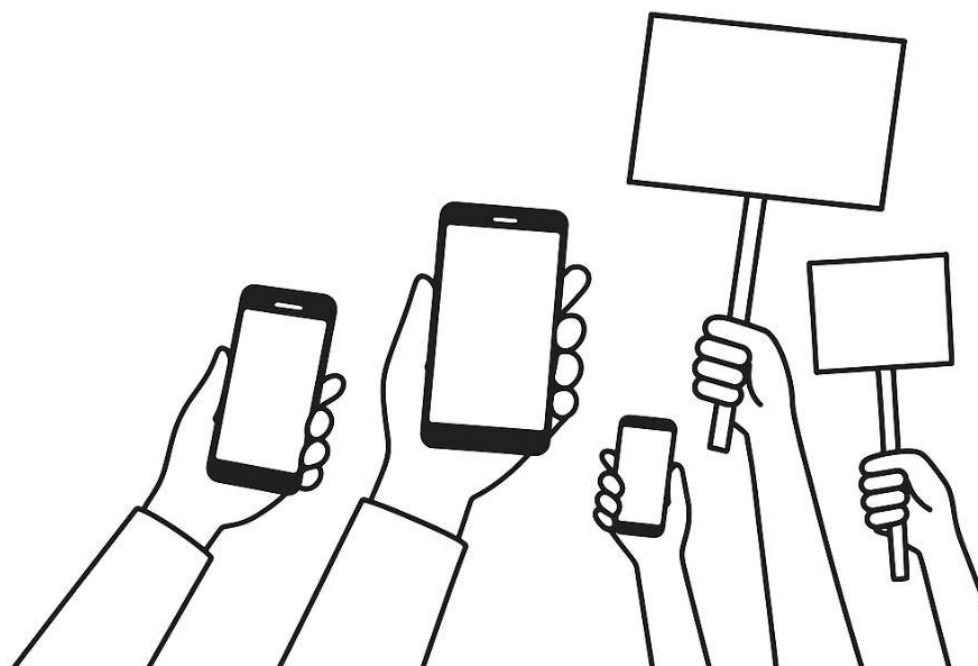
REDES SOCIALES Y ACTIVISMO

El discurso del movimiento socioambiental en Instagram en el marco de la lucha política contra el acuerdo porcino con China. Argentina 2020-2021

Tesista: Lucía Leonard

Tutora: Dra. Ma. Cecilia Reviglio

Licenciatura en Comunicación Social



Índice

Resumen.....	6
1. Introducción: El auge de las redes sociales y la mediatización de un caso paradigmático ...	7
2. El ambientalismo y el desafío de comunicar	10
3. Acerca de los movimientos sociales, las redes sociales en Internet y la articulación de visibilidades	13
3.1 Espacios de autonomía: el caso del movimiento socioambiental	13
3.2 Esfera pública, visibilidades y la construcción de un nosotros.....	17
4. El acuerdo porcino con China y el abordaje metodológico de sus discursos en redes	22
4.1 Los pormenores del acuerdo y la resistencia popular	22
4.2 Propuesta de investigación y corpus a analizar.....	23
4.3 Recapitulaciones teóricas y metodológicas para un abordaje sociosemiótico.....	26
5. Resultados	32
5.1 Aspectos técnicos y de plataforma.....	33
5.2 Configuración intermodal	37
5.3 Construcción de la problemática.....	43
5.3.1 Temas y posicionamiento enunciativo.....	43
5.3.2 Complejidad y polarización	48
5.3.3 Nivel connotativo.....	49
5.4 Tipos de publicaciones.....	51
5.5 Atributos de registro	59
5.6 Uso del nosotros y construcción del adversario.....	67
6. Acerca de la articulación de visibilidades.....	74
7. Conclusiones	76
7. Referencias.....	79
7.1 Bibliografía	79
7.2 Documentos de Internet:	82

Índice de gráficos y capturas de pantalla

Gráficos

Gráfico 1. Formatos de publicación en BFS	33
Gráfico 2. Formatos de publicación en XR	34

Capturas de pantalla

Captura 1. Publicación de @xrargentina. 26 de agosto de 2021	36
Captura 2. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 14 de agosto de 2021.....	38
Captura 3: publicación de @xrargentina. 27 de agosto de 2021	39
Captura 4. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 25 de agosto de 2021.....	40
Captura 5. Publicación de @xrargentina. 24 de agosto de 2021	41
Captura 6. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 15 de julio de 2021.....	42
Captura 7. Carrusel de @xrargentina. 16 de julio de 2020.....	53
Captura 8. Publicación de @xrargentina. 16 de julio de 2020	54
Captura 9. Publicación de @xrargentina. 1 de septiembre de 2020	55
Captura 10. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 31 de julio de 2021.....	56
Captura 11. Publicación de @xrargentina. 30 de agosto de 2021	58
Captura 12. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 4 de enero de 2021	60
Captura 13. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 7 de abril de 2021	60

Captura 14. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 3 de agosto de 2021...61

Captura 15. Fragmento de publicación de @xrargentina. 11 de septiembre de 202062

Captura 16. Fragmento de publicación de @xrargentina. 26 de agosto de 202162

Captura 17. Fragmento de publicación de @xrargentina. 30 de agosto de 202162

Captura 18. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 7 de abril de 202163

Captura 19. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 3 de agosto de 2021...64

Captura 20. Fragmento de publicación de @xrargentina. 26 de agosto de 202064

Captura 21. Fragmento de publicación de @bastadefalssasoluciones. 3 de agosto de 2021...65

Captura 22. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 20 de agosto de 2021.66

Captura 23. Fragmento de publicación de @xrargentina. 26 de agosto de 202066

Captura 24. Fragmento de publicación de @xrargentina. 30 de agosto de 202166

Resumen

El activismo político actual, como tantas otras esferas de nuestra vida en sociedad, se halla fuertemente marcado por la producción y circulación de sentido en redes sociales en Internet. Todo estudio que se proponga la comprensión de la participación política de movimientos sociales en la esfera pública contemporánea, debe necesariamente referir a estas nuevas formas de construcción de sentido en el activismo digital.

Este trabajo abordó el caso de lucha política en escenarios digitales contra la aprobación del acuerdo porcino con China durante los años 2020 y 2021 en Argentina. Por medio del análisis discursivo de enunciados multimodales en las publicaciones de Instagram de dos cuentas representativas del movimiento socioambiental, se buscaron regularidades que permitieran caracterizar el discurso de dicho movimiento en redes sociales en Internet.

Como resultado, el análisis reveló una serie de aspectos que distinguen a estos enunciados: una marcada heterogeneidad en el uso recursos que operan de forma complementaria; una construcción discursiva de la problemática que se estructura en torno a cuatro ejes fundamentales marcados por la polarización y la apelación a la complejidad; la materialización de cuatro objetivos comunicacionales principales: informar, visibilizar, denunciar y convocar; un registro lingüístico que replica el discurso político del activismo en la calle, y, finalmente, la construcción de un *nosotros* que interpela y convoca a sus destinatarios y que configura a un adversario con el cual antagoniza.

1. Introducción: El auge de las redes sociales y la mediatización de un caso paradigmático

En su libro *Fragmentos de un tejido*, Eliseo Verón (2004) distingue dos períodos diferentes (y postula un posible tercer período) en el proceso de adopción de las tecnologías de comunicación por parte de las sociedades industriales: el de las “sociedades mediáticas”, propias del siglo XIX, caracterizadas por la instalación progresiva de los medios de masas y marcadas principalmente por el auge de la prensa gráfica; y un segundo período, el de las “sociedades industriales mediatizadas” que emergen, sobre todo, a partir de la Segunda Guerra Mundial. En estas últimas, “las prácticas institucionales de una sociedad mediática se transforman en profundidad *porque existen los medios*” y éstos “se transforman en los mediadores insoslayables de la gestión de lo social” (p. 223-224), tarea que llevan a cabo con una autonomía cada vez mayor respecto de las instituciones políticas, instancias mediadoras predilectas a lo largo de estos dos primeros períodos.

Actualmente y en el marco de una sociedad ya completamente atravesada por la acción de los medios de comunicación de masas, en donde es imposible negar su “naturaleza ambiental y constructiva” (Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani, 2016, p. 2), podemos preguntarnos si acaso el amplio desarrollo y auge de las redes sociales en Internet no supone la profundización del proceso de autonomización de los medios respecto de las instituciones políticas a la hora de cumplir esa “función de mediación entre los colectivos que definen las identidades sociales y su entorno”; y si, por lo tanto, no introducen lo que Verón define como un nuevo período “más allá de la mediatización, tal como la conocimos hasta ahora” (Verón, 2004, p.225).

DataReportal, una plataforma de análisis de datos y tendencias digitales, reveló en su informe anual “Digital 2025: Argentina”, que, para enero de ese año, de los 41.2 millones de usuarios de Internet en nuestro país, el 78,1 por ciento utilizó al menos una plataforma de redes sociales. Esto equivale a un total de 32.2 millones de cuentas de usuario activas. Si consideramos a la población mayor de 18 años, el porcentaje se incrementa al 85,5 por ciento. Entre las redes con mayor número de usuarios nos topamos con Facebook, con un total de 29.1 millones de usuarios en nuestro país y, muy cerca, Instagram, con 28.9 millones de usuarios.

Es posible afirmar que esta masividad en el uso de redes sociales en Internet dentro del actual ecosistema mediático ha introducido en el proceso de mediatización, con novedades y continuidades respecto de otras gramaticalidades, sus lógicas propias y ha pasado a configurar nuestro devenir como sociedad en modos que, debido a su complejidad y actualidad, recién estamos empezando a comprender. La continua renovación de medios de comunicación y plataformas digitales “transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción” (Thompson, 1998, p. 17). Se trata de un nuevo tipo de mediatización que, como afirma Sandra Valdetaro (2012), “produjo un salto cualitativo en la instancia de la circulación de la comunicación” (p. 160), que sostiene un vínculo de interdependencia con la construcción del lazo social y que se caracteriza por la “instantaneidad y la celeridad de los contactos que potencia” (p. 160) y por su “efecto globalizador” (p. 160).

Por todo lo dicho, las redes sociales en Internet parecen constituir, hoy, un escenario privilegiado y necesario para el estudio de la producción y circulación social de sentido, y habilitan reflexiones acerca de cómo impactan los efectos de su uso en ámbitos sociales tan diversos como los vinculados, por ejemplo, al entretenimiento, la educación, la información o, lo que aquí nos compete, el activismo político.

Este trabajo se propone estudiar los discursos que circularon en dos cuentas de la plataforma Instagram, vinculadas al movimiento socioambiental en Argentina, en torno a la lucha política contra el acuerdo porcino con China. El principio de este acuerdo, anunciado por el gobierno de turno en julio del año 2020, consistía en la instalación de numerosas fábricas productoras de cerdos en distintos puntos de nuestro país para abastecer a la población china. Debido a los costos ambientales y sociales que suponía, el proyecto recibió el repudio inmediato de una parte de la ciudadanía que, rápidamente, se transformó en un movimiento de protesta cuya repercusión contribuyó a que se cancelara a nivel nacional.

Si se retoman los conceptos de John Thompson (1998), en articulación con las ideas propuestas por Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2016), veremos que el movimiento en cuestión tuvo, como característica, la articulación entre la visibilidad de las manifestaciones de protesta que el acuerdo suscitó en las calles de diversas ciudades del país y la visibilidad de sus discursos en redes sociales. Hablamos de un movimiento que llegó a consolidar lo que Manuel Castells (2011) entiende como “espacio de autonomía”, ese espacio público híbrido conformado por la interacción entre los flujos de las redes en Internet y la ocupación de los espacios físicos.

Se buscará, en primer lugar y para indagar acerca de dicha articulación, introducirse en el debate sobre la relación entre los movimientos sociales, las nuevas mediatizaciones y las actuales formas de lo público. Luego, se pasará a describir y analizar distintos aspectos de la construcción discursiva multimodal de las publicaciones de Instagram seleccionadas, con el objetivo de inferir regularidades que caractericen el discurso del movimiento socioambiental en dicha red social.

2. El ambientalismo y el desafío de comunicar

Hace alrededor de cuarenta años, en los inicios del movimiento climático, el ambientalismo parecía tener enfrente una tarea relativamente sencilla: convencer a la mayor cantidad de gente posible, a base de datos y evidencia científica, de que el cambio climático ya estaba ocurriendo y de que las consecuencias podrían ser graves e irreversibles. Ante el grado de urgencia que el asunto reclamaba, se esperaba que bastara con presentar la información y esperar que la evidencia por sí sola colmara la opinión pública y condujera a los Estados, empresas y organizaciones hacia las transformaciones económicas, sociales y culturales necesarias para revertir el proceso.

Pero hoy, no sólo la evidencia científica está y es suficiente, sino que da cuenta de que ya estamos transitando, con efectos visibles que confirman la certeza de las predicciones pasadas, lo que algunos denominan colapso: un punto de no retorno para el planeta y nuestra civilización tal como los conocemos. Y, sin embargo, la gran diversidad de asuntos que engloba la problemática en cuestión, en nuestro país y en el mundo, continúa ocupando un lugar muy relegado no sólo en la agenda de los gobiernos de turno, instituciones, empresas y medios de comunicación hegemónicos, sino también en la opinión pública, en las conversaciones que generamos diariamente.

Actualmente en nuestro país, el negacionismo climático ha ganado terreno de la mano de una conducción política que no sólo subestima los efectos de la crisis climática, sino que sistemáticamente sostiene y profundiza el modelo productivo que está a la base del mismo y que impera en nuestro país desde hace siglos: el extractivismo, basado en la explotación de los recursos naturales de nuestro territorio a cargo, fundamentalmente, de grandes empresas transnacionales, con el amparo del sector político y judicial, que deja como saldo la contaminación del suelo, el aire y el agua, la destrucción de los ecosistemas y la vulneración de los derechos de las comunidades que los habitan.

Se reedita, entonces, la pregunta por el qué hacer, y en ese qué hacer, la construcción de los discursos que comunican los numerosos aspectos del problema, representa uno de los desafíos más grandes a los que se enfrenta actualmente el movimiento socioambiental en general, y en nuestro país en particular, y un rol clave a la hora de motivar la acción climática.

En el libro *Clima*, un proyecto interdisciplinario realizado por *El Gato y La Caja* que inspiró esta tesina, Tamara Ulla (2022) afirma: “El reto de hoy pareciera rondar alrededor de las narrativas. En el contexto del cambio climático, la forma de contar la historia tiene un papel decisivo. Más allá del qué, el cómo; los personajes, las historias y su hilo conductor” (p.95).

Como sostiene el equipo editorial en la presentación del libro, lo que tenemos por delante como sociedad es un trabajo de diseño (entendido como “herramienta para transformar el mundo”), si queremos llevar a cabo la urgente transición ecosocial que necesitamos para habitar de la mejor manera posible el colapso. Este desafío de diseño, “el más grande de todos los tiempos”, supone un proyecto que debe ser construido, pero también “narrado” (comunicado, podríamos corregir): “Porque la otra gran forma de diseñar es construir sentido. Enmarcar, recortar, presentar, visualizar ideas, historias, memes, de manera que estimulen sensibilidades y cambien la forma en la que alguien entiende el mundo” (p. 12).

En medio de “la realidad cínica y recelosa del siglo XXI, donde los absolutos se desvanecieron y las opiniones, cualesquiera ellas sean, se empezaron a validar a base de *likes*”, (Ulla, 2022, p. 95), el mayor problema ha dejado de ser la falta de información. El letargo que seguimos habitando la mayoría de las personas, la negación y la indolencia a las que nos somete la inercia de la vida cotidiana (y que paradójicamente tienen por causa, entre varias otras, a la sobreinformación como rasgo de época) pareciera ser hoy el principal escollo a sortear por parte de quienes buscan en el involucramiento de la ciudadanía, un paso fundamental para el cambio deseado. El desafío discursivo del ambientalismo ya no es convencer, sino “hacer hacer”, es decir, inducir formas de inspirar y forzar la voluntad política.

A través de diferentes medios y con estrategias diversas, el ambientalismo ha asumido ese desafío e intentado reproducir “voces [que] han buscado –y logrado– alzarse proponiendo soluciones y alternativas concretas” (Ulla, 2022, p. 97), con discursos que buscan evitar los fatalismos, inspirar diversos tipos de acciones de cambio y construir otras realidades posibles. Algunas de esas voces, como tantas otras, se hacen oír, hoy, en las redes sociales en Internet, consiguen propagarse viralmente en la virtualidad y alcanzan cada vez mayor publicidad. Voces que han podido apropiarse, también, de los espacios físicos que se convierten en escenarios materiales de las luchas políticas, y conformar movimientos sociales como aquel que, en pleno contexto de pandemia, se opuso, en nuestro país, al acuerdo porcino con China. ¿Qué características tuvieron los discursos que sustentaron dicho movimiento? ¿Cómo se configuraron? ¿Cómo aparece en ellos la realidad de la lucha política? Dejamos estas preguntas

para más adelante. Primero, vamos a hablar un poco más sobre la relación entre los movimientos sociales y las redes, y de éstas, con el espacio público, material y concreto de la lucha política.

3. Acerca de los movimientos sociales, las redes sociales en Internet y la articulación de visibilidades

3.1 Espacios de autonomía: el caso del movimiento socioambiental

En su libro *Redes de indignación y esperanza*, Manuel Castells (2011) indaga en la ineludible relación entre los movimientos sociales del siglo XXI y las redes sociales en Internet (cabe destacar que, para entonces, el uso de éstas no estaba tan difundido en la población como lo está actualmente). Para empezar, y haciendo uso de la idea foucaultiana según la cual donde hay poder hay resistencia, define a estos movimientos (y a todos los movimientos sociales) como manifestaciones del contrapoder, que entiende como “la capacidad de los actores sociales para desafiar al poder incorporado a las instituciones de la sociedad con el objetivo de reclamar la representación de sus propios valores e intereses” (p. 22).

Como muy pocos sistemas institucionales pueden perdurar basándose únicamente en la coacción, el autor sostiene que, en esa interacción constante entre poder y contrapoder, la lucha por éste es fundamentalmente “una batalla por la construcción de significados en las mentes [y que] para la sociedad en sentido amplio, la principal fuente de producción social de significado es el proceso de comunicación socializada” (Castells, 2011, p. 23), aquella que se da en el espacio público, aparte de la comunicación interpersonal. Ahora bien, ¿qué entendemos por espacio público?

