

Comunidades sociodigitalizadas y luchas ambientales en red: el caso Ecos Córdoba

Año
2018

Autoras
Lacey, Carina y López, Cecilia

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Lacey, C. y López, C. (2018). *Comunidades sociodigitalizadas y luchas ambientales en red: el caso Ecos Córdoba*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



"Comunidades sociodigitalizadas y luchas ambientales en red: el caso ECOS CORDOBA"

Lacey Carina y López Cecilia. 2018

Resumen:

Los actuales procesos de acumulación, nos invitan a reflexionar sobre las nuevas geografías del capitalismo y sus consecuencias. Asimismo las luchas en defensa de derechos y el ambiente hacen de la palabra red un término clave. El vocablo red denomina tanto una forma de organización social como una infraestructura de comunicación. En ese sentido, dando cuenta de la nueva estructura social de la economía capitalista globalizada, Castell (2009) se referirá a la "sociedad red".

La presente ponencia forma parte de una línea del proyecto de investigación "Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil entre 2016 y 2017", describiendo el proceso mediante el cual se produce la internalización y sentido de apropiación de los espacios de participación de la sociedad civil y su capacidad para impactar en las agendas domésticas de Argentina y Brasil en el marco Latinoamericano. Para ello se aborda el proceso de construcción de ciudadanía teniendo en cuenta el sentido de pertenencia que poseen las sociedades sobre su condición de "comunidades sociodigitalizadas". Las agendas ciudadanas se han idomodificando, así la cuestión medioambiental fue tomando relevancia en el cuestionamiento social y las prácticas democráticas.

El caso, aquí estudiado, ECOS CORDOBA es un medio formado por un grupo de periodistas y comunicadores que trabaja de manera coordinada y colaborativamente con diferentes organizaciones ambientales, assembleístas y ciudadanos afectados en la provincia de Córdoba. Se trata de un proyecto colectivo fundamentalmente de comunicación, pero que a través de las TIC le permiten articular diferentes prácticas de lucha y la difusión de alternativas al modelo económico extractivista para contribuir a la conciencia social de un modelo productivo agroecológico en Argentina.

En esta investigación buscamos indagar si la participación digital puede trasladarse a acciones concretas fuera de este ámbito, movilizándolo a otros sectores de la sociedad.

Introducción

En la actualidad los problemas socio-ambientales pueden ser considerados problemas públicos, que requieren la activa participación y conocimiento de la sociedad. En ese sentido, es necesario que se realicen actividades e investigaciones que permitan profundizar aspectos democráticos para la formulación y aplicación de políticas públicas que aborden la protección ambiental en un sentido integral, como requisito indispensable para el pleno ejercicio de derechos y el desarrollo de una vida plena (Lacey, 2017).

América Latina cuenta con vastas experiencias de solidaridad entre las luchas ambientales, principalmente respecto a la contaminación, la soberanía alimentaria y el territorio. Sin embargo, poco se aporta a la reflexión teórica en torno al "poder constituyente y la potencialidad política de la acción en red" (Rosas Landa y otros, 2014) para aumentar las posibilidades de actuación en nuevos escenarios, alentar la formación de una institucionalidad política, la renovación de las tradicionales formas de lucha de los movimientos sociales e inclusive de la posibilidad de una nueva subjetividad. Estas nuevas subjetividades en los escenarios virtuales son producto de la "*cultura de la conectividad*" (Van Dijck, 2016), que se construye a partir de ecosistemas *online* que brindan las diferentes plataformas tecnológicas, que convergen los nuevos y viejos medios de comunicación y el potencial de los usuarios dentro de la *red* de relaciones humanas. Estos nuevos espacios virtuales *re-significan* los conceptos de "*lo social*", "*la participación*" y "*la colaboración*".

Este fenómeno implica un nivel "*transpolítico*" (Trininho, 2006) que cuestiona las formas de poder convencionales en la región, en búsqueda de la construcción de una nueva subjetividad que sea representativa de la ciudadanía en pos del cuidado ambiental. La comunicación y los nuevos entornos virtuales de dichas comunidades transfronterizas invitan a nuevos planteos y sentidos alrededor de la idea de democracia y participación. También las agendas ciudadanas se van modificando, así la cuestión medioambiental fue tomando relevancia en el cuestionamiento social y las prácticas democráticas. De igual manera la actividad ciudadana se potencia utilizando las herramientas de las Tecnologías de Información y

Comunicación (TIC), “*construyendo realidades sociodigitalizadas*” que disputan los discursos hegemónicos (Rodríguez y Theiler, 2017).

Los actuales procesos de acumulación y socialización, nos invitan a reflexionar sobre las nuevas geografías del capitalismo y sus consecuencias dentro del proceso de globalización en un mundo interconectado. Asimismo las luchas en defensa de derechos y el ambiente hacen de la palabra *red* un término clave para entender las nuevas lógicas de esa *sociedad red* (Castel, 2009). Ante este escenario complejo, la inteligencia colectiva de luchas por el medioambiente saludable es interpelada para afrontar *problemas trans-territoriales* que exceden el espacio nacional, al mismo tiempo que confronta el poder político y comunicacional convencional, dialogando con la región en busca de una nueva subjetividad. Simultáneamente, los cambios tecnológicos e internet, instalan nuevas formas de conocimiento, de conexión y de circulación de contenidos, estructurando una forma inédita de estar con otros, de interconectarse en espacios virtuales, produciendo una “*sociabilidad conectada*”, donde tecnologías y usuarios evolucionan y son influenciados mutuamente, afectando la vida *offline* (Van Dijck, 2016), las prácticas y las estrategias de lucha movimentistas.