En relación a su teorización sobre la actividad de los movimientos sociales en red, Castells define al ámbito de lo público como un “espacio de autonomía”, es decir, un híbrido que “se hace siempre mediante interacciones entre el ámbito de los flujos de Internet y las redes de comunicación inalámbricas, y el espacio de los lugares ocupados y de los edificios simbólicos objetivo de las acciones de protesta” (pp. 212, 213). Tal es así que muchos movimientos sociales, actualmente, no sólo se apoyan o nacen en el activismo en el espacio virtual, sino que llegan a conformar “un nuevo espacio público político habilitado por el *continuum* entre los cuerpos-reales y los cuerpos-virtuales” (Valdettaro, 2012, p. 170), de

manera tal que resulta difícil, al interior de un movimiento social, concebir uno sin el otro y la acción de separarlos se vuelve meramente un ejercicio analítico.

Siguiendo con Castells, el elemento virtual de los procesos de producción simbólica a través de los cuales los movimientos sociales se relacionan con la sociedad en general (p. 27), está determinado por las características de las redes de comunicación multimedia: “Aunque la mente de cada individuo construya su propio significado al interpretar a su manera los materiales recibidos, este proceso mental está condicionado por el entorno de las comunicaciones” (p. 24). Dicho entorno está dado, precisamente, por las redes de Internet y las plataformas de comunicación inalámbricas. Por otro lado, las transformaciones en el entorno de las comunicaciones afectan también a la producción de las relaciones de poder.

Como resultado, tenemos, por un lado, lo que el autor llama “procesos de comunicación autónoma” o “autocomunicación de masas”, basada en redes horizontales de comunicación interactiva que, en gran medida, los gobiernos y las empresas tienen dificultad para controlar y que determinan, a su vez, las características organizativas del propio movimiento social: cuanto más interactiva la comunicación, más horizontal y participativo es el movimiento (p. 24). Y, por otro lado, tenemos un contrapoder que “se activa por la reprogramación de redes en torno a intereses y valores alternativos o mediante la interrupción de las conexiones dominantes y la conexión de redes de resistencia y cambio social” (p. 26).

El otro elemento de los procesos de producción simbólica que, según el autor, hacen a la creación del espacio de autonomía, es el de las comunidades libres en el espacio urbano:

Como el espacio público institucional —el espacio designado constitucionalmente para la deliberación— está ocupado por los intereses de las élites dominantes y sus redes, los movimientos sociales tienen que labrarse un nuevo espacio público que no se limite a Internet, sino que se haga visible en los lugares donde se desarrolla la vida social. Por eso ocupan el espacio urbano y edificios simbólicos (Castells, 2011, p. 27).

La articulación entre ambos elementos de los procesos de producción simbólica, entre el ciberespacio y el espacio urbano, es una articulación interactiva que encuentra en ella el origen de la potencia del movimiento y sus manifestaciones, de su fuerza en aumento en un contexto social determinado. En los últimos años, el incremento en la escala de las comunicaciones, en especial de las redes de comunicación inalámbricas, y el desarrollo e

intensificación en el uso de plataformas de redes sociales como Instagram o Facebook a nivel mundial, no ha hecho más que reforzar la evidencia de esa relación recíproca e interdependiente entre el espacio digital y el mundo material en el devenir de los movimientos sociales.

El movimiento socioambiental en nuestro país, para el cual el activismo en redes es y ha sido parte fundamental de su praxis política, incluso, determinante de la misma, constituye un ejemplo de movimiento social en red en los términos en que los entiende Manuel Castells. Se trata de un movimiento heterogéneo, en forma y contenido, cuya cronología no puede dar cuenta de un hito único a partir del cual identificar su origen. Y es que se ha compuesto, a lo largo de su historia, de una larga lista de luchas que han llevado adelante colectivos diversos y relativamente autónomos unos de otros: asambleas, organizaciones, multisectoriales, partidos políticos, medios de comunicación alternativos y otras tantas redes de personas que portaron y portan reivindicaciones que, a simple vista, parecen muy diferentes entre sí pero que, como explica Darío Aranda (2015), forman parte de una sola gran lucha de fondo: “una lucha que, de manera literal, es por la vida” (p. 28).

Entre estas reivindicaciones, comunes y diferenciadas a la vez, podemos destacar las que surgen de las diferentes disputas ocasionadas por la profundización del ya mencionado extractivismo, el modelo productivo, social, económico, político y cultural sobre el que se ha erigido la sociedad en nuestro país y gran parte de Latinoamérica. Conocido por el conjunto de prácticas que tienen por fin la extracción y explotación de recursos naturales para su mercantilización (agronegocio, ganadería a gran escala, megaminería, fracking, explotación forestal, entre las principales), este modelo, lejos de constituir el pregonado camino al desarrollo, ha dado lugar a un amplio conjunto de problemáticas vinculadas a la contaminación, la vejación de los derechos territoriales de los pueblos originarios, la represión, las afectaciones a la salud de las comunidades, la contribución a los fenómenos climáticos extremos y la destrucción de biodiversidad, entre otras.

A la hora de dar cuenta de acontecimientos y construir discursos ligados a estas problemáticas, que en muchas ocasiones y por diversos motivos no logran trascender su entorno inmediato y llegar a la agenda de los medios de comunicación masivos, las redes sociales han significado una valiosa herramienta para los actores involucrados, tanto para la tarea de difusión como de construcción de pensamiento crítico. De alguna manera, el uso de redes en Internet les ha permitido sortear el cerco mediático (o, mejor, ignorarlo y aprovechar

estos nuevos canales) y alcanzar tanto el dominio público como el de las conversaciones diarias de la comunicación interpersonal.

Al respecto, son pertinentes las consideraciones de John Thompson (1998), previas a la aparición de las redes sociales, sobre la gestión de la visibilidad por parte del poder político. Según el autor, éste ha intentado administrar, a lo largo de la historia, la manera en que se muestra al público de acuerdo a las posibilidades y limitaciones que ha ido introduciendo el desarrollo evolutivo de los medios de comunicación. Ciertas características que presentan actualmente las redes sociales en Internet y las tecnologías asociadas (concentración de un puñado de empresas, uso masivo a escala mundial e instantaneidad de los intercambios, entre las principales) han profundizado el modo en que la gestión de la visibilidad escapa al control de las diferentes formas de poder político, como resultado de lo que Thompson llamó “el doble filo de la visibilidad mediática” (1998, p. 195).

Como contracara y resultado de los mismos factores y más allá de las diferentes formas de censura, del sesgo que imponen los algoritmos y la saturación generada por la sobreinformación, es innegable el grado de empoderamiento al que tienen acceso algunas personas, en condiciones favorables a la propagación de determinados contenidos, a la hora de dar cuenta de los vicios y excesos de cualquier forma de poder: acciones de represión, desalojos y usurpaciones en territorios, delitos ambientales como derrames, deforestación o contaminación, son contenido potencialmente propagable de forma masiva en las principales redes sociales en Internet garantizadas sobre todo por el uso del celular.

Ello se vincula, también, con la idea de “acción respuesta en contextos distantes” que formula este mismo autor:

En la medida en que el desarrollo de los medios de comunicación crea nuevas formas de actuar para los otros en la distancia, así también dan pie a que nuevas formas de «acción respuesta» tengan lugar en regiones alejadas de los contextos de producción. (Thompson, 1998, p. 147)

Las redes sociales vienen a potenciar estas acciones de respuesta debido, fundamentalmente, a la velocidad que ha alcanzado la circulación de los contenidos, gracias al desarrollo de las tecnologías y a la generalización del uso de un puñado de estas redes a través del celular.

Ahora bien, además del activismo virtual, el movimiento socioambiental suma, regularmente, el activismo en el espacio público, en el cual cobran enorme relevancia las manifestaciones de acción directa. En el marco de una entrevista para *Cervus Blog*, Flavia Broffoni (2023) explica que la acción directa supone “una metodología [cuya] táctica principal es la desobediencia civil”; una serie de expresiones posibles como el *artivismo* o intervenciones como huelgas, marchas, concentraciones, pintadas en espacios “donde el poder no espera ser retado” (edificios públicos o corporativos, muestras de arte, eventos masivos como la “Expoagro”, entre otros ejemplos).

Se trata de instancias de disrupción que tienen por objetivo constituir “movimientos masivos que conformen lo que se necesita para empujar al poder a construir cambios paradigmáticos”; son “directas” porque suponen acciones sin intermediarios. “La acción directa cumple un rol pedagógico y de denuncia pública, y lo que busca no es, mediante la acción en sí misma, exclusivamente construir el cambio, sino inspirar.” Broffoni es activista, politóloga, especialista en relaciones internacionales, política ambiental y co-fundadora de Rebelión o Extinción Argentina, uno de los grupos que protagonizaron las protestas y el activismo virtual contra el acuerdo porcino con China, cuyos discursos en redes serán objeto de análisis en este trabajo.

3.2 Esfera pública, visibilidades y la construcción de un nosotros.

El movimiento socioambiental, decíamos, ha sabido valerse de los recursos que proveen las redes sociales en Internet, fundamentalmente Instagram en los últimos años, para construir y hacer públicos ciertos discursos sobre las problemáticas que les competen. Y, en ocasiones, en determinados momentos de su devenir, esos discursos han logrado articularse con acciones concomitantes en el espacio urbano, conformando lo que Castells llama un “espacio de autonomía”, un nuevo espacio público. En la búsqueda por profundizar en la conceptualización de ese espacio público y en la articulación entre mundo virtual y mundo material, recurriremos, en primer lugar, a la ya citada obra de John Thompson (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Sus aportes sobre las transformaciones en la

naturaleza de la visibilidad, propiciada por el desarrollo de los medios de comunicación y su relación con las consideraciones sobre las nuevas formas de lo público, resultan valiosos para nuestro análisis. En segundo lugar, pero articuladamente, tomaremos y discutiremos algunas ideas expresadas por Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2016) quienes retoman, entre otras fuentes, el trabajo de Thompson.

Algunas de las ideas propuestas por Thompson (1998) pueden considerarse aportes en la búsqueda por superar la concepción clásica de esfera pública que se heredó de los análisis de Jürgen Habermas. Según el primero, en sus reflexiones sobre el origen y las transformaciones de la esfera pública burguesa, Habermas sostiene una idea de ésta que “lleva la huella de la concepción griega clásica de la vida pública” (1998, p. 175). Es decir, una concepción esencialmente dialógica y espacial de la esfera pública como “co-presencia”, vinculada a la idea de compartir un espacio/tiempo común en donde los individuos dialogan de forma racional sobre los asuntos que les competen en tanto sujetos políticos. Según Thompson, Habermas ignora y/o interpreta erróneamente las transformaciones que introduce el desarrollo de los medios de comunicación en la configuración de la esfera pública, desde la imprenta a la televisión (medio protagonista en los años en que Thompson escribe).

Valiéndose de una de las posibles acepciones de la dicotomía público-privado (ligada a la visibilidad y la invisibilidad, respectivamente), Thompson (1998) va a adjudicar un rol fundamental al desarrollo de los medios en la conformación de una esfera pública que incorpora formas de visibilidad distintas a la tradicional de la co-presencia: la visibilidad mediática. Estaríamos ante un espacio público que “cabe describir como el *espacio de lo visible*: un espacio no-localizado, no-dialógico, indeterminado, en el que las formas simbólicas mediáticas pueden expresarse y recibirse como pluralidad de otros no presenciales” (p. 316). Vemos así que se libera al concepto de esfera pública (y de esfera privada) de la exclusividad de las connotaciones vinculadas al espacio físico y se incluyen espacios del orden de lo simbólico, como los territorios informativos o virtuales.

Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2016) se basan en Thompson, entre otros autores, para dar cuenta de la necesidad de incluir en los análisis actuales sobre las nuevas formas de lo público, el estudio del funcionamiento de las redes sociales en Internet. En ellas, afirman, se inaugura un nuevo modo de visibilidad caracterizado como “un espacio de exposición y circulación de los discursos individuales que pareciera no tener parangón” (p. 3) y donde surgen las opiniones individuales sin mediación directa de las dos instancias que

propone Thompson (1998), la “visibilidad situada de la co-presencia” y la “visibilidad mediática” (la de los medios de comunicación masivos).

Ahora bien, en su investigación sobre Facebook, sostienen la importancia de distinguir aquello que se hace público de la constitución de una esfera pública. Y afirman, en primer lugar:

No todo lo publicado construye esfera pública. Creemos, incluso, que las opiniones individuales puestas en circulación a través de Facebook construyen esfera pública sólo si logran cristalizarse en la constitución de un público que adquiere alguna de las dos visibilidades trabajadas por Thompson (2011) (visibilidad situada de la co-presencia o visibilidad mediática). (p. 4)

Es decir, no sería posible que determinados discursos alcancen el dominio de la esfera pública simplemente en virtud de su visibilidad en las redes. Sin embargo, actualmente, es innegable que, en la consolidación de la opinión pública en torno a temas propios de los movimientos sociales, existe un componente que sin dudas se construye a través de la producción y circulación de sentido en redes sociales.

Más aún, es tal la pregnancia de estas nuevas mediatizaciones en nuestra vida en sociedad, que sería oportuno preguntarse si acaso no deberíamos invertir los términos de la afirmación: actualmente, para que determinados fenómenos lleguen a ocupar lo que conocemos por esfera pública, deben ser necesariamente recuperados, reconstruidos y distribuidos en las redes sociales en Internet.

Al respecto y en el marco de su teorización sobre lo que llama “esfera pública virtual” y de la relación entre ésta y las luchas políticas, Mariano Vazquez (2015) sostiene: “La visibilidad mediática puede ser vista como la condición de posibilidad de un terreno fértil para participar en las luchas que se llevan a cabo en la vida cotidiana” (p. 226). Según este autor, en la década de los años ‘90, en nuestro país, se consolida lo que llama videopolítica, “el lugar por excelencia de la política, donde lo público, para existir, debe pasar por los medios”. Ahora, con la llegada de las redes en Internet, éste “emerge como la arena de lucha política y social que habilita múltiples discursos sobre lo público” (p. 229).

Raimondo Anselmino et al (2016), a través de otros autores como el propio Vázquez (2013), Grillo (2006) y Rusconi (2006), sostienen una concepción de esfera pública ligada a lo político y a la participación política, y una idea de la política vinculada al conflicto y la confrontación. Pero se preguntan, respecto de Facebook: “¿Puede considerarse un espacio de deliberación, o es simplemente un espacio de expresión de discursos individuales? ¿Se dirimen controversias, se gestiona el conflicto o es meramente un ámbito donde se ejerce algo del orden de la catarsis?”. Si el disenso es estructurante de la esfera pública y los discursos que circulan en redes sociales en Internet “parecen más próximas a un coro de voces disonantes sobre temas diversos que se van superponiendo unos con otros” (Raimondo Anselmino et al, 2016, p. 11) que un medio para la deliberación en miras al bien común, queda preguntarnos cómo es, entonces, que se gestiona allí el conflicto.

Creemos que no es posible identificarlo si permanecemos a nivel de las acciones individuales de la gran mayoría de los usuarios de estas plataformas. Desde esta óptica nos encontramos con “modos de intervención fundados en los egos [incluso en los asuntos de orden público] que se expresa en esta tendencia creciente al monólogo, a las discusiones inoperantes y sin posibilidad de continuidad” y con “la poca consideración sobre la presencia y la mirada del otro” (Raimondo Anselmino et al, 2016, p. 11-12). Pero si pudiéramos pararnos a nivel de lo colectivo, de lo que se conoce como tendencias, o de los intercambios entre cuentas manejadas por líderes de opinión, organizaciones sociales, *influencers* o personalidades frecuentemente referenciadas, quizás sí identificaríamos ciertas dinámicas de gestión del conflicto, de diálogo y de discusión, que logran transformarse en discursos coherentes y en fuerzas de opinión capaces de movilizar otras opiniones (p. 11).

Se sugiere, entonces, la posibilidad de pensar que redes sociales en Internet como Instagram ya no serían sólo y siempre “una caja de resonancia de discursos ya constituidos e instituidos, un espacio que permite la amplificación y la modulación de determinadas ideas que ya se encuentran circulando en diferentes ámbitos de la sociedad” (p.12), sino que en ciertos casos pueden devenir en “contextos de la vida social” (Fernández, 2021, p. 58) con producción de fenómenos simbólicos propios. Es el caso, por ejemplo, de los memes, piezas culturales que surgen, se transforman y circulan en el entorno digital; de la conformación de comunidades digitales efímeras: grupos que se organizan temporalmente en torno a una causa o evento puntual; o del *troleo* y las *flame wars*: dinámicas de confrontación discursiva típicas del espacio virtual.

Este contenido, propio de la virtualidad, sería a veces complementario y, en ocasiones, incluso opuesto a otros discursos generados en contextos de copresencia y de los medios de comunicación masivos (radio, televisión). En cualquier caso, evidencia hasta qué punto la producción, circulación e intercambio simbólicos en las redes sociales aportan a la configuración de una esfera pública que debe pensarse, ya definitivamente, como múltiple y móvil, incluso al interior de los entornos digitales.

En el marco de los movimientos sociales, los casos de acciones de protesta que han conseguido resultados políticos favorables a sus reclamos, han dado cuenta de la importancia de la articulación entre el activismo en el espacio público y aquel generado en el entorno virtual de las redes sociales, para la completa conformación de un *nosotros*, de ese espacio de autonomía del que habla Castells (2011), de esa nueva “territorialidad” fruto de la “amalgama flexible de los espacios *online/offline*” (Vazquez, 2015, p. 227). El movimiento socioambiental supo nutrirse de la materialidad de la ocupación de las calles, de las marchas y manifestaciones de acción directa y, a la vez, comprendió que la preeminencia de las redes sociales en la sociedad es tal, que su presencia en la espacialidad trazada por estas nuevas formas de mediatización constituye un componente central en su actividad política.

Como caso particular de discursos que han logrado la articulación entre su visibilidad en redes sociales y la visibilidad de manifestaciones en contextos de co-presencia, serán analizados, en este trabajo, aquellos que han circulado en cuentas de Instagram en torno a la problemática del acuerdo porcino con China.

4. El acuerdo porcino con China y el abordaje metodológico de sus discursos en redes

4.1 Los pormenores del acuerdo y la resistencia popular

En julio del año 2020 (en pleno contexto de pandemia), se hizo público el principio del acuerdo porcino entre nuestro país y el gigante asiático. El mismo establecía que, con la instalación de doscientas megafactorías en asociación con capitales chinos en distintos puntos del país, la Argentina pasaría a convertirse en productora de cerdos para el consumo de la población china; incrementaría la producción, que hasta entonces era de setecientas mil toneladas anuales, a nueve millones en un plazo de ocho años. Ante un modelo de producción que supone todo tipo de vejaciones para la salud y el ambiente (contaminación, hacinamiento de cientos de animales y la exposición a un nuevo riesgo pandémico por la propagación de enfermedades, entre las principales), la resistencia por parte de un sector de la ciudadanía fue automática: como cuenta Nahuel Lag (2020) para Agencia de Noticias Tierra Viva, el hecho dio lugar, entre otras manifestaciones, a “numerosas charlas virtuales que cruzaron a científicos con funcionarios, representantes de productores porcinos y de multinacionales farmacéuticas con especialistas de la salud, la alimentación, la biología y militantes socioambientales”.

En simultáneo con las repercusiones en la virtualidad, la resistencia saltó el aislamiento, llegó a las calles en la jornada del “25A” (en referencia al 25 agosto de 2020) y derivó en la creación de la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones, que exigió al gobierno nacional “que declare la emergencia socioambiental y no negocie memorándums a espaldas de la sociedad” (Lag, 2020).

Como lo evidencia con claridad la creación de esta coordinadora, es posible pensar la emergencia del acuerdo en los términos en que Valdetaro (2012) explica el punto de inflexión que da lugar a las rebeliones y a la constitución de una masa que deviene política: como esa “afección instantánea”, ese “fuego” que “actúa por fusión” y que opera en la constitución de un nosotros, de una “comunidad” (pp. 158/159) y como “el hecho dramático [que] desborda la indignación contenida por el temor” (Castells, 2011 en Valdetaro, 2012, p. 166). Para el caso

que nos compete, en lugar de “temor” podríamos hablar de “indolencia”, “letargo”, estados que parecen dominar el humor de nuestra época en relación a la crisis climática.

Si bien en el campo de las ciencias sociales no es posible establecer una causa concreta y única para los fenómenos que se estudian, dado que suelen ser multicausales, dentro del movimiento y en medios de comunicación afines existe el consenso de que fue gracias a la movilización en las calles y en las redes sociales en Internet, que el acuerdo quedó suspendido. Se trata de un caso en el que se evidencia la conformación de un espacio de autonomía, tal como lo entiende Manuel Castells (2011), y una clara articulación de visibilidades en términos de Thompson (1998): la visibilidad de un espacio simbólico como es el de las nuevas plataformas, y de la copresencia: de las calles, de la realidad material. Dicha particularidad (que, claro está, responde a numerosos factores socioeconómicos, culturales y políticos que exceden largamente las intenciones de este trabajo) hace a la justificación de la elección del caso.

4.2 Propuesta de investigación y corpus a analizar

Para comprender dicha articulación —entre visibilidad de la copresencia y visibilidad a través de redes—, necesitamos indagar, en primer lugar, en las formas que adquiere la gestión de la visibilidad de esos discursos en la red social de este movimiento. Retomando a Steimberg y Traversa (1997), Raimondo Anselmino, et al. (2016) afirman que “la visibilidad es construida a partir de procesos discursivos” (p. 3). Este trabajo se pregunta, precisamente, por las características de los posts que circularon en torno a la problemática del acuerdo porcino con China desde agosto del año 2020 a septiembre de 2021, en las cuentas de la plataforma Instagram seleccionadas para el estudio del caso. Busca constituir, precisamente, un aporte al análisis discursivo del activismo del movimiento socioambiental en redes sociales y un aporte a la comprensión de los modos de inscripción de la lucha política en la multimodalidad de los discursos que habilitan plataformas como Instagram.

Las cuentas a partir de las cuales se construyó el corpus, que consta de un total de 49 posts, son las correspondientes a la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones (en adelante, @bastadefalsassoluciones, Coordinadora o BFS) y la de la agrupación Extinción o Rebelión Argentina (en adelante, @xrargentina, XR o XR Argentina). La coordinadora reúne, actualmente, a colectivos, organizaciones sociales y ambientales, agrupaciones antiespecistas y partidos de izquierda que trabajan a lo largo y ancho del país con las diversas problemáticas derivadas del modelo extractivista, y que se unieron a partir de las convocatorias de acción plurinacional del 25A contra el acuerdo porcino y 25S por la Sexta Huelga Mundial por el Clima.

Extinción o Rebelión Argentina es un movimiento que forma parte de la Coordinadora BFS y que deriva de Extinction Rebellion, un grupo de científicos y activistas ingleses que se reunieron en el año 2018 en Londres para anunciar la Declaración de la Rebelión en contra del gobierno del Reino Unido. Luego de una serie de manifestaciones masivas, el movimiento comenzó a expandirse por todo el mundo y hoy en día se encuentra activo en más de sesenta países. XR Argentina se fundó en mayo de 2019 y derivó más tarde en la creación de varios grupos locales y de afinidad en todo el país. En su página web, se lo describe como:

Un movimiento que abraza la diversidad, que engloba a personas de diferentes edades y orígenes, con diferentes ideologías e identidades, unidos por la convicción de que la desobediencia civil pacífica es la única estrategia posible, en términos de efectividad y moralidad, para persuadir a los gobernantes de actuar ante la emergencia climática y ecológica. (Extinction Rebellion Argentina, 2019, s/p)

Actualmente llevan a cabo manifestaciones espontáneas o planificadas para fechas significativas que responden a tales intenciones, como marchas, concentraciones e intervenciones pacíficas en espacios e instituciones públicas y privadas, además de las tareas de difusión, concientización y convocatoria a través de redes sociales en Internet y otros medios de comunicación.

La Coordinadora Basta de Falsas Soluciones, como se dijo más arriba, fue creada en agosto del año 2020 como producto de la confluencia y organización de los diferentes actores que fueron parte de las protestas contra el acuerdo porcino con China. Sin embargo, su cuenta de Instagram comenzó a funcionar en enero de 2021. XR Argentina, por su parte, preexiste

como agrupación a las manifestaciones del 25A (fue creada en mayo de 2019) y comenzó a abordar la problemática del acuerdo en redes cuando se dio a conocer públicamente, en julio de 2020. Pese a esto, la cantidad de publicaciones de la cuenta de la Coordinadora que se incorporaron al corpus es considerablemente mayor (30 publicaciones) a la de XR Argentina, cuenta de la que se obtuvieron sólo 19 publicaciones según el criterio de selección basado en la referencia a la problemática del acuerdo.

Sobre esto, resulta importante aclarar que, entre las publicaciones de la Coordinadora, fueron tenidas en cuenta aquellas diez correspondientes al día 8 de enero de 2021, en las que se sintetiza de forma seriada su historia de lucha y el conjunto de denuncias, demandas y propuestas que la identifican como colectivo. Sólo tres de estas publicaciones hacen referencia de manera directa a la problemática del acuerdo, pero fueron tenidas en cuenta también las siete restantes en tanto que, juntas, forman parte de un todo con una clara identidad conceptual en lo visual y verbal. Todas las cuestiones que se abordan en esta serie se vinculan de manera directa o indirecta con la problemática y muchas de ellas se retoman en publicaciones subsiguientes, no sólo en la cuenta de la Coordinadora sino también en la de XR. Además, el hecho de que fueron publicadas el mismo día sugiere considerarlas como una sola gran publicación que busca en la serialidad maximizar el impacto del mensaje.

¿Por qué elegimos Instagram como plataforma a observar? Esta red social se encuentra posicionada, según el informe de DataReportal citado en la introducción, como la tercera más utilizada por los usuarios de nuestro país, teniendo por encima sólo a Facebook (por poca diferencia) y a YouTube. Además de la cantidad de usuarios que acumula, otro aspecto que consideramos relevante a la hora de elegir Instagram, fue el hecho de que la mencionada Coordinadora Basta de Falsas Soluciones, que emergió al calor de las movilizaciones contra el acuerdo porcino y que fue protagonista de ellas (fundamental, por lo tanto, para nuestro trabajo), decidió asentar su presencia virtual sólo en esta plataforma y no, por ejemplo, en Facebook o X.

4. 3 Recapitulaciones teóricas y metodológicas para un abordaje sociosemiótico

Este trabajo, decíamos, puede situarse en el amplio espectro de estudios sobre las nuevas mediatizaciones bajo el formato de plataformas, los cuales suponen un enfoque que, en líneas generales, puede enlazarse productivamente con aquel implementado en la primera parte: el de la mediatización como modalidad nuclear de la construcción de esfera pública (Raimondo Anselmino y Bertone, 2013) y, en este caso, como constructora de realidades (Fernández, 2018, p. 48). Se trata de un análisis propio de la sociosemiótica de los medios, en concreto, de un tipo particular de “sistema de intercambio discursivo mediatizado” tal como propone José Luis Fernández (2018) en *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias* y en *Vidas Mediáticas. Entre lo masivo y lo individual* (2021).

En ambos libros, Fernández apunta, entre otras cuestiones, a proporcionar una guía para el estudio de fenómenos que resultan de las complejas mediatizaciones actuales de la vida afectiva, comercial, artística o, lo aquí nos compete, de la vida política. Estas “vidas mediáticas” se hallan en constante proceso de transformación junto a las plataformas, redes y ecosistemas mediáticos que les dan sustento, desafiando continuamente los esfuerzos teóricos y metodológicos que buscan evitar las simplificaciones.

Dichos estudios se ubican, según el autor, en lo que se conoce como tercer momento del estudio de las nuevas mediatizaciones, signado por el proceso general de problemáticas socioculturales renovadas que define como de *postbroadcasting*. Con este término busca definir “el gran ecosistema de la mediatización actual [en donde] ni los medios masivos en retroceso tienden a morir, ni todo parecen ser intercambios en red” (Fernández, 2021, p 64). Es decir, un entorno en el que el *broadcasting* y el *networking* “tienden a convivir e interactúan, compiten y se contaminan mutuamente” (2018, p. 50).

En ese contexto, las plataformas, en cuyo conjunto tienen lugar todas y cada una de las mediatizaciones conocidas, se ubican en el centro de la escena. Si bien para el correcto estudio de problemáticas asociadas a los fenómenos mediáticos en plataformas es necesaria, en alguna de sus instancias, la articulación entre los niveles macro, meso y micro, Fernández propone como esencial esta última perspectiva, la única capaz de captar la especificidad de los intercambios que ocurren en las plataformas:

No es secundaria la información proveniente del conocimiento de áreas extensas del funcionamiento social, pero el esfuerzo está puesto siempre en contribuir a la observación desde lo micro. Recién desde allí se llega a conclusiones sobre aspectos más generales de la vida mediática y acerca de relaciones de lo discursivo con otros ámbitos de la vida social. (Fernández, 2021, p. 51)

Según el autor, sólo desde lo micro pueden obtenerse resultados operativos en los estudios sobre la mediatización, entendiendo por operativo “que surjan materiales para intervenir en las mediatizaciones de un modo innovador y productivo para que contribuyan mejor a una transformación positiva del sistema social para sus mayorías” (p. 53).

Este abordaje no es otro que el propio de la sociosemiótica: “abordaje empírico, material, situado y lógico de la circulación social de sentido” (Valdettaro, 2015, p. 149). Y su unidad de análisis general es el ya mencionado sistema de intercambio discursivo mediatizado. Por tal, Fernández (2021) entiende “todo proceso de interacción a través de textos (materiales portadores de sentido social) entre actores humanos o maquinísticos, individuales o institucionales, en toma directa o con desplazamientos temporales, en contextos semejantes o diversos” (p. 65).

En el estudio de cualquier plataforma según este enfoque, Fernández (2018) establece la necesidad de cubrir, para cada sistema de intercambio discursivo que se identifique, tres instancias: aquella que denomina *semiohistoria*, para la cual se deben tener en cuenta la serie de fenómenos propios de los dispositivos técnicos, la de los géneros y estilos implicados y la de las acciones sociales y usos que son propios de dicho intercambio (p. 46). En segundo lugar, se deberá situar al objeto en su “encrucijada sociosemiótica”, es decir, determinar cómo están contruidos los textos en esos cruces de géneros y estilos, “pero teniendo en cuenta sus vidas en diferentes mediatizaciones y sus transposiciones” (p. 122). Y, por último deberá realizarse lo que se conoce tradicionalmente por análisis discursivo en la jerga semiótica: análisis temático, retórico y enunciativo de los textos, usos estilísticos de los dispositivos técnicos, características de géneros o tipos discursivos, etc.

Debido a la complejidad por la extensión y los requerimientos inter y transdisciplinarios que demandaría una investigación de este tipo, este trabajo apunta, como ya se dijo, a constituir tan sólo un aporte al análisis discursivo de enunciados propios de un sistema de intercambio

que tiene por uso social el activismo político. Concretamente, aquel que se dio en el contexto de un movimiento social que se nutrió de la concomitancia entre su manifestación en plataformas de redes sociales y su activismo en las calles.

La plataforma seleccionada para el estudio del caso es Instagram, la cual definiremos, también, desde los aportes de José Luis Fernández (2021). En primer lugar, tomaremos su definición de plataformas mediáticas en general:

Son las interfaces de las redes sociales, páginas, sitios webs y aplicaciones que actúan como espacios soporte de diversos sistemas de intercambios mediatizados (...). Las plataformas se presentan como verdaderos contextos sociales de la época, compitiendo o conviviendo, con instituciones de gobierno, partidos políticos, organizaciones sociales, espacios de performances artísticas diversas, o de encuentros cara a cara, con conocidos o desconocidos. (2021, p. 62-63)

En un sentido social y cultural, las plataformas también son “operadores/articuladores entre prácticas que las exceden, pero a las que las mediatizaciones modulan, reconstruyen y (...) generan nuevas *esperanzas de vidas*” (Fernández, 2018, p. 115).

Junto a Facebook y otras plataformas de redes sociales, podemos incluir a Instagram en el grupo de lo que Fernández (2018) llama “*Start-plats* [en su intento de aunar en un mismo término la noción genérica de plataforma con la función de interfaz] de usos múltiples” (p. 153-154). Se trata de las plataformas más complejas debido a la cantidad de usos posibles que fueron suscitando a lo largo de su historia. Y es que, al igual que Facebook, Instagram ha llegado a ser mucho más que una red de relaciones entre contactos (en su caso, diseñada en sus inicios sobre todo para el intercambio de fotografías y el uso generalizado del dispositivo de las *selfies*), para convertirse en “un gran contexto social y cultural, dentro del cual se establecen y desarrollan muchos fenómenos en red, pero también nuevas relaciones inter y transmediáticas (...), una gran matiz de producción y de construcción de nuevos fenómenos sociales y culturales” (2018, p. 116).

Entre los posibles usos sociales que ha suscitado esta plataforma, podemos distinguir aquel destinado a la lucha política y/o ideológica y a la convocatoria a manifestaciones de protesta. Tal es el caso del movimiento socioambiental en Argentina y del activismo de éste en torno a la lucha contra el acuerdo porcino con China. Sin dudas, este posible uso que habilita

la plataforma (colateralmente, si se lo considera como uso “desviado”), se ha nutrido de un tipo de práctica de intercambio que el autor define como *interaccional*, que es propia de este tipo de plataformas y que por sus características le ha brindado al movimiento la posibilidad de potenciar su alcance.

Frente a las prácticas de intercambio de tipo *espectatorial* propias de las mediatizaciones en *broadcasting* y según las cuales “los receptores tienen un lugar relativamente fijo frente al cual les llega la emisión de su mediatización elegida y/o aceptada” (Fernández, 2021, p. 223), en las prácticas *interaccionales* “emisores y receptores deben realizar actividades registrables y combinables con diversas movilidades o posiciones estacionarias para que el intercambio discursivo se produzca” (p. 223). Estas características del *networking* junto a la serie de acciones que ofrece la plataforma Instagram y que convergen en el uso de los *smartphones*, han sido, sin dudas, catalizadores de la movilización que se generó tanto en el mundo virtual como en el espacio público de la calle: registrar, conservar y compartir, reproducir, comentar y *megustear*, son las acciones que hoy están a la base de la propagabilidad de cualquier fenómeno social mediatizado. Sin embargo, la dimensión interaccional no recibirá especial atención en el presente trabajo al no corresponderse con los objetivos del mismo.

Como ya se dijo, se hará foco en el análisis de cuestiones relativas a los modos de construcción de las publicaciones de Instagram de dos de las cuentas más representativas del movimiento socioambiental, con el objetivo de hallar regularidades que caractericen el discurso de dicho movimiento en el abordaje de la problemática del acuerdo porcino con China.

La investigación articulará herramientas de la etnografía virtual con el análisis sociosemiótico del discurso, inscribiéndose dentro de un enfoque interpretativo y adoptando una metodología predominantemente cualitativa, orientada a la comprensión de los fenómenos. Este enfoque permite abordar los discursos en su complejidad multimodal, considerando no sólo los contenidos textuales, sino también las imágenes, íconos y demás recursos que componen los sentidos en el entorno digital.

Mediante la etnografía virtual, se llevará a cabo un trabajo de exploración y selección del material publicado en la red social que refiere explícitamente a la problemática del acuerdo porcino. Posteriormente, se relevarán los posteos en función de una serie de aspectos: los formatos y elementos de publicación, los recursos lingüísticos y retóricos implicados en los

discursos, los temas y sentidos emergentes y las funciones del lenguaje y secuencias textuales que operan en su construcción.

Una vez concluida esta etapa, se inferirá el funcionamiento de los distintos recursos semióticos, por sí mismos y en su articulación, los modos de construcción enunciativa de la problemática, los sentidos sociales, culturales e ideológicos implícitos que emergen de esa construcción, las características del lenguaje empleado y las principales intenciones comunicativas de los enunciadores. Por último nos detendremos en los modos de construcción del adversario y del colectivo enunciador. Y es que, además de sociales, los enunciados que se abordarán como unidades de análisis en este trabajo son de orden político. Eliseo Verón (1987) afirma que “el campo discursivo de lo político implica un enfrentamiento, relación con un enemigo, lucha entre enunciadores” (p. 16), de lo cual se deduce la “construcción de un adversario” como característica distintiva de la dimensión polémica del discurso político.