Tomando en cuenta ese nuevo escenario de conectividad virtual *Ecos Córdoba* convoca a participar de una red de comunicación ambiental en medios virtuales para canalizar las vías de comunicación y emprender un trabajo colectivo de difusión de la lucha por la protección del medio ambiente en nuestra provincia, disputando el discurso hegemónico ambiental. Este colectivo se constituye así en nuestra unidad de análisis para investigar la problemática medioambiental como nuevo conflicto social a partir de la comunicación y participación ciudadana *online* que implica la construcción de “*comunidades sociodigitalizadas*” y la posible transpolación del activismo a la vida *offline*, reconstruyendo el espacio público.

Para la exposición de este trabajo presentamos en una primera parte la introducción, la metodología de trabajo y desarrollo de conceptos teóricos; mientras que, en una segunda parte, volcamos los datos arrojados en nuestra investigación como así también unas breves palabras a modo de conclusión y cierre.

Metodología de trabajo

La presente ponencia forma parte de una línea investigativa en el marco del proyecto de investigación más amplio desarrollado por la Universidad Nacional de Villa María (UNVM), denominado: “*Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil entre 2016 y 2017*”, donde nos proponemos describir el proceso mediante el cual se produce la internalización y sentido de apropiación de los espacios de participación de la sociedad civil y su capacidad para impactar en las agendas domésticas de Argentina y Brasil en el contexto Latinoamericano.

En este caso la unidad de análisis es la comunidad *EcosCordoba*. Para ello se aborda el proceso de construcción de ciudadanía y la apropiación de los espacios de participación, teniendo en cuenta el sentido de pertenencia que posee esta sociedad sobre su condición de *comunidad* sociodigitalizada para impactar en el ámbito nacional.

Para el análisis de esta comunidad uno de los ejes utilizados en la investigación fueron los aportes teóricos de Eliseo Verón (1996) referido a los destinatarios del discurso político de la comunidad *EcosCórdoba*: prodestinatario (como refuerzo de destinación), el paradestinatario (que se debe convencer) y el contradestinatario (adversario o antagonico).

El proyecto implicó un diseño cuali-cuantitativo que combinó entrevistas semiestructuradas a informantes clave sobre guiones contruidos a partir de categorías teóricas y empíricas; análisis de contenido de base cuantitativa de redes sociales con importantes niveles de participación en el ámbito seleccionado: facebook.

En el trabajo se recupera los resultados del proceso de indagación donde buscamos responder a si la participación digital en *Ecos Córdoba* puede finalmente trasladarse a acciones concretas fuera de este ámbito, movilizándolo incluso a sectores más amplios de la sociedad. Para ello definimos los destinatarios del colectivo y las diferentes estrategias digitales comunicativas que articulan la lucha medioambiental y la formación de *redes* con otros colectivos; dicha construcción comunitaria de redes en el espacio digital

permitiría la consolidación de una nueva subjetividad que denominamos *comunidad sociodigitalizada de Ecos Córdoba*. (En Anexo se incluye sistema de categorías).

Aproximaciones teóricas

“Sociedad red”, luchas ambientales en red

El concepto “sociedad red” da cuenta de dos procesos simultáneos, la consolidación del sistema capitalista y los avances tecnológicos en materia de comunicación. Al respecto, resulta esclarecedor iniciar este análisis comentado cómo nace la industria mediática y bajo qué contexto. La profundización del sistema capitalista ha sido acompañada y/o impulsada por el avance de las tecnologías de la comunicación. Si se analiza el recorrido de los medios desde sus inicios es posible observar su estrecha vinculación con el desarrollo del capitalismo. Así, por ejemplo, John B. Thompson (1998) sitúa el surgimiento de la industria mediática hacia fines del siglo XV, mediante la difusión de las técnicas de impresión de las urbes europeas.

El desarrollo de las primeras imprentas fue, así, parte esencial del crecimiento de una economía capitalista a finales de la Edad Media y principio de la Europa Moderna. Al mismo tiempo, no obstante, estas imprentas se convirtieron en nuevas bases para el poder simbólico que mantenía una relación ambivalente entre las instituciones políticas de las emergentes naciones- Estado y aquellas instituciones religiosas que reclamaban cierta autoridad en relación al ejercicio del poder simbólico. El surgimiento de la industria de la impresión representó la aparición de nuevos centros y redes de poder simbólico que generalmente quedaban fuera del control de la Iglesia y del Estado, pero que ambos trataban de utilizar en provecho propio y que, de vez en cuando reprimían (p. 79).

Aquí el autor señala el rol que comenzará a ocupar la industria de la impresión en el nuevo juego de poder que propone la Modernidad, tratando de diferenciarse del Estado y de la Iglesia entrando en disputa con éstos. Así, también, “Destaca la aplicación de la imprenta como un elemento fundamental de modificación de las redes de comunicación que se habían desarrollado hasta el momento. Con ella se revoluciona la producción y difusión de noticias; dando lugar en el siglo XVII a la aparición del periódico moderno.” (López, 2014:14).

El origen de los medios tiene una fuerte impronta liberal, “La lucha de la prensa independiente, capaz de informar y comentar acontecimientos con un mínimo de interferencias y control estatal, jugó un papel crucial en el desarrollo del moderno Estado constitucional” (Thompson, 1998:99). El surgimiento del Estado liberal resulta de gran importancia para comprender en el contexto en que se comienza a batallar en pos de la libertad de expresión. Estos indicios dan cuenta del contexto y bajo qué idearios predominantes nace la industria de los medios, pues el liberalismo no solo busca evitar un avasallamiento de los derechos individuales sino también establecer límites en la intervención del Estado en los asuntos económicos. “En este sentido, en lo que respecta a la prensa se tornó primordial resguardar su independencia de los gobiernos y asegurar su desarrollo comercial en el libre mercado” (López, 2014:15).

Hasta acá, es posible observar que el nacimiento de los medios de comunicación es parte de un proceso modernizador con el que se constituye el sistema económico capitalista. Ambos, capitalismo y medios de comunicación, comparten como base de su fundamentación y funcionamiento el ideario libertario como defensa de los derechos individuales y también la limitación al accionar del Estado en materia económica.

Autores como Thompson (1998:202,203) sostienen que tres elementos desarrollados a fines del siglo XIX en materia comunicacional posibilitaron el inicio del proceso de globalización: el desarrollo de sistemas de cables subacuáticos por los principales países europeos; el establecimiento de agencias internacionales de noticias instaladas en diversas partes del mundo y la formación de organizaciones internacionales interesadas en el reparto electromagnético. En lo que respecta a las agencias de noticias, Thompson, señala: “Cada agencia trabajaba estrechamente con las élites políticas y comerciales del país en el que tenían sede, gozando de cierto grado de patrocinio y facilitando información valiosa para la dirección del comercio y la diplomacia” (1998:206). Con esto da cuenta de la red de influencias que controlan las agencias, constituyéndose en una pieza clave de la cadena comercial internacional. Fueron importantes en el siglo XX y aún lo son, ya que controlan la producción informativa en el mundo y mantienen una estrecha relación con los negocios financieros internacionales.

Este proceso de globalización, también denominado como planetarización, se fue consolidando en su desarrollo y alcance a medida que el capitalismo se afianzaba como modelo económico; la consecuencia inmediata de esta profundización fue la concentración. Aunque durante los años 60 y 70 se generaron procesos críticos que alertaron sobre esta situación junto con las llamadas políticas nacionales de

comunicación generadas por algunos países del Tercer Mundo no lograron detener la avanzada del capital concentrado. Armand Mattelart (1990) analiza esta situación:

El avance en cuanto a legitimidad de las políticas neoliberales, reacias a todo lo que suponga control y reglamentación de las sociedades transnacionales por parte de las instancias públicas, confirma definitivamente su futuro en los años ochenta (p.77).

Hacia fines de los setenta y principio de los 80 la discusión internacional por establecer un orden equilibrado y más justo sobre los flujos de información comenzó a perder fuerza, imponiéndose la visión neoliberal tanto en las relaciones comerciales internacionales como así también en la administración de los Estados-nación.

Las reformas administrativas y económicas no se hicieron esperar al interior de los países, la flexibilización laboral-comercial y la apertura económica fueron las primeras medidas adoptadas junto con la privatización de las empresas públicas (incluidas las de medios públicos). Es decir, tanto al interior de los Estados como en las relaciones comerciales entre ellos se pusieron en marcha procesos de flexibilización-liberalización que debilitaron las fronteras nacionales y los sistemas de seguridad social característicos del Estado de Bienestar. Así se puede apreciar, que tras décadas de críticas, luchas y toma de conciencias por parte de los países de la periferia las posibilidades de independizarse de la dominación desde los informático-comunicacional iban disminuyendo (López, 2014).

Para Thompson (1998:2012), uno de los efectos de la globalización es la conformación de conglomerados de comunicación transnacionales como actores claves del sistema mundial junto con el flujo asimétrico de los productos mediáticos. Al respecto, Mastrini y Becerra señalan que una de las características de las empresas mediáticas, en el último siglo, son los procesos conjuntos de integración vertical y concentración horizontal. La primera está dada por un control total o parcial de canales de producción y comercialización de un determinado mercado por un actor o grupo de actores. Mientras que en la segunda, un actor o grupo de actores diversifica sus actividades en diferentes mercados. El fenómeno antes descrito es denominado como convergencia tecnológica, en tanto que es un proceso económico, político y cultural que contiene un modelo de negocios con reglas legales y prácticas sociales que generan una cadena productiva basada en los medios electrónicos de comunicación. Se da lugar así a un nuevo régimen de información y comunicación, que no es otra cosa que el modo de producción dominante (Dantas, 2010:44).