A continuación se enumeran los aspectos más importantes observados en el recorte:

1. Elementos del posteo

- Tipo de publicación: única o carrusel
- Formato de publicación: video, imagen fija (fotografía o ilustración con o sin texto o sólo texto)
- Fuente: de elaboración propia o ajena.
- Uso de hashtags, menciones, emojis.
- ¿Cómo interactúan texto e imagen/video?

2. Contenido

Nivel denotativo

- Imagen/video: ¿Qué se ve? (personas, objetos, lugares, etc)
- Texto: ¿Qué se dice en el pie, en los hashtags y con los emojis?
- ¿Cuáles son los temas que estructuran la construcción de la problemática?
- ¿Cuál es la postura que adoptan los enunciadores respecto de dichos temas?

Nivel connotativo

- ¿Qué sentidos sociales, culturales e ideológicos emergen de la articulación de los signos?

3. Funciones del lenguaje y secuencias textuales

- ¿Cuál es la función del lenguaje predominante en cada publicación?
- ¿Cuáles son las secuencias textuales predominantes y secundarias?
- ¿Cómo se articulan con los diferentes formatos de las publicaciones?

4. Rasgos lingüísticos

- Tipo de léxico
- Uso de modalizaciones y marcas de subjetividad
- ¿Existen elementos que cumplan una función estética?
- ¿Qué tonos dominan?

5. Aspectos enunciativos y construcción del adversario

- Uso del nosotros
- Triple destinación
- ¿Hay un adversario claramente identificable? ¿Qué o quiénes lo constituyen?
¿Cómo se lo refiere?

5. Resultados

A modo de introducción de la instancia de trabajo que ahora nos convoca, pasamos a aclarar algunas otras cuestiones respecto del contenido seleccionado para conformar el corpus. En primer lugar, es necesario destacar que todas las publicaciones pertenecen al *feed* o muro de ambos perfiles. Como es sabido, Instagram permite, además de éstas, otros tres tipos de publicaciones: vivos, *reels* y *stories*. Tanto en los vivos como en *reels* el único formato habilitado es, lógicamente, el de video, mientras que en el muro pueden publicarse tanto videos como imágenes, únicos o múltiples, lo que le otorga una mayor riqueza multimodal. Además, cuando así lo decide el usuario, el contenido que se postea en *reels* y en los vivos también se incorpora al *feed*.

Por otro lado, las *stories* son videos o imágenes de carácter efímero: permanecen publicadas sólo durante veinticuatro horas. El *feed*, en cambio, alberga publicaciones permanentes en cada perfil de la red. Debido a ello, el contenido del muro suele ser planificado, diseñado y curado para construir una imagen pública coherente y sostenida en el tiempo. Por todo esto, estas publicaciones constituyen el corpus más representativo y permanente del perfil de una cuenta.

Consideraremos las publicaciones del muro como enunciados multimodales. Esto es, unidades discursivas inscriptas en prácticas sociales de comunicación en las que se articulan diferentes modos semióticos (como el lenguaje verbal e icónico, la imagen y el sonido), que interactúan entre sí para construir sentido de forma integrada. En ellos nos detendremos para comenzar a caracterizar el discurso de los perfiles seleccionados.

Si bien resulta fundamental considerar las publicaciones en su integración multimodal, veremos más adelante que, en la gran mayoría de las publicaciones, el contenido principal y el pie textual mantienen una relación de complementariedad. Esto significa que tanto uno como otro expresan, si bien de forma integrada, información diferente, con objetivos y recursos también diferenciados. Por este motivo, analizaremos ambas celdas tanto por separado como en conjunto.

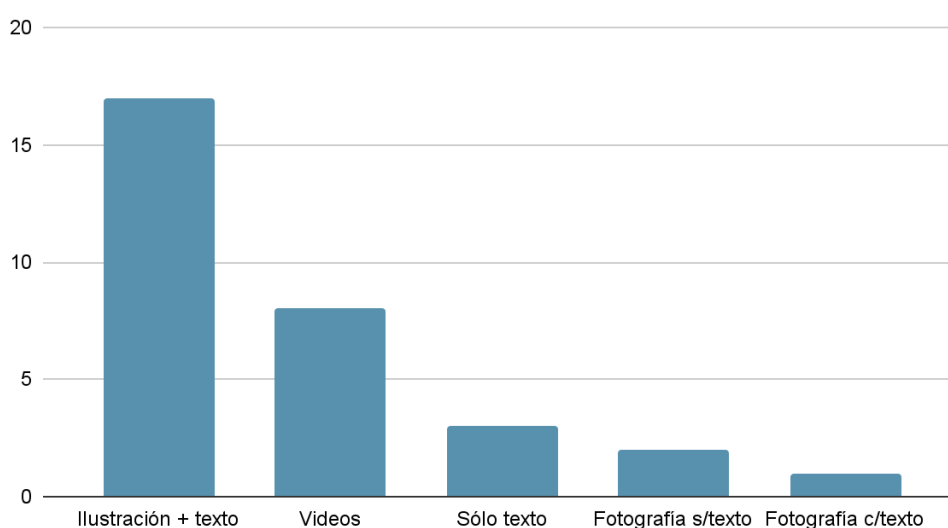
5.1 Elementos del posteo

En cada publicación de Instagram, decíamos, se distinguen, por un lado, el contenido principal y, por el otro, el pie textual. Dentro de cada uno se pueden observar formatos y recursos diversos que se conjugan en unidad. En el contenido principal, las publicaciones del corpus fueron clasificadas según sean, por un lado, únicas o en carrusel. Y, por otro, videos o imagenes. Entre estas últimas diferenciamos, a su vez, fotografías de carteles (ilustraciones o fotografías con textos lingüísticos). En el pie nos encontramos con el recurso lingüístico del texto/comentario, de los *hashtags* y de las menciones, y con los *emojis*.

Contenido principal

En lo que respecta al contenido principal, de las treinta publicaciones seleccionadas en el muro de la cuenta de la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones (aquellas que abordan la problemática del acuerdo porcino con China), la mayoría (83%) son publicaciones únicas, mientras que un 16%, publicaciones compuestas por más de una imagen y/o video.

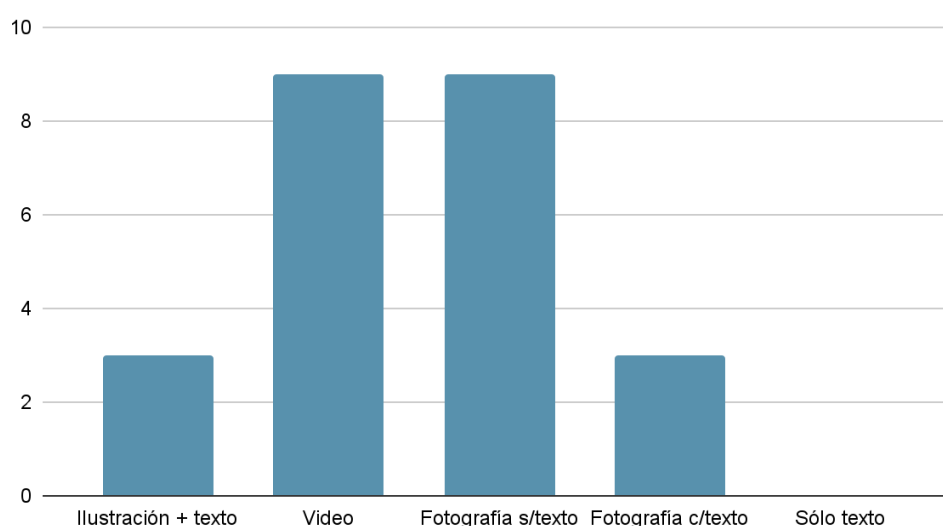
Gráfico 1. Formatos de publicación en BFS



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico N° 1, poco más de la mitad de los posts (56%) está compuesto por una o más imágenes en formato de ilustración + texto, mientras que un 26% por videos, ya sea en la forma de publicación única o de carrusel. De las publicaciones restantes, tres presentan el formato sólo texto; dos el de fotografía sin texto y sólo una, el modo fotografía con texto.

Gráfico 2: formatos de publicación en XR



Fuente: elaboración propia

En el caso de la cuenta de XR Argentina, de las 19 publicaciones seleccionadas, 13 (68%) son carruseles y 6 (31,5%) publicaciones únicas. La composición presenta algunas diferencias respecto de la cuenta de la coordinadora: 9 publicaciones (47%) contienen videos, otras 9 sólo fotografías, 3 fotografías con texto y otras 3 presentan ilustraciones con texto.

Como podemos ver, uno de los aspectos que caracteriza a las publicaciones de ambas cuentas es la heterogeneidad en el uso de los diferentes formatos y recursos que habilita la plataforma, si bien algunos de éstos son preponderantes en relación al resto.

Pie textual:

El pie textual suele considerarse secundario, en relación al contenido principal, ya que es éste último el que privilegia visualmente el diseño de interfaz de la plataforma. Sin embargo, en el caso de las cuentas que analizamos aquí, en la configuración global del mensaje que se busca transmitir el pie textual es tan importante como —y en ocasiones más que— la imagen o el video. Para ello, tanto XR como BFS, hacen uso, como ya dijimos, del recurso verbal en el texto o comentario, en los *hashtags* y en las menciones, y del icónico con los *emojis*. Del primero nos ocuparemos más adelante.

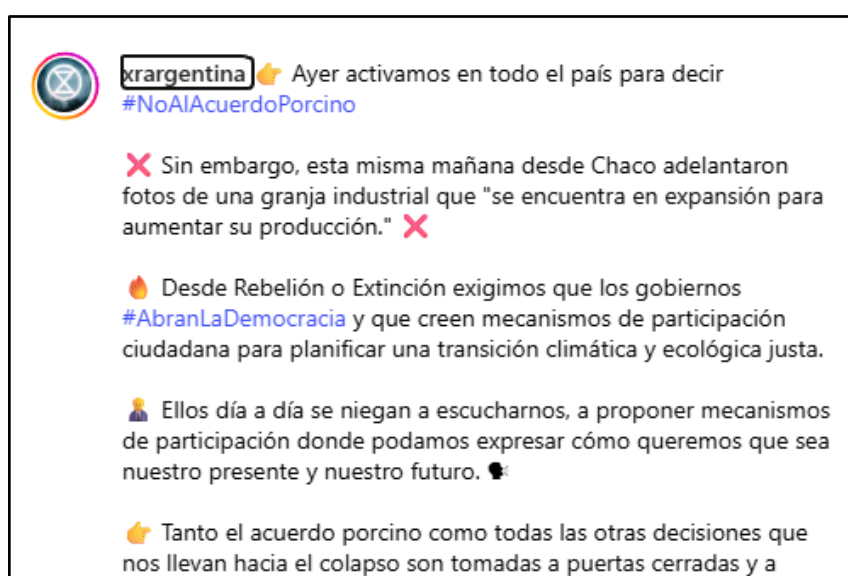
En cuanto a los *hashtags*, poco más de la mitad de las publicaciones de la coordinadora hacen uso de este recurso, mientras que XR lo incorpora en la totalidad de sus posteos. Además de las funciones de clasificación y visibilización que cumple esta herramienta dentro de la lógica algorítmica, bien conocidas por los usuarios en el universo de las redes sociales, se identificaron las siguientes funciones discursivas en los posteos como especialmente relevantes:

- **Función temática:**
 - Los hashtags vinculan publicaciones diferentes de acuerdo a un tema o temas en común. Por ejemplo: “#AcuerdoPorcinoConChina”; “#CrisisClimática”.
 - etiquetan y posicionan temáticamente una publicación dentro de una conversación más amplia: “Extractivismo”;
 - permiten identificar y destacar los ejes principales del discurso: “#Activismo; #25A”; “#saqueo”; “#ecocidio”; “#pandemias”; “#gobiernos” “#soberanialimentaria”.

- **Función performativa:** en los casos analizados, los hashtags no sólo comunican o nombran sino que, además, constituyen una toma de posición afirmando una postura política, y convocan a la acción interpelando y movilizándolo. Por ejemplo: “#bastadeextractivismo”; “#AbranLaDemocracia”; “#niconchinaniconnadie”; “#NoAlAcuerdoPorcinoConChina”.

- **Función identitaria:** el hashtag permite reconocer y crear pertenencia a una comunidad actuando como marcador de identidad digital y alineando las cuentas con movimientos o colectivos: “#BastaDeFalsasSoluciones”; “#extinctiorebellion”; “#XrArgentina”.

El otro elemento a destacar dentro del pie textual de las publicaciones son los *emojis*. Estos suponen un recurso relevante en ambas cuentas, sobre todo en la de XR Argentina, cuyas publicaciones incluyen, todas, al menos uno. En la cuenta de la coordinadora, esta herramienta está presente en menos de la mitad de sus posteos, aquellos cuyo objetivo principal es convocar a las manifestaciones en el espacio público.



Captura 1. Publicación de @xrargentina. 26 de agosto de 2021

Los emojis, como signos propios de un código icónico indicial, se presentan y operan en la integralidad de un mensaje compuesto también por el código verbal con el cual interactúan (no se observaron posteos en los que el pie contenga sólo emojis). A partir de la observación, postulamos que este recurso cumple al menos tres funciones relevantes al interior de los posteos (se pueden ver ejemplificadas en la captura N° 1):

- **Función estética:** el emoji funciona como objeto decorativo o ilustrativo en relación al texto, que enriquece la identidad visual del perfil;

- **función de puntuación:** organiza el contenido del texto acompañando el mismo en los inicios de cada párrafo (con el que mantiene también una relación semántica) o, de manera excepcional, al interior de un párrafo separando una oración de otra.
- **función ideológica:** los emojis funcionan como íconos ideológicos, culturales o políticos que expresan una identidad o posicionamiento en virtud de las connotaciones asociadas a ellos. Por ejemplo, dos de los emojis más utilizados son el puño en alto y el fuego, los cuales transmiten sentidos como el de lucha, resistencia, transformación y fuerza colectiva, vinculados todos a la acción política del movimiento socioambiental.

Por último, resta destacar el uso frecuente, en ambos perfiles, de las menciones (@), utilizadas, por un lado, para atribuir autoría a las fotografías o videos publicados y, por el otro, como elemento de denuncia y presión: se arroba al presidente, a gobernadores, ministros, dependencias del Estado y otras figuras a las cuales se atribuye la responsabilidad política de la problemática y se exigen soluciones.

5.2 Configuración intermodal

Como ya se expresó, las publicaciones en Instagram se construyen a través de la interacción entre los diferentes modos semióticos que se presentan, por una lado, en el contenido principal y, por el otro, en el pie textual. Desde una perspectiva general, analizaremos cómo interactúan estas dos celdas en ambas cuentas estudiadas.

En la observación se identificaron dos tipos principales de relaciones entre un contenido y otro, dentro de una misma publicación: la relación de complementariedad y la relación de redundancia/refuerzo. En un 83% de los casos la relación es de complementariedad. Esto significa que, en la gran mayoría de las publicaciones, el contenido principal y el pie textual aportan información diferente pero coherente entre sí: se necesitan mutuamente para construir el sentido completo.

Para comprender el modo en que opera la relación de complementariedad en las publicaciones donde el contenido principal es una fotografía, un video o una ilustración, resultan útiles los conceptos de anclaje y relevo que propone Barthes (1986). En su análisis sobre la construcción de sentido en el discurso publicitario, el autor explica que la palabra puede cumplir dos funciones distintas respecto de la imagen:

- **Anclaje:** “La palabra fija la cadena flotante de significados de la imagen, constituye una guía que impide que el lector pueda escoger unos sentidos inadecuados y se pierda en la polisemia de la imagen.” (Barthes, 1986, p. 33).
- **Relevo:** “Las palabras, como fragmentos de un diálogo, no se contentan con reiterar lo que ya aparece en la imagen, sino que hacen progresar la acción, introducen informaciones que la imagen, como tal, no posee.” (Barthes, 1986, p. 34).

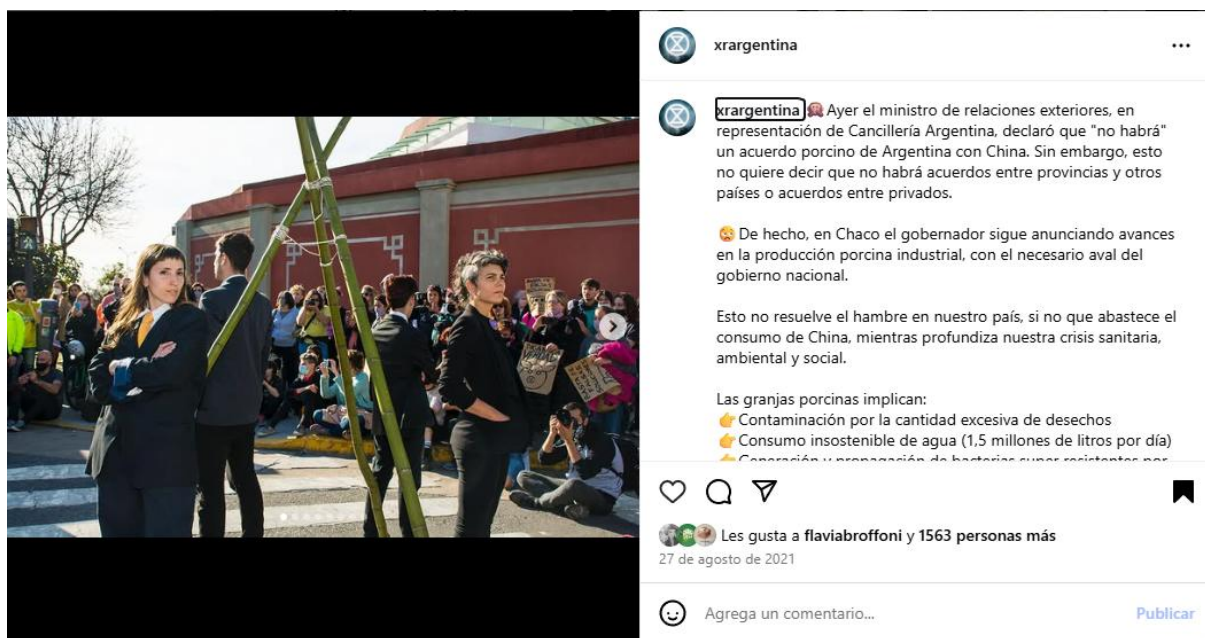
Veamos distintos ejemplos de publicaciones en las que se da una relación de complementariedad:



Captura 2. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 14 de agosto de 2021

En la publicación de la captura N° 2 podemos ver un ejemplo de relación intermodal complementaria entre el pie textual y una imagen ilustrativa. Haciendo un uso intensivo de la interpelación visual y lingüístico al servicio de la convocatoria, el cartel muestra una imagen icónica y simbólica donde la ilustración del cerdo como alcancía alude directamente a la relación entre la industria porcina y el capital, y el texto anuncia la movilización del 25 de agosto de 2021.