Al respecto Manuel Castells dice:

(...) cada uno de los elementos de esta gran transformación de la comunicación representa la expresión de las relaciones sociales, en última instancia de las relaciones de poder que subyacen a la evolución del sistema de comunicación multimodal. Esto es especialmente evidente en la persistencia de la brecha digital entre distintos países y dentro de los países, que depende del poder adquisitivo de los consumidores y del desarrollo de las infraestructuras de comunicación. (2009:90)

El autor sostiene que se debe reparar en los aspectos económicos de las comunicaciones (privatización, liberalización, políticas favorables al mercado, concentración de las empresas multimedias) como así también en la brecha digital, la pérdida de la privacidad, la reducción de la libertad de expresión en la medida que los burocracias gubernamentales vigilan la comunicación en Internet. Pero, a su vez “actores sociales y ciudadanos de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores” (pág. 91). Se pone, así, en tensión el paradigma de producción dominante reafirmado con los desarrollos tecnológicos comunicacionales (internet, nuevos medios) y como desde este mismo escenario, la red, puede ser una herramienta de acción que cuestiona, critica y lucha contra las ideas hegemónicas imperantes. Continuando con el análisis de Castells, advertimos como relevante su concepto de “*sociedad red*”; “(...) *aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica*” (pág. 51). Más allá de la mayor o menor participación de la sociedad en la red, todos se ven afectados por lo que ocurra en este espacio público virtual.

Castells(2009) se pregunta dónde está el poder en la “*sociedad red global*”, diferenciando distintos tipos de poder: “*poder de conectar en red*”, “*poder de la red*”, “*poder en red*” y “*poder para crear redes*”. Siendo que cada uno de éstos constituye un ejercicio de poder específico. En este análisis nos interesa centrarnos en el poder para crear redes, enfocando en lo que el autor describe como “*la capacidad para conectar diferentes redes y asegurar su cooperación compartiendo objetivos y combinando recursos, mientras que se evita la competencia de otras redes estableciendo una cooperación estratégica*” (pág. 79). Aunque estas redes adquieren alcance global, y en esa dimensión detentan mayor poder, más adelante veremos que las

redes a nivel local ejercen un contrapoder, porque en definitiva es mediante la comunicación que la sociedad red ejerce su poder (pág. 85). En este sentido, nos referimos a todas las comunidades digitales que mediante el espacio virtual batallan en pos de reivindicaciones sociales, ambientales, derechos colectivos, etcétera, enlazando sus luchas sociales en la medida que comparten un sistema ideológicos o de valores en común. Llevan adelante un tipo de comunicación, de carácter social que rompe con la unidireccionalidad y por tanto, el autor la denomina “*autocomunicación de masas*”.

Como venimos sosteniendo, la era de la información que constituye la *sociedad red* --donde se pasa de la comunicación de masas a la *autocomunicación de masas*--, el impacto de las redes sociales conlleva a un cambio cultural o “*cultura de la conectividad*” donde *los mundos online y offline se muestran cada vez más interpenetrados* (Van Dijck, 2016) conformando una realidad transmediática y “*sociodigitalizada*” (Rodríguez, Theiler: 2016a). En este contexto, la construcción y reconstrucción de “*realidad social*” se dinamiza por la participación de los actores en el espacio público político (políticos, periodistas y ciudadanos) en un ámbito de configuración autónoma (no necesariamente independiente ni de respuesta masiva) de los discursos, en un complejo espacio de interacción en redes que reconfiguran *realidades sociodigitalizadas* (Rodríguez y Theiler, 2017:6).

La perspectiva constructivista, de la cual partimos, busca analizar la construcción de “*realidad social*” desde la participación ciudadana en nuevos entornos virtuales partiendo del supuesto que la lucha ecológica es una disputa de poder y en ese sentido esencialmente político. La problemática ambiental como conflicto social se encuentra atravesada por cuestiones de territorialidad, ambientales, económicas, de identidad, culturales, sociales, públicas y privadas pero que afectan el interés público. Es por ello que la disputa ambiental constituye un tema de agenda en el nuevo fenómeno *transpolítico* de la región y las TIC las herramientas de posibilidad y los nuevos canales de construcción de subjetividad.

Los movimientos políticos registrados en diversas partes del mundo como lo sucedido con Los Indignados en España durante 2011 o la Revolución de los Jazmines en Túnez durante 2010, destacan la relación de la gente con los medios alternativos que interfirió con la realidad política y social. La apropiación de los ciudadanos de las tecnologías y herramientas de participación que ofrecen los medios virtuales es conocido como *ciberactivismo*, entendiéndolo como sinónimo de las acciones coordinadas de colectivos movilizados a través de la comunicación en red (Alzamora y Braga, 2014:16-18). Los movimientos sociales se acercan al *ciberactivismo*, ya que son esencialmente horizontales, desordenados e incontrolables. Sin embargo, no se los pueda caracterizar estrictamente como esta categoría por la singularidad de su presencia en las calles además de internet, las redes mantienen una cara en las calles y otra en los medios de comunicación, no estando necesariamente enfrentados (p.27).

Tomando en cuenta que cada vez es mayor el segmento de la población inmerso en la llamada “*sociedad de la información*”, la Internet y la telefonía móvil ofrecen una importante vía de acceso de comunicación, interacción y participación a los ciudadanos, incluso con políticos, dependencias del gobierno o funcionarios --lo que se conoce como política 2.0--; los sitios de Internet son facilitadores de la participación, pero no necesariamente suponen una acción efectiva *offline*. La inquietud por la participación ciudadana en entornos virtuales, de la ampliación de los canales de comunicación entre representados, sociedad civil y el Estado; condujo la línea investigativa desarrollada y de la cual este trabajo es continuadora. La misma se propuso analizar desde una perspectiva constructivista la construcción de realidad social desde la participación ciudadana en nuevos entornos virtuales y su rol atribuido en los discursos mediáticos en la provincia de Córdoba entre 2013 y 2015¹.

La realidad social es construida por el discurso y otorga una relevancia significativa a las organizaciones con capacidad privilegiada de denominar y producir sentido: los medios de comunicación masiva (MCM), entendidos estos como actores centrales de la industria de la información, que producen lo que entendemos por actualidad, es decir un nueva realidad social; provocando comentarios, fundamentaciones o decisiones de los sujetos en torno a ella. Al mismo tiempo, los medios virtuales (TIC) se convierten en canales de producción y distribución de discursos que cooperan, compiten o entran en colusión con los discursos de los MCM, contribuyendo a una *construcción compleja de realidad social digitalizada* (Rodríguez, 2015).

La sociedad constituye un ente complejo de sistemas interrelacionados, que comparten y reproducen de manera autorreferencial sus estructuras y sus símbolos, a partir de operaciones de comunicación,

¹ En dicha investigación se analizaron los discursos ciudadanos en entornos virtuales así como los discursos mediáticos en tres localidades (Villa María, San Francisco y Córdoba) tomando como eje el reconocimiento de la participación ciudadana en hechos de alta significación social y partiendo de la idea de que la construcción de realidad a partir de estos discursos se presenta como antagónica, configurando realidades múltiples en permanente competencia.

confirmando que los medios de comunicación (re)construyen la realidad que le es propia con base en la observación. Sin embargo lo que se observa es lo inusual o diferente a lo cotidiano, que comparado con lo regular o cotidiano, supone una ruptura. Por ello, las operaciones de observación y comunicación siempre parten de rupturas. De esta manera, los procesos de observación y comunicación de rupturas dicen a los integrantes del sistema cómo son y cómo deberían ser, contribuyendo a la (re)construcción de realidades duplicadas con reafirmaciones sobre valores, identidades y perspectivas morales, que al final estimulan su función autorreferencial (Luhmann (2000)). Es así como los MCM poseen una capacidad privilegiada de nominación del mundo y de imposición de sentidos que incide en el modo en que los enunciatarios conocen, (re)interpretan y categorizan los hechos y los sujetos del mundo social. Cada enunciatario refiere a los hechos desde su “punto de vista”, porque los discursos periodísticos son el resultado de un proceso de producción, de múltiples decisiones.

De esta manera, lo real se construye discursivamente pero fundamentalmente dicha construcción se realiza como un campo donde se suscita la lucha por la imposición de sentidos (Verón, 1996). La realidad en los nuevos entornos virtuales es una realidad compleja y socialmente construida donde Rodríguez (2015b:8) sostiene que,

Se identifican nuevas formas de comunicación y participación ciudadana que implican la construcción de realidades socio-digitalizadas, es decir, la configuración del espacio público a partir de la publicidad que adquieren discursos privados, individuales o grupales a través de las redes sociales y de entornos de virtualidad, en tanto la cobertura mediática participa reconstruyendo dichos entornos y por ende, los canales de participación ciudadana en el espacio público”.

Internet y las herramientas web 2.0 han transformado la estructura mediática. Por un lado surgen nuevos medios de comunicación en contextos digital, que abarata los costos de producción y distribución; mientras que por otro lado las herramientas sociales aumentan la posibilidad de interactuar, ampliando de manera incontrolable la audiencia. La ciudadanía deja de ser solamente usuaria para pasar a ser al mismo tiempo productora y consumidora. El resultado puede ser entendido como la democratización de los medios de comunicación y el empoderamiento ciudadano, transformando las audiencias de manera participativa y crítica, con acceso a la producción de contenidos y la difusión de los mismos mediante las redes digitales dentro de una cultura participativa y colaborativa. Esta nueva forma de relación audiencia-medios es concebida como sociedad de “*prosumers*” (Simelio y Gayá, 2014:64-65).

La revolución tecnológica impacta en la participación ciudadana como parte del proceso democrático, posibilitando la construcción de realidades sociales. Las TIC modifican las estructuras y dinámicas de los espacios públicos, cambian las reglas de la interacción social, introduciendo nuevas formas de socialización y participación virtual y no virtual. Para Rodríguez (2015b:9)

Las percepciones de las dimensiones espacio-temporales han sido resignificadas por los entornos virtuales creados por las TIC. El nuevo espacio público es un espacio en permanente construcción, a través de las disputas discursivas que implican percepciones sobre las delimitaciones espacio-temporales.... sobre los alcances y límites de la producción discursiva en los entornos virtuales.

En los nuevos espacios públicos, la participación ciudadana entendida como el acto social del involucramiento de los individuos en el espacio público de una comunidad política se convierte en un factor estratégico para afianzar la gobernabilidad y la democracia (Rodríguez, 2015).