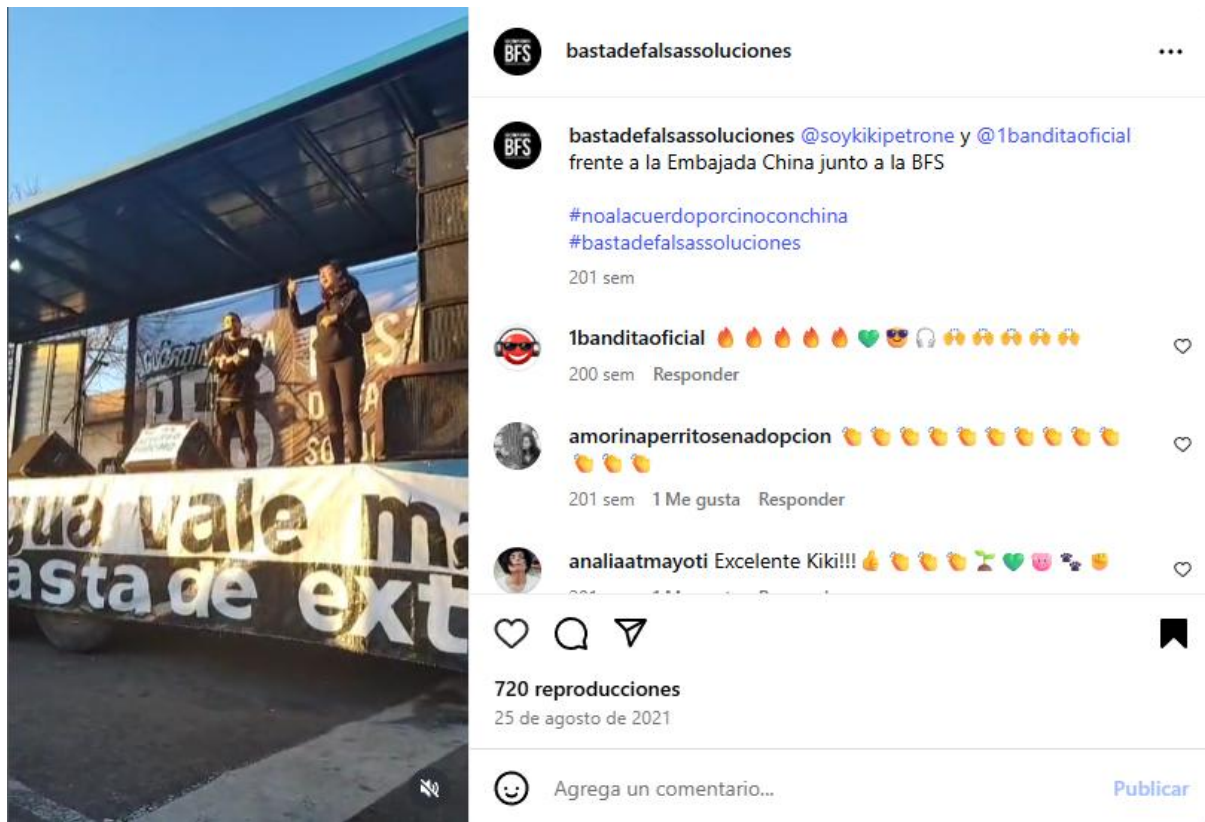
Además de ratificar que el título de la imagen refiere a la fecha de la movilización por el acuerdo porcino, el pie textual, a través de la función de relevo, agrega información ausente en el cartel, expandiendo y enriqueciendo el sentido: aporta contexto, esclarece los motivos de la convocatoria, identifica a los culpables de la problemática y llama explícitamente a la movilización en la calle, entre otras cuestiones.



Captura 3: publicación de @xrargentina. 27 de agosto de 2021

En la captura N° 3 se puede observar una relación de complementariedad entre el pie textual y una fotografía, donde el texto cumple igualmente la función de relevo: amplía el universo de significación de la publicación exponiendo argumentos y brindando información sobre distintas aristas de la problemática. En este caso, no describe directamente lo que se ve

en la imagen y ésta no registra de forma clara elementos (como pancartas legibles, por ejemplo) que permitan identificar con certeza que se trata de una manifestación contra el acuerdo porcino con China. El sentido, por lo tanto, es ambiguo.



Captura 4. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 25 de agosto de 2021

En la imagen N° 4 tenemos un ejemplo de relación de complementariedad entre video y pie textual, en el que se puede concluir que el texto cumple la función de anclaje: menciona las cuentas de los artistas en el escenario, sitúa la movilización en donde fue llevada a cabo y, a través del uso de hashtags, indica que se trata de una manifestación contra el acuerdo porcino.



Captura 5. Publicación de @xrargentina. 24 de agosto de 2021

Como último caso de este tipo de relación intermodal, tenemos aquel que se da en algunas publicaciones en que el contenido principal es sólo texto. Si bien, debido a esto, no son aplicables las categorías de anclaje y relevo tal como las propone Barthes (1986), se puede discernir, de todos modos, la complementariedad de ambas celdas en su funcionamiento discursivo.

En el ejemplo de la captura N° 5 el contenido principal y el pie textual presentan informaciones distintas pero coherentes con la temática del acuerdo y el propósito comunicativo de manifestar su rechazo. Los carteles del carrusel expresan consignas políticas que sintetizan el posicionamiento del colectivo en torno a la problemática, mientras que el pie agrega información sobre los pormenores del acuerdo como complemento.



Captura 6. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 15 de julio de 2021

El segundo tipo de relación intermodal, considerablemente menos frecuente que la de complementariedad (17%), es la de redundancia/refuerzo. En todos los casos de este tipo el contenido principal se conforma mayoritariamente de texto lingüístico. Como podemos observar en la captura N° 6, en esta modalidad dicho contenido y el pie textual transmiten la misma información o algo muy similar, reforzando el mensaje en favor, en este caso, de la función conativa para la convocatoria.

Esta preponderancia de la relación de complementariedad en las publicaciones se debe a que, en tanto supone el aprovechamiento de la heterogeneidad de los recursos y formatos habilitados por la plataforma y su combinación, resulta ser la manera más productiva de abordar la temática en su amplitud y complejidad. El volumen de información puesto al servicio de distintos objetivos (convocar, interpelar, informar, visibilizar), se capitaliza especialmente cuando la construcción discursiva es multimodal, y más aún cuando los modos involucrados se complementan entre sí y enriquecen dicha construcción, cada uno desde su especificidad.

5.3 Construcción de la problemática

En este apartado se abordarán cuestiones vinculadas a la construcción discursiva de la problemática del acuerdo porcino con China en las publicaciones de Instagram estudiadas. En primer lugar, se enumerarán las principales temáticas implicadas en los enunciados; luego, se desarrollarán el posicionamiento enunciativo del colectivo socioambiental en relación a esos temas y los rasgos de complejidad y polarización. Por último, se abordarán los principales sentidos culturales e ideológicos que emergen de manera connotada en cada uno de los enunciados.

La construcción de la problemática en ambas cuentas analizadas es multimodal, es decir que, tanto XR Argentina como la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones, recurrieron a una combinación de los recursos y formatos que habilita la red social –y que fueron cuantificados y detallados en el apartado 5.1–, para elaborar sus enunciados. Por este motivo, los principales temas que estructuran el discurso en torno al acuerdo y el posicionamiento que adoptan los enunciadorez detrás de las cuentas analizadas, fueron inferidos a partir del sentido generado tanto por los elementos verbales del pie de publicación y, en algunos casos, del contenido principal, como por los emojis, carteles, fotografías y videos. Estos elementos se analizaron tanto de forma individual como en su articulación conjunta, desde una perspectiva integral del enunciado.

Si bien los sentidos que surgen de lo registrado a través de fotografías y videos (por ejemplo, mensajes presentes en pancartas de manifestantes en la calle), de algún modo exceden la construcción discursiva de las cuentas porque no provienen de los comentarios del pie o de imágenes gráficas creadas por el colectivo en y para la red social, el propio acto de registrarlos y publicarlos representa una toma de postura y forma parte activamente de esa construcción. Por lo tanto, también serán tenidos en cuenta estos significantes “indirectos”.

5.3.1 Temas y posicionamiento enunciativo

Para Raimondo Anselmino y Reviglio (2017) el tema es “aquello de lo que se habla”, y, según Steimberg (1993), la dimensión temática apunta a “acciones y situaciones según

esquemas de representatividad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto” (p.48). Es decir que el tema es “exterior” al texto, “ya circunscripto por la cultura” (p. 48).

Como se indicó previamente, el criterio de selección de las publicaciones que conforman el corpus, fue la referencia directa o indirecta a la temática del acuerdo entre el gobierno argentino y China para la instalación de múltiples factorías de cerdos en distintos puntos del país en el período 2020-2021. Dentro de dicho tema general se identificaron una serie de subtemas interrelacionados que pueden considerarse como regularidades en la construcción de la problemática. Se identificaron, como principales, los siguientes:

- Extractivismo y sus prácticas: agronegocio, extracción de hidrocarburos y megaminería
- Crisis climática y ecológica
- Explotación animal
- Deforestación
- Proyectos inmobiliarios sin consideración de impacto ambiental
- Contaminación
- Explotación del agua
- Relación industrialización animal - Pandemias
- Ecocidio
- Pobreza y desigualdad
- Deuda externa
- Represión
- Modelo de producción alternativo
- Democracia y participación ciudadana
- Legislación y protección de ecosistemas
- Rol de las corporaciones y su relación con los gobiernos
- Opacidad en la política
- Activismo

Junto a la dimensión temática de la construcción del problema, resulta pertinente para caracterizar el discurso del movimiento abordar, ahora, dicha construcción desde el punto de vista de su dimensión enunciativa, es decir, desde el posicionamiento que adoptan los enunciadores respecto de la serie de cuestiones que fueron enumeradas previamente.

Partiendo de esa toma de postura se propone una clasificación de los tópicos en torno a cuatro ejes vertebradores principales: las problemáticas asociadas a la industrialización animal, sus consecuencias, la referencia a los señalados como culpables y/o responsables, y las propuestas y demandas en nombre del colectivo socioambiental.

Estos ejes se observan en su totalidad dentro de una sola publicación —única o en carrusel—, o en forma seriada, es decir, repartidos a lo largo de varias publicaciones que comparten una identidad conceptual (visual y verbal). A continuación, desarrollamos estos cuatro ejes con sus respectivos tópicos.

Problemáticas asociadas

Las agrupaciones hacen referencia, en las publicaciones, a una serie de problemáticas relacionadas con la industrialización animal a gran escala que buscan comunicar desde una mirada sistémica, articuladas bajo el rótulo general del extractivismo como modelo productivo, económico y social y de la crisis climática y ecológica, entendida como el resultado del conjunto de prácticas vinculadas a ese modelo, entre otras causas. Entre las problemáticas más frecuentemente referenciadas en los enunciados se identificaron las siguientes:

- El agronegocio (con su modelo de industrialización ganadera, cultivos transgénicos y uso de agrotóxicos), la megaminería y el fracking como las principales actividades extractivas acusadas de daños ambientales, sanitarios y sociales por las agrupaciones socioambientales;
- La deforestación, ligada sobre todo a la expansión de la frontera agropecuaria;
- La especulación inmobiliaria de proyectos que el colectivo denuncia por destrucción de ecosistemas como los humedales;
- Deuda externa: el movimiento socioambiental denuncia la profundización del modelo extractivista como instrumento de generación de divisas destinadas al pago de una deuda considerada ilegítima, contraída por los gobiernos con organismos financieros como el Fondo Monetario Internacional.
- Desigualdad y pobreza: el colectivo remarca que las prácticas extractivas como la industrialización animal implican, además de la devastación ambiental, la concentración de la riqueza en pocas manos, la escasa generación de empleo y perjuicios económicos para las comunidades.

- Represión: se la expone como instrumento de control político y censura por parte de los gobiernos, fundamentalmente durante las manifestaciones de protesta, que tiene por objetivo garantizar la continuidad del modelo productivo y beneficiar los intereses de corporaciones y empresarios.

Las consecuencias del acuerdo

Otro de los ejes en los que se estructura la problemática, presente en ambas cuentas de Instagram como argumentos que sustentan el rechazo al acuerdo, refiere a los impactos negativos de la instalación de las meggranjas de cerdos. Entre los más mencionados se encuentran los siguientes:

- Contaminación: el activismo hace referencia a los daños que trae aparejados la industrialización animal a gran escala en el agua, el aire y los suelos de las comunidades implicadas.
- Crisis hídrica: se aduce el impacto sobre las reservas de agua debido a la gran demanda de este recurso que supone el funcionamiento de las meggranjas.
- Pandemias: otro de los temas mencionados frecuentemente en los enunciados es el referido al posible desarrollo de nuevas pandemias, gracias a la expansión de enfermedades zoonóticas asociadas a la producción industrial de carne.
- Explotación animal: se aduce la inevitabilidad de prácticas de maltrato, hacinamiento y sacrificio de animales que el proyecto de industrialización supone como medio y como consecuencia.
- Saqueo/ devastación ambiental/ ecocidio: son algunos de los significantes frecuentemente empleados para nombrar, en términos más generales, las consecuencias del proyecto implicado en el acuerdo.

Propuestas y demandas:

Se distinguen, por un lado, las principales demandas hechas por el colectivo representado en las cuentas de Instagram a la esfera política y, por el otro, las propuestas al propio colectivo y a la ciudadanía:

- Democracia y participación ciudadana: se reclama a las autoridades de gobierno abrir la democracia con métodos vinculantes e incorporar la consulta popular para que las comunidades puedan debatir y decidir sobre las medidas y proyectos que las afectan directamente. Se aduce que, para que un sistema sea considerado democrático, es insuficiente la acción de elegir representantes de forma periódica.
- Modelo de producción alternativo: se propone y reclama empezar a debatir y planificar un modelo productivo que sea “justo, soberano y sustentable”, en “armonía con la naturaleza” y amparado en una “justicia social y ambiental”.
- Leyes: se reclama el tratamiento de leyes como la de humedales, bosques y glaciares destinadas a la protección de estos ecosistemas frente a las actividades extractivas y se exige la declaración de emergencia climática y ecológica.
- Decir la verdad: se exhorta a las autoridades gubernamentales a que “digan la verdad”, como respuesta a la opacidad que caracterizó al tratamiento político del acuerdo.
- Activismo: “Activar funciona” es uno de los lemas principales de XR Argentina compartido con la coordinadora, que se expresa en la convocatoria tanto a los distintos colectivos que componen el movimiento como a la ciudadanía en general, a participar en acciones coordinadas de lucha y resistencia colectiva ancladas en los territorios. Entre ellas: las marchas, concentraciones y expresiones de activismo en la calle como principal terreno de “obtención de derechos”, y el trabajo de difusión y concientización tanto colectiva como individual.

Culpables y responsables:

El último de los ejes que estructuran el discurso de las cuentas analizadas tiene que ver con el señalamiento a los considerados culpables y responsables de la problemática. En algunas ocasiones, se los refiere explícitamente —incluso mediante menciones— y, en otras, de manera más difusa o general. Los principales son:

- **Corporaciones:** el conglomerado de grandes empresas a cargo de las actividades extractivas como el agronegocio, la megaminería y la extracción de hidrocarburos. Se las acusa, además de daños ambientales, sanitarios y sociales, de ejercer presión política sobre los gobiernos de turno.

- **Gobiernos provinciales y nacionales:** se los acusa de “dobles discursos”, de ocultar información en relación al acuerdo y de promover “falsas soluciones”: una idea de desarrollo y de salida a la crisis económica con graves costos ambientales y sociales. Los políticos más mencionados fueron los entonces presidente Alberto Fernández y canciller Felipe Solá.
- **Consejo Agroindustrial Argentino:** XR Argentina hace referencia, más de una vez, a esta entidad como responsable de impulsar el modelo de agronegocio vigente.

5.3.2 Complejidad y polarización

Como se puede observar en la identificación de los cuatro ejes que estructuran el discurso, hay, de parte de ambas cuentas, un esfuerzo por abordar la problemática del acuerdo en su complejidad. Los enunciados no se limitan a la mera mención del tema principal y su rechazo, sino que hay claras intenciones de informar, ampliar y problematizar en torno al mismo. Ello es evidente sobre todo en el eje de las problemáticas asociadas, aquellas que, a simple vista, no parecen tener relación directa con la industrialización animal pero que se vinculan entre sí dentro del marco general de la lucha contra el extractivismo (explícita sobre todo en la cuenta de la coordinadora) y de la crisis climática y ecológica (referenciada especialmente por la cuenta de XR).

Otro aspecto relevante en la construcción de la problemática es que se halla fuertemente marcada por la polarización “lo que debe ser - lo que no debe ser”. Este rasgo, típico del discurso político, atraviesa el contenido y busca, entre otras cuestiones, reforzar la legitimidad de una postura e invalidar otra en tanto que se le opone. Sin embargo, no desde una lógica moralizante y reduccionista, como suele ocurrir en este tipo de enunciados, sino mediante argumentos y razones que sustentan dicha oposición. Podemos ver, así, que no hay una contradicción entre este aspecto y la apelación a la complejidad a la que nos referimos con anterioridad.

La construcción de la problemática la configura como símbolo que condensa la idea de un modelo inaceptable de devastación ambiental, desigualdad y pobreza (“lo que no debe ser”) frente a un modelo alternativo de soberanía alimentaria, justicia ambiental y equidad social (lo que debe ser). De allí proviene la potencia discursiva del tema para sintetizar ideas vinculadas a otras problemáticas asociadas.