En la *era de la información* (Castells, 1996; 2001) se debate la movilización de la sociedad a través del poder de las redes sociales y si se configuran como instrumentos para motivar la participación, en ese sentido compartimos la indagación por la identificación de esas *redes* y sus mecanismos (Castells, 2009) y la *autocomunicación* de la sociedad civil, que confronta el poder hegemónico, reconociendo el nivel de conflictividad social en tópicos como movimiento *en red ambiental*. Así, el ciberespacio se está convirtiendo en un terreno en disputa para la constitución de un ciberciudadano. Si bien hasta el momento, las herramientas digitales, parecen solo cumplir un rol de organización y de plataformas de interacción; ya que el unirse a un grupo en una red social o comentar en un blog no generan un compromiso mayor al de hacer clic en la aplicación correcta (e ignorarla si no resulta suficientemente atractiva en términos de cercanía, empatía o interés). La participación en red posibilita un poder de disputa de espacios en permanente conflicto y de *autocomunicación* que representa una significativa independencia donde la organización de la participación ciudadana en red, así como la *autocomunicación* de discursos de la sociedad civil en los entornos virtuales, constituyen subjetividades en disputa hasta convertirse en comunidades sociodigitalizadas que buscan imponer sentido (Rodríguez y Theiler, 2017:3), de allí que dichas comunidades se tornen en el centro de indagación como *comunidades militantes sociodigitalizadas*, ya que

el Estado deja de ser el foco de identidad colectiva, donde la sociedad civil se torna en el actor clave para una construcción de legitimidad y hegemonía en la reconfiguración del espacio público.

ECOS CORDOBA

En su página de Facebook el colectivo ECOS Córdoba se identifica como “un espacio multimedia de difusión de noticias para concientizar a la sociedad sobre las luchas y problemáticas socioambientales”, dando cuenta de su función principal como medio alternativo de difusión de contenidos. La página se abrió el 15 de Octubre de 2012. Al momento de nuestra investigación contaba con 11198 seguidores y 11283 “me gusta”².

La profundización del modelo agrosojero exportador y la minería contaminante movilizó a un colectivo de comunicadores y un grupo de periodistas que realizaron la cobertura de una de las principales causas judiciales mediambientales de nuestro país, a consecuencias de las fumigaciones en barrio Ituzaingó³ de la ciudad de Córdoba. De esta manera el colectivo se unió para formar una plataforma web donde volcar, información, los debates y distintas luchas medioambientales. En la actualidad Ecos Córdoba trabaja de manera coordinada y colaborativamente con diferentes organizaciones ambientales, asambleístas y ciudadanos afectados en la provincia de Córdoba.

Se trata de un proyecto colectivo fundamentalmente de comunicación, pero que a través de las TIC articula diferentes prácticas de lucha y difusión de alternativas al modelo económico extractivista para contribuir a la conciencia social de un modelo productivo agroecológico en Argentina.

La idea es que motoriza la comunidad ECOS Córdoba consiste en fomentar el trabajo articulado con cada localidad cordobesa en conflicto y la participación de colegas en toda la provincia como así también de *prosumers*.

El colectivo dispone de diferentes herramientas de contacto y construcción de seguidores: Facebook: Ecos Córdoba

Twitter @ecoscordoba

Telegram: <https://t.me/ECOScordoba>

Como comunidad sociodigitalizada Ecos Córdoba convoca a participar de esta red de comunicación ambiental para canalizar las vías de comunicación y emprender un trabajo colectivo de difusión de las luchas en nuestra provincia que pueda traducirse en la vida *offline*.

Datos e inferencias de la comunidad sociodigitalizada ECOS Córdoba

Esta comunidad digital presenta un *Tipo de Publicación* donde prevalece mayoritariamente por un 85% la opción de texto + imagen sin movimiento, con 405 post de 478 post relevados en total.

Mayormente (53%) no se utilizan *complementos* en las publicaciones, mientras que el complemento más utilizado es el *hashtags* 35%, recurriendo a este complemento en 166 post; y en menor medida el *hashtags* y etiqueta 5%, solo identificado en 25 post.

En lo que se refiere a los destinatarios, las publicaciones se encuentran divididas proporcionalmente en tres opciones:

- A) Pro/paradestinatario 29%

² Datos extraídos el 22/02/2018 de la página de Facebook. Enlace: <https://www.facebook.com/ECOS-C%C3%B3rdoba-132758010209187/>

³ la tarea desempeñada en la cobertura periodística del juicio a las fumigaciones de barrio Ituzaingó (Córdoba), es el antecedente directo de ECOS Córdoba, cuya labor se vio reflejada en la página www.juicioalafumigacion.com.ar. En esta experiencia, se transmitió día a día todo lo que sucedía dentro y fuera de la sala de audiencia de los tribunales penales de Córdoba donde se sustentaba la causa, al igual que la cobertura de todas las actividades que acompañaron ese histórico juicio.

- B) Contradestinatario 22%
- C) Pro/contradestinatario 21%

Según estas observaciones en líneas generales, los mensajes transmitidos en los post tienden a reforzar la creencia de sus seguidores y a convencer a otros en el 29% de los post observados. Pero si tomamos en cuenta que tanto en A como en B, se identifican prodestinatarios esta destinación aumenta. Se observa este refuerzo de creencias en que muchos post son compartidos de otros colectivos (comunicados, flyers de eventos, información y noticias) por ejemplo de VUDAS, Coordinadora de Ambiente y DDHH de Sierras Chicas, Mucho Palos Noticias, carreros de la Cooperativa La Esperanza, distintas asambleas de vecinos, etc. Mientras que las publicaciones dirigidas exclusivamente a los prodestinatarios se ubican solo en el 13%.