5.3.3 Nivel connotativo

Hasta ahora hemos trabajado en el registro de lo que se ve, se oye y se lee de manera literal y directa, es decir, en el plano de la denotación. Ahora bien, todo proceso de tematización responde a una visión del mundo. Lo que se tematiza (y lo que se omite) está atravesado por valores, ideologías y contextos históricos y culturales que se corresponden con determinados sentidos y que operan en el plano de la connotación, es decir, en el nivel discursivo que subyace a los significados denotados y que resulta determinante de los mismos.

Indagando en esta dimensión semiótica implícita en la construcción discursiva de la problemática, es posible sacar algunas conclusiones acerca del posicionamiento del discurso, el atravesamiento contextual e ideológico y la identidad del colectivo detrás de los enunciados. Al igual que la identificación de los ejes temáticos, la inferencia de estos sentidos connotados parte de lo observado en la multimodalidad discursiva, es decir, en la articulación entre los distintos modos semióticos —no sólo el texto lingüístico, sino también la imagen gráfica, lo registrado en fotografías y videos, el audio, los emojis y los hashtags— que intervienen en la construcción de los discursos.

Algunos de los sentidos que se desprenden del análisis y que pueden resultar útiles a los fines antes mencionados podrían ser los siguientes:

Colectivismo	Empatía
Riesgo/urgencia	Calle
Resistencia	Crueldad
Justicia	Afán de lucro
Devastación	Colapso

A partir de estos significados podemos vincular la identidad del colectivo (el movimiento socioambiental) y su ideología con ideas propias de las agrupaciones de izquierda y de algunos sectores del progresismo en nuestro país, en tanto muchos de los enunciados promulgan la noción de **colectivismo** como medio para adquirir y reforzar derechos y otras metas que se conciben desde lo comunitario, en contraposición con la búsqueda interesada de beneficios individuales; un colectivismo que, expresan, se materialice en la unidad y la

organización de la **resistencia** activa contra diferentes formas de opresión, pobreza y desigualdad y en favor de la **justicia** en todas sus formas. La **calle**, como el terreno predilecto para el devenir de esas disputas y la obtención de derechos, es otro de los símbolos representativos que el movimiento comparte con los sectores progresistas y de izquierda.

Dentro de esta dimensión ideológica nos encontramos, también, con contenidos que fueron introducidos de manera transversal por los movimientos contra el cambio climático, el extractivismo y el antiespecismo, entre otras vertientes. Entre ellos, la idea de **devastación** ambiental y sacrificio de ecosistemas que trae aparejado el **afán de lucro** ilimitado por parte de las empresas y corporaciones ligadas, sobre todo, a las actividades extractivas, entre las que se encuentra la industrialización animal.

En relación a esta última, el colectivo incorpora implícitamente la noción de **crueledad** como inherente a estas prácticas y la busca posicionar como argumento en los debates en torno a la explotación animal, el especismo y el modelo alimentario. En ese debate, el discurso se posiciona en favor de la **empatía** hacia otras formas de vida como valor y como herramienta de resistencia, eficazmente simbolizada en los rostros con máscaras de cerdo que podemos ver en las publicaciones de registro.

Los sentidos de **urgencia** y **riesgo**, transmitidos de forma tanto implícita como explícita en numerosas ocasiones, remiten a un aspecto fundamental del contexto histórico de los enunciados: la pandemia de Covid-19. En ambas cuentas se afirma que este acontecimiento reveló de forma inédita la urgente necesidad de combatir las causas que estuvieron detrás de la misma —en especial, la producción industrial de carne—, para evitar el surgimiento de nuevas enfermedades zoonóticas. Estos sentidos se vinculan, a su vez, con otro que define de modo más general el contexto de enunciación: lo que el movimiento socioambiental conoce como **colapso** (civilizatorio, ambiental, climático).

En tanto que discurso político portador de tales sentidos, el discurso de ambas cuentas se posiciona a sí mismo como herramienta de lucha política que busca ganar visibilidad y alcanzar el dominio de la esfera pública —virtual y concreta—.

5.4 Tipos de publicaciones

Otro de los aspectos observados en el corpus corresponde a las funciones del lenguaje. Postuladas por Jakobson (1984), las funciones se relacionan con los distintos elementos que intervienen en el acto de la comunicación (emisor, receptor, contexto, mensaje, código y canal de comunicación). Cada función destaca un aspecto específico dependiendo del objetivo principal del mensaje. Es por ello que, si bien pueden identificarse varias funciones en un mismo enunciado, siempre es una la que predomina sobre las demás.

En los enunciados analizados, la función predominante se articula, según el caso, con determinadas secuencias textuales. Según Calsamiglia Blancafort y Tusón Valls (1999) siguiendo a Adam (1992):

“Las secuencias prototípicas responden a tipos relativamente estables de combinación de enunciados, dotados de una organización reconocible por su estructura jerárquica interna (esquema) y por su unidad compositiva (plan). (p. 265).

Es decir que las secuencias se refieren a los tipos de organización del contenido en un texto o discurso y se clasifican según la intención comunicativa del emisor y la estructura interna del mensaje. Al igual que las funciones, en el conjunto de un texto puede existir una secuencia dominante y secuencias secundarias. Según Adam (1992), las secuencias son cinco: *narrativa, descriptiva, argumentativa, explicativa y dialogal*.

A partir de distintas formas de combinación entre secuencias y entre éstas y las funciones del lenguaje, en articulación con los formatos del contenido principal identificados previamente (cartel, fotografía, video, etc.), postulamos tres tipos de publicaciones en el corpus que se corresponden con los principales objetivos comunicativos de las cuentas analizadas. En la mayoría de los casos, las tres variantes se presentan en series de publicaciones o en carruseles que sostienen una identidad conceptual en lo visual y verbal.

Un aspecto importante a aclarar es el hecho de que, en tanto las publicaciones analizadas constituyen expresiones del discurso político y más allá de la tipología propuesta de acuerdo a las categorías mencionadas, nos encontramos con que la función conativa está presente en la

gran mayoría de ellas, de manera dominante o secundaria, elaborada a través de recursos diversos y que, por lo tanto, actúa como elemento nuclear de la estrategia detrás de las cuentas.

Los tres tipos principales de publicaciones identificadas son los siguientes:

- **Argumentativas:** brindan información con pretensiones de objetividad sobre las diversas aristas del tema en cuestión, presentada en forma de argumentos orientados a interpelar. Por ello, la función del lenguaje predominante es la conativa y se articula, fundamentalmente, con la secuencia argumentativa. El contenido principal se presenta bajo el formato de carteles (sólo texto lingüístico, ilustración o fotografía con texto). Veamos como ejemplo la siguiente publicación en formato carrusel de XR Argentina:





Captura 7. Carrusel de @xrArgentina. 16 de julio de 2020

En la publicación que muestra la captura N° 7 podemos observar la presencia de información precisa sobre la relación entre la pandemia, la industrialización animal y el posible acuerdo entre China y nuestro país. Los datos se presentan en forma de argumentos que sustentan la conclusión en torno a los riesgos del proyecto y la necesidad de discutir el modelo agroindustrial y de soberanía alimentaria. El pie textual, por su parte, también es argumentativo y exhortativo.

Aquí, la función conativa se manifiesta como una forma de interpelación que se nutre de la rigurosidad de los datos expresados en cifras y de los argumentos, y del carácter alarmante de la información que éstos presentan. Esta función se refuerza, además, a través del uso

explícito de modos imperativos como “Exigimos asambleas para una transición justa”, o apelativos contundentes como “Será rebelión o extinción”. Desde el punto de vista de las formas, la intencionalidad se expresa en el recurso visual de la tipografía de alto impacto — que varía en tamaño y color según la información que se busca destacar—, la fotografía de contenido delicado utilizada en la primera placa y el logo de XR de fondo que sugiere el sentido de urgencia.

- **De registro:** En este tipo de publicación el contenido principal se presenta bajo el formato de fotografías o videos. Su principal objetivo es brindar testimonio de las distintas manifestaciones que se llevaron a cabo en el espacio público, en repudio al acuerdo y a favor de diferentes causas sociales. En tanto el enunciado hace foco sobre “lo real”, es decir, el contexto, la función predominante es la referencial. En lo que refiere a las secuencias, en el caso del contenido principal, la predominante es, lógicamente, la secuencia descriptiva, mientras que en el pie textual se da una combinación de ésta con la secuencia narrativa y la argumentativa, según el caso.



Captura 8. Publicación de @xrargentina. 16 de julio de 2020

El ejemplo de la captura N° 8 se inscribe dentro de una serie conceptual de publicaciones de registro, todas ellas en formato carrusel, que muestran las manifestaciones de la Sexta Huelga Mundial por el Clima del 25 de septiembre. Se puede ver, dentro del pie textual, la clara preponderancia de la secuencia narrativa, en relación al contenido principal, y la función referencial articulada, una vez más, con la conativa. Esta última se expresa, por ejemplo, en el registro fotográfico de rostros que miran en dirección a la cámara y de carteles con mensajes con fuerte carga interpelativa, como “El agronegocio mata”; o, en el caso del texto escrito, en el uso de imperativos implícitos y de expresiones con fuerte carga afectiva.



Captura 9. Publicación de @xrargentina. 1 de septiembre de 2020

La captura N° 9 muestra un segundo ejemplo de publicación de registro con fotografías en carrusel de la cuenta de XR. En ella podemos ver, en el pie, la presencia dominante de la secuencia argumentativa. Aquí, la función conativa, articulada con la referencial, se expresa de modo similar al ejemplo anterior.

Resulta oportuno destacar que, en la mayoría de los casos, las fotografías y videos carecen de edición o manipulación notoria de la materia significativa, lo que hace que este tipo

de publicación cuenta con un plus de fidelidad y transparencia que refuerza las intenciones comunicativas de los enunciados.

- **De convocatoria:** estas publicaciones tienen por objetivo principal el llamado a la participación en eventos como la movilización del 25 de agosto del 2021 contra el acuerdo porcino con China, reuniones virtuales, asambleas, entre otros. En las publicaciones que forman parte del corpus (aquellas que se vinculan temáticamente con el acuerdo) el contenido principal se presenta también en formato de cartel con texto y, en algunos casos, también con ilustraciones. Aquí la función predominante es, también, la conativa y se articula, según el caso, con las secuencias expositivo/explicativa y argumentativa. A continuación, presentamos un ejemplo:

#PLURINACIONAL

REUNION ABIERTA

Jueves 05/08 - 19 hs

- NO AL ACUERDO PORCINO
- NO HAY "PLAN VERDE" CON FRACKING Y MEGAMINERÍA
- Y TODAS LAS LUCHAS AMBIENTALES EN CURSO

PEDI EL LINK A: @BASTADEFALSASSOLUCIONES

#NOALACUERDOPORCINO

COORDINADORA
BFS
BASTA DE FALSAS SOLUCIONES

bastadefalsassoluciones

Sumate a la reunión el Jueves 05/08 19 hs.

Pedinos el link por mensaje privado

[#NOALACUERDOPORCINOCONCHINA](#)
[#NoAlAcuerdoPorcino](#)
[#NoHayPlanVerdeConFracking](#)
[#BastaDeFalsasSoluciones](#)
[#NoalaMegaminería](#)
[#NoalFracking](#)

205 sem

caroraffo73 Quiero el link por fa 🙏

205 sem 1 Me gusta Responder

Les gusta a flaviabroffoni y 466 personas más

31 de julio de 2021

Agrega un comentario... **Publicar**

Captura 10. Publicación de @bastadefalsassoluciones. 31 de julio de 2021

Se puede observar que la función conativa opera a través de las formas típicas del discurso político, fundamentalmente los verbos imperativos explícitos: “Sumate a la reunión

del jueves”, “Pedí el link”, y las consignas políticas como “No al acuerdo porcino”, presentes tanto en el contenido principal como en el pie.

Podría postularse la presencia de la secuencia argumentativa: si bien no existe un desarrollo explícito de los elementos que típicamente estructuran una argumentación, podríamos pensar que las afirmaciones expresadas como consignas políticas funcionan como tesis que condensan argumentos ya conocidos por los usuarios y expresados en publicaciones previas.

Dentro del total de publicaciones analizadas, predominan aquellas que clasificamos como argumentativas, especialmente en la cuenta de la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones, que reúne catorce de este tipo, frente a seis en la cuenta de XR Argentina. En segundo lugar, se encuentran las publicaciones de registro, con ocho en BFS y diez en XR. Por último, las publicaciones de convocatoria aparecen únicamente en la cuenta de BFS, con un total de ocho casos.

Las tres publicaciones restantes dentro del corpus constituyen casos excepcionales que no obedecen a la clasificación de forma taxativa, porque no pertenecen estrictamente a un tipo puro o porque presentan una combinación de ellos. He aquí un ejemplo claro:



Captura 11. Publicación de @xrargentina. 30 de agosto de 2021

En la captura N° 11, vemos que el contenido principal de la publicación es una animación ilustrativa que recrea la escena de una performance realizada en el espacio público —registrada en publicaciones posteriores—, y que se acompaña con el audio de las palabras de una activista participante del evento. Podríamos aseverar que se trata de una combinación de la publicación de registro —en tanto se brinda testimonio de la manifestación—, con la publicación argumentativa, ya que su función dominante es la conativa y ésta se materializa en la intención de movilizar e interpelar de modo general a la comunidad de usuarios.

A pesar de casos aislados de indefinición como el anterior, la clasificación propuesta puede resultar útil para identificar los principales objetivos del colectivo detrás de su activismo en redes, a saber: registrar y hacer visibles las expresiones de acción directa en el espacio público; interpelar a través de información objetiva sobre las causas que se militan; utilizar las posibilidades que ofrece la red social como medio de convocatoria a acciones colectivas de movilización, protesta y debate y de presión social.

5.5 Atributos de registro

En este apartado abordaremos el discurso del movimiento socioambiental — representado en las dos cuentas de instagram seleccionadas—, desde el punto de vista de lo que se conoce como *registro* dentro de la teoría del análisis del discurso. Según Calsamiglia y Tuson (1999), el registro “se reconoce por la presencia recurrente de un conjunto de rasgos verbales que contribuyen a especificar las características que distinguen un texto de otro” (p. 327). La elección de las construcciones lingüísticas presentes en los textos y que determinan el perfil del registro, se lleva a cabo con el objetivo de adecuar el discurso a la situación de comunicación. Los factores situacionales que orientan el uso lingüístico son el *campo*, el *tenor* y el *modo* (p.328-330).

A continuación, nos centraremos en los discursos escritos —fundamentalmente en el pie textual— de las publicaciones para describir y ejemplificar los principales rasgos lingüísticos que se vinculan con estos tres factores y que nos permitieron identificar los siguientes atributos del registro:

Registro: común + especializado - informal - comprometido y confrontativo - personal
- expresivo.

Como explican Calsamiglia y Tuson (1999, p. 328), uno de los aspectos más reveladores del *campo* suele ser el léxico empleado. En las publicaciones analizadas, se evidencia una alta densidad de términos propios del campo político y del activismo ambiental que configuran un vocabulario militante y argótico. Se observa, además, una abundancia de construcciones nominales y momentos de formalización técnica. Estos rasgos constituyen marcas en los textos propias de un registro **especializado** que podemos ver a continuación:

Empezamos a trabajar en conjunto desde el 25A diciendo "No al Acuerdo Porcino con China ni con nadie", y manifestándonos contra del Plan 2020-2030 que propone el Consejo Agroindustrial Argentino junto al gobierno, un plan para más industrialización animal, deforestación, transgénicos, agrotóxicos, pueblos fumigados, desigualdad y pobreza al servicio de pagar la deuda externa. Así como también nos movilizamos ante las quemadas y desmontes que se dieron masivamente en todo el país y en apoyo a las luchas contra la megaminería y el fracking. Organizades democráticamente bajo mecanismos de debate y búsqueda de consensos, nos proponemos realizar acciones coordinadas potenciando cada reclamo sin importar cuán lejos físicamente estemos unes de otros.



Captura 12. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones. 4 de enero de 2021

🚨 Alarma el desarrollo y la idealización de la industrialización animal. El 2020 demostró la atroces consecuencias de las enfermedades zoonoticas provocadas por el hacinamiento de animales. Ni hablar del impacto ambiental que generaría la demanda excesiva de recursos para instalar las mega-granjas (más agua, más soja y maíz #transgénicos y #agrotóxicos).

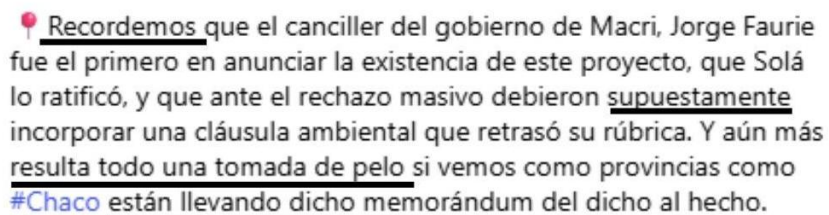
Captura 13. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones del 7 de abril de 2021

Estas marcas de especialización como característica del lenguaje empleado que reenvían al campo del activismo político en general y del ambiental en particular, se corresponden con la función referencial que abordamos en el punto 5.4 y se articulan en las secuencias expositiva y argumentativa generando textos cuya finalidad es, en parte, informar acerca de una problemática concreta con pretensiones de objetividad. La alta densidad de términos de especialidad coincide, también, con la característica inherente al diseño de la red social de promover la producción de textos breves de alto impacto, particularmente en los usos ligados al activismo político.

Como es esperable, se observa con regularidad la presencia de consignas políticas y lemas propios del movimiento en los cuales, por lo general, no se profundiza en tanto se apela a la existencia de una comunidad discursiva compartida. #NoAlAcuerdoPorcino;

#bastadefalsasoluciones; “Será rebelión o extinción”; “Si amenazan la existencia, esperen resistencia”. Estas frases breves, expresadas sobre todo en *hashtags*, cumplen con las funciones detalladas en el apartado 5.1 y constituyen una de las marcas más representativas del lenguaje activista de las cuentas de Instagram analizadas.