Sin embargo la alusión a un contradestinatario se hace más contundente si conjugamos (B y C) la segunda y tercera opción de destinatarios, designando de manera exclusiva al contradestinatario en un 22% y en el caso de la designación conjunta a un pro/contradestinatario en 21% de los post relevados. De esta manera podemos inferir que también tiene un gran protagonismo la destinación adversativa, con un mensaje dirigido a un “otro” al que se adjudican acciones condenatorias. En el caso de ECOCordoba ese contradestinatario en la mayoría de los casos observados está dirigido al sector privado (Monsanto, compañías desarrollistas inmobiliarios y sojeras) y al gobierno provincial (y sus dependencias de Ambiente, ERSEP, procurador provincial, etc) fundamentalmente como consecuencia de grandes inundaciones sufridas entre enero y febrero de 2015, al igual que en los casos de luchas por la no contaminación en la provincia, adjudicando a estos actores responsabilidad por desastres ambientales, daños, falta de previsión, control e inacción en la protección ambiental. En otras situaciones condenando la judicialización y represión de la protesta social (identificando como contradestinatario a la policía de la provincia). Mientras que en menor medida se menciona como contradestinatario al gobierno local (intendente) fundamentalmente respecto a la explosión de la planta química Rapone y en los reclamos por la erradicación de Porta en la zona sur de la ciudad. En otras ocasiones, a algún gremio, como es el caso del gremio docente UEPC ante conflictos salariales, o a raíz de un conflicto particular donde se especifica a un funcionario público (ej. Diego Mestre ante los dichos “negros de mierda” a manifestantes, el 27-4-2015).

En los roles de género construidos, tanto en hombres como en mujeres, en las publicaciones en su gran mayoría no se identificaron estas características. En el caso del rol de género femenino se observa un 8% que representa a la mujer como guerrera líder. Sin embargo se debe dejar constancia que la gráfica de los textos muestran mayoritariamente la utilización de “x” para connotar un sentido de género a la escritura del texto.

El 71% de las publicaciones presenta un modelo de comunicación dialógico y un 19% toma el modelo propagandístico. El 6% de ellas presentan un modelo de comunicación mixto. El empleo mayoritario de una comunicación dialógica, da cuenta de la existencia de racionalidad, igualdad y reciprocidad en el uso de la palabra. Es decir que este colectivo prioriza la argumentación al uso de los afectos o la imagen que caracterizan otros modelos de comunicación posible.

En lo que concierne a las estrategias de Marketing, un 43% de las publicaciones utilizan la estrategia comunicacional siendo así la más utilizada por el medio ECOS, mientras que en un 27% utiliza la estrategia política. El 17% de las publicaciones presenta estrategias mixtas y solo el 9% toma la estrategia publicitaria. Vemos así que el fin de la Comunidad ECOS no está guiado por el modelo comercial sino más bien se persigue un fin comunicacional y político.

Los tipos de propagandas más utilizadas en las publicaciones son: de agitación, política y horizontal (22% cada una); mientras que la propaganda racional es utilizada en el 16% de las publicaciones. En esta categoría se puede inferir que la comunidad se involucra en las causas sobre las que informa, al transmitir mensajes de agitación y políticos.

El interés público (29%), conflicto (27%) y novedad (20%) son los criterios y valores noticias más observados en las publicaciones de ECOS.

En lo que respecta a las Fuentes, el 54% de las publicaciones responde a fuentes primarias, es decir, información generada por la propia comunidad digital. Mientras que el 32% corresponde a fuentes secundarias y un 11% de las publicaciones están constituidas por ambas (mixta: fuentes primaria y secundaria).

En lo que respecta a la temática o establecimiento de agenda, como era de esperar, la cuestión ambiental predomina en las publicaciones: un 14% de las publicaciones están referidas a la militancia medioambiental y un 33% a los conflictos medioambientales, sumando así el 47% del total de las publicaciones de ECOS. Un 20% tienen como tema los conflictos políticos, económicos y sociales y el 13% tiene como temática conflictos jurídicos o de derechos.

En cuanto a las Evaluaciones no hay una clara inclinación o una inferencia contundente para aportar, ya que, el 28% de las publicaciones es de carácter aprobatoria, en el 25% de las publicaciones no se identifica ninguna opción, el 22% es de carácter reprobatoria. Mientras que un 11% se observa una evaluación mixta, el 8% como diagnóstica y el 6% como propositivas.

En la categoría Uso de las redes sociales predomina en un 80% de las publicaciones el uso informativo; en el 13% de ellas el uso es participativo y en el 7% el uso es de carácter mixto. En ese sentido el colectivo pierde una gran posibilidad de utilización de todo el potencial de las herramientas digitales para generar participación política y medioambiental, o una fructífera deliberación de la problemática abordada; por el contrario, sólo se presenta como un medio como de información alternativa.

En íntima relación con lo manifestado anteriormente, respecto al uso de las redes sociales, las formas de participación mayoritariamente observada responde a la categoría *no promovida sin participación*. Es decir que el colectivo no promociona la participación en las redes, ni se da interactividad en el 64% de los post. Por otro lado el colectivo promueve la interactividad pero no obtiene respuesta del público en un 15%, mientras que la interactividad solo se observa de manera no promovida en un 10% y directamente promovida en el 10% del total de los post analizados.