Aunque especializado, el registro es, también, **común e informal**. Estos atributos se expresan fundamentalmente en el tono directo y coloquial, en marcas de oralidad como el uso de pronombres personales y la interpelación al destinatario mediante el uso de la segunda persona y de imperativos, en la presencia de frases hechas y en construcciones de escasa complejidad y léxico cotidiano. A continuación, ejemplificamos con fragmentos de publicaciones en las que se pueden observar estas marcas:



Recordemos que el canciller del gobierno de Macri, Jorge Faurie fue el primero en anunciar la existencia de este proyecto, que Solá lo ratificó, y que ante el rechazo masivo debieron supuestamente incorporar una cláusula ambiental que retrasó su rúbrica. Y aún más resulta todo una tomada de pelo si vemos como provincias como #Chaco están llevando dicho memorándum del dicho al hecho.

Captura 14. Fragmento de publicación de @bastadefalsasoluciones del 3 de agosto de 2021

En la captura N° 14 se observa el tono coloquial, la presencia de frases hechas y expresiones y léxico cotidianos. El adverbio, en tanto que modalización, además de expresar duda, manifiesta la ironía del enunciador respecto de lo que está afirmando y su cuestionamiento hacia los sujetos referenciados: Felipe Solá y el gobierno de turno.

🖌️ Lleva adelante el artivismo de XR, porque además de ser profesor de pintura, de poner el cuerpo vivo y "muerto" en las acciones, de coordinar la pintada de dos murales, de hacer lindos esténciles y las caretas de papel en contra del acuerdo con China para la producción de cerdos; es un encanto de ser y conocer.

Captura 15. Fragmento de publicación de @xrargentina del 11 de septiembre de 2020

En la captura N° 15 podemos ver marcas de un lenguaje que expresa cercanía y un tono ameno y alegre como expresión de la actitud emocional del enunciador (a diferencia de la captura anterior, que manifiesta enojo, bronca). “Lindos esténciles”, “poner el cuerpo”, “es un encanto de ser y conocer”, constituyen valoraciones y expresiones propias de un registro común, informal y relajado.

Esto no se termina con el #25A! Vamos a seguir activando. Mientras, te dejamos una web con herramientas para que sigas activando e informando en tu comunidad 🙌

Captura 16. Fragmento de publicación de @xrargentina del 26 de agosto de 2021

En las marcas de la captura N° 16 se puede ver una interpelación directa al destinatario que refuerza la función conativa del lenguaje.

¡Sumate a activar con nosotrxs, solx o con tus amigues!

Captura 17. Fragmento de publicación de @xrargentina del 30 de agosto de 2021

La captura N° 17 muestra un ejemplo del uso del modo imperativo, muy frecuente en ambas cuentas, para invitar a la comunidad de usuarios a participar de las expresiones de activismo.

presidente @alferdezok . Ellos impulsan la depredación ambiental,
nosotrxs la lucha por nuestro territorio: decimos NO AL
DESARROLLO DE LAS MEGAGRANJAS PORCINAS EN CHEPES.

Captura 18. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones del 7 de abril de 2021

En la captura N° 18 se observa el uso de pronombres personales (“ellos” y “nosotros”) asociados a juicios de valor (“impulsan la depredación ambiental” y “la lucha por nuestro territorio”), expresados como los términos de una polarización. El uso del pronombre personal “nosotros” sugiere, además, cercanía y sentido de pertenencia. Al igual que la captura N° 14, el tono es confrontativo y valorativo. La construcción breve “decimos NO” y el recurso enfático y apelativo de la oración en mayúsculas, completan en este ejemplo el conjunto de marcas propias de un lenguaje común, típico del discurso político, informal y propio de las redes sociales.

Estas marcas de un registro común e informal, aunque conviven, como vimos anteriormente, con algunos tecnicismos y otros rasgos de especialización, dan cuenta de un lenguaje que busca acortar la distancia entre emisor y receptor, ampliar las fronteras de una comunidad de usuarios no restringida al mundo del activismo y operar, sobre todo, en favor de la función conativa.

Son recurrentes, a su vez, las marcas de subjetividad y de modalización que evidencian la presencia de un registro **personal** y **expresivo**, por un lado, y **comprometido** y **confrontativo**, por el otro. Veamos algunas de estas marcas en fragmentos de dos publicaciones representativas de la Coordinadora y de XR Argentina.

✳ Desde la Coordinadora
[@bastadefalsassoluciones](#) nos
sumamos al pedido de información
pública sobre este acuerdo con el
gobierno y las multinacionales chinas.
Repudiamos el ocultamiento de
información, que no hace más que
reforzar nuestra definición de seguir
hasta el final la pelea contra el
[#acuerdoporcinconchina](#).

Captura 19. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones del 3 de agosto de 2021

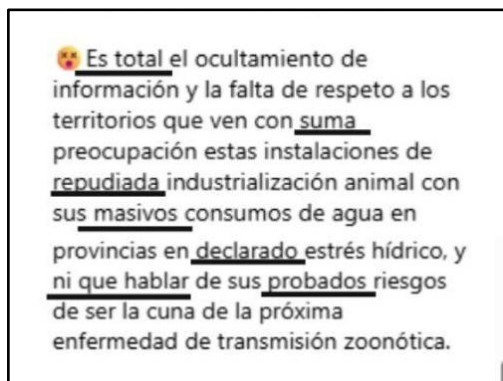
En el recorte de la captura N° 19, podemos ver la presencia de marcas de persona, como los pronombres personal y posesivo (“nos”, “nuestra”) y la conjugación de verbos en primera persona del plural (“sumamos”), que indican la presencia de un enunciador colectivo y un registro personal. Se observan, también, expresiones propias del campo del activismo político (“seguir hasta el final la pelea contra”) que, junto con el uso de indicativos con valor performativo (“repudiamos”), expresan el involucramiento de dicho enunciador con la causa a la que se refiere y configuran una posición de confrontación.

En CABA, la policía operó violentemente
y detuvo injustamente a dos activistas.
Nuestra respuesta fue unimos y hacer
una sentada colectiva para que el movil
policial no pudiera llevarse a lxs
compañerxs. Aplaudimos, cantamos,
mantuvimos la calma. Después de una
hora la policia se vio obligada a liberar
a lxs detenidxs. La única forma de
combatir la violencia institucional es
siendo noviolentos. 🍌

Captura 20. Fragmento de publicación de @xrargentina del 26 de agosto de 2020

En la captura N° 20 se observa un breve relato de las acciones llevadas a cabo por el colectivo al enfrentarse en una manifestación con la represión policial. El uso del pronombre

posesivo en “nuestra respuesta fue hacer una sentada” y de verbos en primera persona del plural, tales como “unirnos”, “aplaudimos” y “cantamos”, también configuran, además de un registro personal, el compromiso del enunciador en el relato y suponen acciones que, gracias a su éxito en el plano de lo real, argumentan su postura a favor de los métodos de protesta no violentos (sintetizada en la tesis de la última oración). Los adverbios “violentamente” e “injustamente” en tanto que modalizaciones, agregan expresividad al enunciado.



Captura 21. Fragmento de publicación de @bastadefalssasoluciones del 3 de agosto de 2021

En la captura N° 21 se ejemplifica la abundancia, en los textos, de la modalidad expresiva a través de, sobre todo, el uso frecuente de adverbios y adjetivos. Como se puede ver en las capturas N° 22, 23 y 24, son también recurrentes las modalidades de la frase asertiva y exclamativa y los modos verbales indicativo e imperativo —estos últimos, con valor performativo—, que operan sobre la función conativa o apelativa. Como destacamos en la captura N° 23 (“No podemos”), también es habitual el uso de la modalidad deóntica.

Faltan solo 5 días! En todo el país sumate a organizar una enorme acción plurinacional de lucha!

Captura 22. Fragmento de publicación de @bastadefalsassoluciones del 20 de agosto de 2021

¡No podemos seguir permitiendo que nos roben el futuro. Nos están llevando por el camino de la extinción

¡No se firma nada sin consulta popular!

Captura 23. Fragmento de publicación de @xrargentina del 26 de agosto de 2020

👉 Queremos que este acuerdo no se haga y queremos una consulta popular para que los territorios tengan el poder de decidir qué quieren.

Los territorios no quieren estas granjas porcinas, no quieren más agrotóxicos. 🌱 Quieren respirar aire puro, quieren poder vivir.

🚫 No queremos industrialización animal porque sabemos que el costo de esto es la vida de todos los ecosistemas.

👉 Queremos otro sistema que esté a favor de la vida y no queremos más terricidio, ni ecocidio.

Captura 24. Fragmento de publicación de @xrargentina del 30 de agosto de 2021

En tanto formas de expresividad y de inscripción de la subjetividad en el lenguaje, estas marcas dejan al descubierto la postura del enunciador y aportan a la construcción de la identidad del movimiento. Dan cuenta, además, del tipo de relación que los enunciadores entablan con sus interlocutores: en este caso, de simetría y complicidad para con la comunidad de usuarios y de confrontación con aquellos a quienes se postula como adversarios.

Por último, las formas de modalidad mencionadas se vinculan con la intención resumida en la frase “Digan la verdad” que el movimiento, en especial XR, adoptó como consigna

política: informar sobre asuntos delicados y urgentes sin una búsqueda por atenuar los posibles efectos negativos de la información en los interlocutores. Por el contrario, podemos observar en los ejemplos la presencia de elementos que acentúan la fuerza ilocutiva declarativa y exhortativa.

No resulta significativa la presencia de elementos lingüísticos que cumplan una función poética en la redacción de los posteos.

Como ya expresamos a través de Calsamiglia y Tuson (1999), la situación de comunicación condiciona el uso de los elementos verbales que a su vez determinan estos atributos del registro. En los textos que analizamos, la situación de comunicación está definida por las características propias de la interacción en redes sociales y del activismo político como uso social habilitado por la plataforma Instagram.

Ahora bien, como destacan estas autoras, “si lo consideramos a la inversa, un texto con un registro determinado puede crear una situación o ser una representación de ésta” (p.327). Teniendo en cuenta las regularidades observadas, podríamos postular que el lenguaje propio del activismo en redes replica en forma y contenido los enunciados (en pancartas, discursos orales, performances, etc.) que circulan en el espacio público durante las manifestaciones de lucha política y que pueden observarse en la propia red social, a través de las publicaciones de registro fotográfico y audiovisual. Al igual que el discurso de la copresencia, el discurso virtual se vale de los recursos analizados para llamar a la reflexión, proclamar objetivos y consignas políticas, señalar al adversario, instituir un colectivo e invitar a ser parte del movimiento.

5.6 Uso del *nosotros* y construcción del adversario

Si consideramos los enunciados analizados como discursos políticos, resulta relevante indagar en los modos de enunciación a través de los cuales se construye, por un lado, la figura de los emisores y, por el otro, la de sus destinatarios. Para ello resulta útil, en primer lugar, el trabajo de Mariana Garzón Rogé (2009), quien retoma a Benveniste para determinar los modos de aplicación de la primera persona del plural:

“Benveniste señala que “nosotros” siempre es una conjunción entre “yo” y un “no-yo” (yo + no-yo) más que una multiplicación de objetos idénticos (yo + yo). Únicamente la tercera persona (él), que para el autor es una “no-persona”, puede ser verdaderamente pluralizada, gracias a su carácter “no-personal”.

El “yo” es constitutivo del “nosotros”, pero a él se agrega un “no-yo” que puede representar distintos elementos. El “no-yo” puede hacer referencia a contenidos precisos o puede ser una “dilatación” con contenidos de contornos vagos. Es decir que el “no-yo” puede tener un contenido específico (como “ustedes” o “ellos”) o simplemente ser una dilatación difusa de “yo”.

En el primer caso (“no-yo” de contenido preciso) se habla de dos tipos de “nosotros”: el “nosotros inclusivo” (yo + tú o ustedes) y el “nosotros exclusivo” (yo + él o ellos). Benveniste remarcó que en ambos tipos de “nosotros” con contenido precisos, es siempre una “persona” gramatical la que predomina, es decir que nunca predomina la llamada tercera persona, que para el autor no es una “persona”¹ (p. 93).

Tenemos, entonces tres aplicaciones del “nosotros”:

- Nosotros inclusivo (yo + tú/ustedes), donde predomina la segunda persona (no-subjetiva) “tu”, es decir, el acento está puesto sobre el alocutario;
- Nosotros exclusivo (yo + él/ellos), donde se excluye al alocutario (tú) y se pone el acento en el “yo”;
- Y un tercer nosotros “cuya dilatación incluiría un conjunto indistinto de otras personas. Se trata de un “no-yo” de contenidos vagos, amplificadas y difusas que tiene mucha fuerza persuasiva” (Garzón Roge, 2009, p. 94-95).

¹ Respecto de la afirmación de Benveniste según la cual el pronombre “él” expresa una “no-persona” en tanto se refiere a alguien o algo que queda fuera del intercambio comunicativo, Kerbrat Orecchioni (1997) disiente:

Más grave es la afirmación de que la función del pronombre “él” sería la de expresar la “no- persona” (p.228) la cual nos parece directamente falsa (...). Es verdad que “ 'él' no designa específicamente por sí nada ni a nadie” (p. 230). Pero si “por sí” debemos interpretarlo como “fuera de la actualización” (y no se ve qué otra cosa podría significar esa expresión), entonces lo mismo vale para el “yo” y el “tú”. La única diferencia es que generalmente el pronombre “él”, para recibir un contenido referencial preciso, necesita determinaciones contextuales de las cuales pueden prescindir el “yo” y el “tú”. (p. 56)

En segundo lugar, haremos referencia a las categorías elaboradas por Eliseo Verón (1987) acerca de los tipos de destinatarios que todo enunciado, dentro del campo discursivo de lo político, configura:

- Un prodestinatario (destinatario positivo): aquél alineado con el enunciador, con quien comparte valores, creencias y objetivos. Su lazo con éste se basa en una creencia presupuesta.
- Un contradestinatario (destinatario negativo): Es aquél que se encuentra excluido. Es el opositor ideológico o adversario. Su lazo con el enunciador reposa en una inversión de la creencia: lo que es verdadero para el enunciador será falso para el contradestinatario y viceversa.
- Un paradesinatario: Es el destinatario ambivalente, intermedio o indeciso. No está claramente alineado ni en contra.

En tanto se trata de cuentas pertenecientes a agrupaciones sociales, el enunciador, en ambos casos, se instituye a sí mismo como un *yo* colectivo (en ningún momento enuncia un sujeto individual que se erija como portavoz de ese colectivo) mediante la conjugación de la primera persona del plural. Tanto en el caso de la Coordinadora Basta de Falsas Soluciones como de XR Argentina, dicha conjugación alterna la apelación a un nosotros exclusivo con la apelación a un nosotros inclusivo que incorpora al receptor.

Como ejemplo de apelación al nosotros exclusivo, en la primera publicación de la cuenta de la coordinadora destinada a presentar al colectivo, podemos ver claramente los tipos de agrupaciones que lo componen pero que tienen, sin embargo, existencia propia por fuera del mismo:

“Bajo el nombre de Coordinadora Basta De Falsas Soluciones, organizaciones sociales, ambientales, movimientos, colectivos, agrupaciones antiespecistas, partidos políticos y autoconvocadxs estamos sumando fuerzas para luchar en contra del vigente modelo extractivista ecocida y terricida”.

Mediante el uso del nosotros exclusivo, el enunciador configura un prodestinatario colectivizado, un “ellos” constituido fundamentalmente por estas otras organizaciones

alineadas con la coordinadora y a quienes se refiere para reforzar su adhesión, consolidar su identidad y mantener su compromiso.

En el caso de XR, si bien la cuenta pertenece a una única agrupación, su modo de enunciación a menudo la incluye, haciendo uso de un *nosotros exclusivo* (yo plural + ellos), dentro de un colectivo que alberga otras identidades, entre las que se encuentran varias de aquellas que conforman la coordinadora BFS.

“Este #25A múltiples organizaciones y activistas autoconvocadxs tomamos acción en puntos estratégicos del país para exigir una transición urgente a un sistema alimentario justo, saludable y sostenible”.

Nuestrxs rebeldes rojxs salieron a la calle. Siluetas de color sangre, la que compartimos y nos conecta con otras especies, con la tierra y con la vida toda en un único ADN”.

En los enunciados de la cuenta de BFS que apelan a un nosotros inclusivo, se observó la tendencia a hacer del colectivo la representación o el portavoz de una universalidad que coincide con el conjunto de la comunidad de usuarios, donde el “Tú” configura un paradesinatario individualizado mediante el uso de la segunda persona del singular. Este último se identifica, sobre todo, con el usuario genérico espectador, indeciso, pasivo, a quien se dirige toda la fuerza persuasiva del discurso con el objetivo de interpelar y motivar su puesta en acción. La relación que se entabla entre el enunciador y este destinatario es de clara simetría.

Ejemplos de apelación al nosotros inclusivo que reenvía a un paradesinatario:

“El lunes 19 de julio a las 19 hs te invitamos a la Reunion Abierta para discutir cómo seguimos accionando contra el #extractivismo”².

“El miércoles 25 de agosto salimos nuevamente a las calles para decir #NoAlAcuerdoPorcinoConChina ni con nadie”.

² El nosotros inclusivo se enuncia a través de “seguimos”, mientras que, “invitamos”, expresa un nosotros exclusivo.

En el caso de XR Argentina, la utilización del nosotros inclusivo también se relaciona con la tendencia a hacer del colectivo enunciador el portavoz de una pluralidad, pero en ella, a diferencia de los modos de enunciación de la coordinadora, el “Ustedes” incluye tanto a un prodestinatario (colectivizado, que abarca a otras agrupaciones y al público en general) como a un paradesinatario (colectivizado e individualizado, según la ocasión). Este último tiene un peso mayor en comparación con los enunciados de BFS. Se lo señala no sólo como destinatario al cual persuadir y convocar, sino también como agente responsable del destino de la comunidad:

“No podemos seguir permitiendo que nos roben el futuro. Nos están llevando por el camino de la extinción”

“Estamos todes cumpliendo las normas de un sistema que nos está exterminando”

El uso que hacen ambas cuentas del nosotros, tanto inclusivo como exclusivo, cumple, además, con la intención de delimitar claramente las fronteras del colectivo (y del universal al cual representa) en oposición a un adversario con el cual se sostiene una relación de antagonismo y que se presenta como claro contradestinatario, a quien se busca denunciar, deslegitimar y presionar.

Nosotros inclusivo:

BFS: *“En todo nuestro país #plurinacional se desarrollarán marchas, concentraciones, artivismos e informativos para defender nuestro territorio de este vergonzoso negociado”*

XR Argentina: *“¿Estamos dispuestxs a organizarnos con suficiente coraje para que nadie salga y entre de la Casa Rosada hasta que no salgan a preguntarnos cómo caraj0 queremos vivir en este país?”*

Nosotros exclusivo:

BFS: *“Desde la Coordinadora @bastadefalsassoluciones nos sumamos al pedido de información pública sobre este acuerdo con el gobierno y las multinacionales chinas. Repudiamos el ocultamiento de*

información, que no hace más que reforzar nuestra definición de seguir hasta el final la pelea contra el #acuerdoporcinconchina.”

XR Argentina: “Desde Rebelión o Extinción exigimos que los gobiernos #AbranLaDemocracia y que creen mecanismos de participación ciudadana para planificar una transición climática y ecológica justa”.

“Por eso denunciamos al intendente Cristián Pérez y al gobernador @ricardocquintela y al presidente @alferdezok . Ellos impulsan la depredación ambiental, nosotrxs la lucha por nuestro territorio”.

La presencia de la figura de un adversario al que se configura como contradestinatario, en relación al uso del nosotros (inclusivo y exclusivo), remarca la dimensión polémica de estos enunciados y los ubica en el campo del discurso político. Dicho adversario, delimitado claramente sobre todo en las publicaciones de la Coordinadora, se identifica con los actores que las agrupaciones señalan como responsables locales de la problemática del acuerdo porcino. Como se detalló en el apartado 5.3.1, estos actores son, fundamentalmente, los gobiernos provinciales y nacionales de turno, las empresas extractivistas y el Consejo Agroindustrial Argentino.

Además de los dispositivos lingüísticos y teniendo en cuenta que analizamos discursos multimodales, la publicación de contenido visual y audiovisual a través de fotografías, videos y animaciones que registran las expresiones de activismo en el espacio público, también supone una herramienta fundamental de construcción y reforzamiento de la identidad del colectivo y su legitimación. Los objetos, sujetos, acciones y entornos materiales documentados operan como huellas simbólicas que participan activamente en esa construcción: el grupo, la pancarta, los cuerpos intervenidos, además de constituir las marcas visuales más representativas de la situación comunicacional —definida por la lucha política en el mundo de la calle—, devienen en figuras capaces de condensar ideas, valores y estrategias (abordados en el apartado 5.3.3) que caracterizan al colectivo en cuestión.

En resumen, podemos remarcar que, en tanto casos propios del campo discursivo de lo político, los enunciados estudiados presentan un repertorio de recursos visuales y lingüísticos que en su articulación consolidan la imagen del colectivo enunciador, configuran a sus

destinatarios —a los cuales se busca interpelar y convocar—, y a un adversario como contradestinatario con el cual el discurso busca marcar diferencias y polemizar.

6 Acerca de la articulación de visibilidades

Al comienzo del trabajo mencionamos, respecto del caso de estudio, el hecho de que las acciones de activismo contra el acuerdo porcino con China presentaron, como rasgo distintivo, la articulación dialógica entre su visibilidad mediática y su visibilidad en contextos de copresencia. Y que dicha articulación fue determinante en la consolidación de un *nosotros* capaz de conformar un “espacio de autonomía” (Castells, 2011), una “amalgama flexible de los espacios *online/offline*” (Vazquez, 2015).

Ahora bien, ¿cómo se manifiesta, concretamente esa articulación? Teniendo en cuenta que en este trabajo no se realizaron observaciones sobre la copresencia, ¿a partir de qué marcas en los posteos podemos corroborarla?

En primer lugar, cabe señalar que la mayoría de las publicaciones se realizaron en fechas próximas a jornadas de movilización, como la del 25A, ya sea con fines de convocatoria o, a *posteriori*, para registrar lo ocurrido durante las manifestaciones y darles visibilidad.

En segundo lugar, la abundancia de publicaciones que registran de manera directa en fotografías y videos lo que ocurre en el mundo de la calle, da cuenta de esa coincidencia de visibilidades en el sentido de que gran parte de lo que se ve de la problemática en redes es lo que se ve de ella también en el espacio público: las manifestaciones de rechazo y resistencia, la protesta, la denuncia, etc.

Por último, la articulación de visibilidades se observa también en las coincidencias discursivas entre ambos contextos: lo que se dice en el pie textual o en los carteles diseñados para la plataforma es lo que se dice, a menudo, en los discursos de la copresencia que son visibilizados en la plataforma: en la oralidad de conferencias y performances y, más frecuentemente, en los textos que se pueden leer en las pancartas de los manifestantes.

Estas cuestiones revelan la interdependencia de ambas formas de activismo como característica distintiva de tiempos en los que las redes sociales han impregnado casi la totalidad de las dimensiones de nuestra vida en sociedad, y donde, en el devenir de movimientos como el socioambiental, la presencia material y concreta de cuerpos

colectivizados que se expresan desde la protesta, la denuncia y la propuesta en el mundo de la calle, continúa desempeñando un papel sustancial en la actividad política de las comunidades.

7. Conclusiones

Esta tesina se propuso dirigirse a una experiencia de activismo político que logró combinar las manifestaciones de protesta en el espacio público con la visibilidad de sus enunciados en redes sociales. Con el objetivo de hallar regularidades que permitan caracterizar el discurso del movimiento socioambiental en la red social Instagram, se procedió a describir y analizar diversos aspectos de la construcción discursiva multimodal de las publicaciones realizadas por dos cuentas representativas de dicho movimiento, que abordaron la problemática del acuerdo porcino con China durante los años 2020 y 2021.

Previamente, se refirió a esta experiencia de participación política como un caso de creación de espacio de autonomía (Castells, 2011) que da cuenta de la articulación que une de manera inextricable, en el devenir de los movimientos sociales contemporáneos, el activismo en el espacio público con aquel que se lleva a cabo en los entornos digitales de las redes sociales. Al interior del debate sobre la relación entre las mediatizaciones y las nuevas formas de lo público, se argumentó que, actualmente, la actividad en redes sociales constituye un componente insoslayable en la configuración de una esfera pública múltiple y móvil que incorpora nuevas formas de visibilidad.

En primer lugar, la exploración de los recursos multimodales evidenció un uso estratégico de las posibilidades expresivas que ofrece la plataforma: la heterogeneidad de formatos y combinaciones entre texto, imagen y video, entre otros elementos, no responde a un empleo arbitrario, sino a decisiones orientadas por objetivos comunicativos específicos y coherentes con la identidad y las finalidades de las agrupaciones analizadas. En este marco, la complementariedad, como modalidad de interacción preponderante entre las celdas, da cuenta de una construcción de sentido integrada en la que cada modo semiótico contribuye desde su especificidad.

El examen temático y enunciativo, tanto en el registro denotado como connotado de los discursos, permitió observar que la problemática del acuerdo porcino con China se organiza en torno a ejes vertebradores reiterados que coinciden con algunos de los principales núcleos de significación del campo socioambiental contemporáneo. Esta estructuración da cuenta de una estrategia discursiva que combina, sin contradicción, la apelación a la complejidad del

fenómeno con una clara polarización valorativa que permiten simplificar la posición ideológica y reconocer la trama de factores que sostienen la problemática. Desde este lugar, el discurso no se limita a describir el conflicto, sino que se posiciona como práctica política y como producción de sentido orientada a ejercer presión social y construir horizontes posibles.

Desde una perspectiva lingüística, los posteos se caracterizan por un registro híbrido — a la vez común y especializado— que combina rasgos de la expresividad y emotividad propias del lenguaje cotidiano con un tono comprometido y confrontativo, típico del discurso político y militante. Su eficacia comunicativa radica en la tensión que se produce entre un lenguaje que informa y, al mismo tiempo, interpela. En este sentido, la tipología de publicaciones que se propone revela a las tres funciones principales —visibilizar, informar/argumentar y convocar— como pilares de un discurso militante adaptado al ecosistema digital.

También en el plano enunciativo, la construcción del *yo* colectivo mediante la alternancia entre un *nosotros* exclusivo e inclusivo da cuenta de una doble operación: la afirmación identitaria y la apertura hacia otros. A la vez que refuerza la cohesión del grupo militante, el discurso extiende su horizonte de interlocución, invitando al receptor a tomar partido y a reconocerse como parte del colectivo. Esta operación enunciativa se sostiene, además, sobre la demarcación de un adversario con el cual se antagoniza, de un contradestinatario indispensable para la configuración de la propia identidad discursiva del movimiento.

Por último, respecto de las formas concretas en que se manifiesta, en las publicaciones de las cuentas analizadas, la articulación de visibilidades, se concluye que la coincidencia temporal y temática entre los enunciados de ambas cuentas en Instagram y los discursos de la copresencia, sugiere una sinergia entre ambos territorios de la acción política: la visibilidad digital refuerza la presencia física y ésta, a su vez, sustenta y legitima la producción de sentido en redes.

A modo de aclaración, cabe señalar que, si bien el estudio se centró en las regularidades compartidas por ambas cuentas, también se identificaron algunas diferencias que sugieren dos estilos complementarios al interior del discurso del movimiento socioambiental. Si bien comparten los objetivos fundamentales de interpelación y presión social, difieren en los modos de configuración discursiva detrás de los mismos. En BFS el foco parece estar puesto en los recursos informativos al servicio de la argumentación y la denuncia, y en la convocatoria

directa a las acciones colectivas. En consecuencia, en esta cuenta predomina el formato de publicación única con ilustraciones y texto y prevalecen los posteos argumentativos. XR Argentina, en cambio, parece apelar al efecto movilizador, provocador y reflexivo a través de, fundamentalmente, la documentación directa y transparente de las manifestaciones de activismo en el espacio público. Es por esto que su formato de publicación más frecuente es el de carrusel con videos y fotografías de registro.

Por otro lado, en relación a la dimensión temática y al posicionamiento enunciativo en los discursos analizados, se observó que XR Argentina enmarca la problemática del acuerdo porcino principalmente en la crisis climática y ecológica, mientras que BFS, en el modelo extractivista. Esta diferencia de conceptualización puede atribuirse a una distinción en la génesis e identidad de las agrupaciones: en el primer caso, tenemos un colectivo derivado de los movimientos en Europa contra el cambio climático, concebido como problemática que afecta, de modo general, a todo el globo. Del otro lado, la Coordinadora surgió en Argentina para reunir a un conjunto heterogéneo de entidades que se oponen —con una impronta local que contempla las particularidades de nuestro territorio—, a las causas y consecuencias del modelo socioeconómico basado en la extracción de recursos naturales con impactos ambientales y sociales. Estas distinciones, sin embargo, no suponen contradicciones sino abordajes sinérgicos con numerosos puntos en común dentro del discurso socioambiental.

En conjunto, los resultados evidencian que el activismo socioambiental despliega en Instagram una práctica comunicacional compleja que se articula con la discursividad de la lucha política en la calle y que combina información, denuncia, e interpelación en un entramado multimodal heterogéneo orientado a fortalecer la visibilidad e identidad del movimiento y su capacidad de incidencia en la esfera pública. Este estudio contribuye, así, a comprender cómo las redes sociales se integran al repertorio de acción colectiva contemporáneo, no como sustituto del territorio, sino como complemento en un nuevo escenario de disputa simbólica y construcción política.

Finalmente, este trabajo aspira a constituir un aporte para futuras investigaciones que se propongan profundizar en los modos de construcción de sentido en redes por parte de los movimientos sociales. Asimismo, busca incentivar el estudio acerca de cómo el uso de redes sociales redefine las formas de construir y habitar lo público y de producir lo político en la actualidad.

8. Referencias

8.1 Bibliografía

Adama, J. (1992). *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*. Nathan.

Alarcón, M. y Cárdenas, C. (2021). Convocatoria de protesta a través de Instagram, un análisis socio cognitivo de estrategias discursivas en el contexto del movimiento social en Chile (2019-2020). *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 127-149.
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1524>

Aranda, D. (2015). *Tierra arrasada. Petróleo, soja, pasteras y megaminería. Radiografía de la Argentina del siglo XXI*. Sudamericana.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Paidós.

Calsamiglia Blancafort, H. y Tusón Valls, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Ariel.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza.

Dahlgren, P. (2018). La participación en línea en la esfera pública. Las ambigüedades del afecto. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13(1), 25-47. DOI:
<https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2824>

Dahlgren, P. (2008). El espacio público y los medios ¿Una nueva era? En VEYRAT-MASSON y DAYAN (comps.), *Espacios públicos en imágenes*. Gedisa.

Diviani, R., Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, M. (2016). Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?. *Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 211-229. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.12>

Fernández, J. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *In Mediaciones de la Comunicación*, 11, 71-96. <https://doi.org/10.18861/ic.2016.11.11.2618>

Fernández, J. (2018). *Plataformas mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Crujía.

Fernández, J. (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. La Crujía.

Garzón Rogé, M. (2009). La construcción imaginaria de los límites políticos a través de las personas gramaticales y los enunciados polifónicos: el caso del discurso de Néstor Kirchner. En *Anclajes*, 13, 13 (pp. 91-113).

Gindin, I., Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, M. (2017). Mediatización, visibilidades y circulación de discursos sobre lo público-político en torno al caso #RosarioSangra. Notas para la delimitación de un objeto de estudio, en BUSSO, M. y CAMUSSO, M. (Ed.), *Mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público* (1 a ed., pp. 107-127). UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario

Grillo, M. (2006). La participación del público en los medios o la política en el mercado. En Grillo, M., Rizzo, A. y Berti, S. (comps.) *Con los medios de por medios*. Universidad Nacional de Río Cuarto.

Jakobson, R. (1984). Lingüística y poética (I. Kovensky, Trad.). En *Ensayos de lingüística general* (pp. 347–361). Ariel. (Trabajo original publicado en 1960)

Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje* (M. Arancibia, Trad.). Buenos Aires: Edicial.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold Publishers.

Negt, O. (2007). *L'espace public oppositionnel*. Payot

Raimondo Anselmino, N. y Bertone, M. (2013). Prensa y redes sociales en Internet: Aproximaciones a la relación de dos diarios argentinos en línea con Facebook y Twitter. *Brazilian Journalism Research*, 9(2), 110–131. <https://doi.org/10.25200/BJR.v9n2.2013.586>

Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, M. (2014). Redes, medios y esfera pública en tiempos de post-mass-mediatización, en ROVETTO F. y REVIGLIO M., *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (1 a ed., pp. 146-156). UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario

Raimondo Anselmino, N. y Reviglio, M. (2017a). Candidatos no deliberantes: los postulantes al órgano legislativo de Rosario en Facebook. *De Prácticas y Discursos*. *Cuadernos de Ciencias Sociales*, 5(7), 1-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.30972/dpd.571206>

Raimondo Anselmino, N. y Reviglio M. (2017b). Visibilidad mediática y RSI. El lugar de la cobertura mediática en los posteos de Facebook de los principales candidatos al órgano legislativo de la ciudad de Rosario en 2015. *Más poder local. Revista de comunicación política e institucional*, (30), 6-9. <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/issue/view/17/17>

Rusconi, C. (2006). Espacio público mediático, comunidad y ciudadanía. En Grillo, M., Rizzo, A. y Berti, S. (comps.) *Con los medios de por medios*. Universidad Nacional de Río Cuarto.

Sambrana, A. (2023). *Comentarios en redes y géneros discursivos. Aspectos temáticos, retóricos y enunciativos de los comentarios en Facebook en el marco de una campaña electoral. Rosario, 2015* [Tesina de licenciatura, Universidad Nacional de Rosario]. Repositorio Hipermedial UNR. <https://rephip.unr.edu.ar/items/6ca34c73-cd43-45ac-a90c-1d6c851084bf>

Steimberg, O. (1993). *Semiótica de los medios masivos*. Atuel.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.

Valdettaro, S. (2011). “Audiencias: de las ‘redes sociales’ a las ‘asociaciones en red’”, en Valdettaro, S. (dir.) *Interfaces y pantallas: análisis de dispositivos de comunicación*. UNR Editora.

Valdettaro, S. (2012) “Fuego-Revolución-Tecnología. La masa te pasa a buscar”, en Carlón, M. y Fausto Neto, A. (comps.) *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. La Crujía.

Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. UNR Editora.

Vázquez, M. (2015). La visibilidad de lo público. Visibilidad y perspectiva política de la esfera pública virtual. *Revista Question*, 1(45), 224-236. <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2360/2109>.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa: Observaciones sobre la enunciación política. En Arfuch, L., Chirico, M., De Ipola, E., Goldman, N., González Bombal, M., Landi, O., & Verón, E. (Eds.), *El discurso político: Lenguajes y acontecimientos*. Hachette.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Gedisa.

Ulla, T. (2022). Las personas. En T. Marchini (Ed.), *Clima, El desafío de diseño más grande de todos los tiempos* (pp. 94-137). El Gato y La Caja.

7.2 Documentos de Internet:

Extinction Rebellion Argentina. (s.f.). *Nosotros*. <https://xrargentina.org/nosotros.php>

Goldschmidt, M. (12 de noviembre de 2020). *El futuro llegó hace rato*. Agencia Tierra Viva <https://agenciaterraviva.com.ar/el-futuro-llego-hace-rato/>

Guadagno, L. (25 de marzo de 2021). *Lo que mata es el extractivismo*. Agencia Tierra Viva <https://agenciaterraviva.com.ar/lo-que-mata-es-el-extractivismo/>

Kemp, S. (3 de marzo de 2025). *Digital 2025: Argentina*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-argentina>

Lag, N. (18 de noviembre de 2020). *Megafactorías porcinas: la salud hecha un chiquero*. Agencia Tierra Viva <https://agenciaterraviva.com.ar/megafactorias-porcinas-la-salud-hecha-un-chiquero/>

Orozco, G. (2023). *Acción directa para construir cambios e inspirar*. Cervus. <https://cervusatelier.com/accion-directa-para-construir-cambios-e-inspirar/>

Revista Cítrica (25 de agosto de 2021). *Basta de falsas soluciones*. Revista crítica <https://revistacitrica.com/basta-de-falsas-soluciones.html>