Ante los datos arrojados los resultados totales muestran una baja interactividad, arrojando 11.376 reacciones, 14.377 compartidos y 2.732 comentarios. Por otro lado, 24 es la cantidad promedio de reacciones por post, 30 la cantidad promedio de compartidos y solo 1 la cantidad promedio de comentarios. Siendo el colectivo que menor interactividad presenta en el universo de la muestra investigada.

El posicionamiento de los comentarios no se identifica en un 61%, mientras que se da mayoritariamente en consenso en el 33% de los post. No se observa casi disidencia, es así que solo aparece la categoría mayoritariamente disenso el 2% , tampoco de forma combinada en la categoría disenso-consenso que solo alcanza el 4% de los post bajo análisis en el colectivo ECO.

Palabras finales

A través de esta investigación buscamos explorar como las comunidades sociodigitalizadas interactuaban en red a fin de alcanzar sus objetivos como movimiento social. En este caso, pudimos observar la utilización de complementos digitales como el hashtag con el fin de contribuir a la difusión de las temáticas ambientales por las cuales batallan en la red. A diferencia de otras “comunidades sociodigitalizadas”, su trabajo de militancia está concentrado, casi exclusivamente, en hacer presencia en la calle, ya sea, con marchas, sentadas, acampes, u otras modalidades de manifestación social y su interacción en internet tiene más que ver con la difusión y visibilización de estas formas de reclamos y menos con la interacción en red. La militancia medioambiental, al igual que otras, se genera y reproduce en espacios de discusión asamblearios.

Otra de las cuestiones que resultan interesantes para destacar se relaciona con lo Castells llama “*el poder de crear redes*”, más aún, cuando se refiere a la capacidad para cooperar entre distintas redes. En este punto, EcosCórdoba tiene una fuerte impronta de cooperación en su actividad online con respecto a otras “*comunidades sociodigitalizadas*”, al compartir publicaciones, eventos y divulgar noticias generadas por otros sitios que militan la cuestión ambiental y social.

Se menciona en el desarrollo del trabajo como estas comunidades sociodigitalizadas actúan en la red ejerciendo un contrapoder desde su localismo enfrentando a las redes globales, como ejemplo de ello, en la investigación se observa esta característica en el caso de la instalación de Monsanto en la localidad de Malvinas Argentinas; vecinos autoconvocados y organizaciones locales medioambientales ejecutan un plan de lucha que se extiende en el tiempo oponiéndose a una empresa multinacional y al gobierno municipal. En “la calle” y en “la red” se da este enfrentamiento de lo local y lo global, pues en ambas dimensiones es necesario sostener las ideas, valores y objetivos que los representan.

Los proyectos alternativos y los valores que plantean los actores sociales para reprogramar la sociedad también deben pasar por las redes de comunicación a fin de transformar la conciencia y las opiniones de la gente para desafiar a los poderes existentes. Y sólo actuando sobre los discursos globales a través de las redes de comunicación globales pueden influir en las relaciones de poder en las redes globales que estructuran todas las sociedades. (Castells; 2009:85)

Al respecto, la inferencia de los resultados obtenidos en la investigación cuali-cuantitativa arrojó que un porcentaje importante de los mensajes, un tercio aproximadamente, estaba dirigido a los paradesinatarios, es decir, para aquellos que se ubican en la posición de indecisos y que se busca persuadirlos.

Estas son algunas de las conclusiones a las que arribamos, más allá, de otras posibles que pueden ir surgiendo a medida que avanzamos en la reflexión analítica y en la relación teórica.

Bibliografía

ALZAMORA, Geane y BRAGA, Carolina (2014); *Las redes sociales, armas de protesta. Twitter y facebook en las protestas de movimientos sociales en España y Brasil*; en Ferre Pavia, Carmen (ed.); El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil. Universidad Autónoma de Barcelona.

CAFFERATTA, Néstor A.(2013).; “Derecho ambiental. Enfoque constitucional e internacional”; en: PALACIO DE CAEIRO, Silvia B., Tratado de Derecho Federal y leyes especiales. Ed. La Ley, Buenos Aires.

CASTELLS, M. (1996). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 México: Siglo XXI.

Castells, M. (2001). La era de la información. Vol. II: el poder de la identidad. México, df: siglo xxi editores.

CASTELLS, M.(2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial.

GUIMARAES, Roberto P.(1998); “*La ética de la sustentabilidad y la formulación de políticas de desarrollo*”; Rev. Ecología Política. Naturaleza, sociedad y utopía

GUIMARAES, Roberto(2003); Esperando a Godot: gobernabilidad, mercados y ética en las políticas ambientales. Ponencia organizado por IHDP-International Human Dimensions Programme (Programa Internacional de la Dimensión Humana) en Montreal, Canadá el 16-18 de octubre de 2003)

LACEY, C. (2017). “*Derecho medioambiental como derecho humano*”. Trabajo presentado en el marco del Seminario Permanente de Derecho y Política Medioambiental, en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC)

LÓPEZ, M. C. (2014). Trabajo Final de Grado “Las transformaciones del rol poder mediático en el sistema político argentino, a partir del debate en torno a la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”.

RODRIGUEZ, M. (2015a). “La fuerza de las redes. Análisis de la actuación de Cristina Kirchner en Facebook y twitter en la campaña electoral 2011”. Red Nacional de Investigadores en Comunicación (ed.). Memorias del XVIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Área Transdepartamental de Crítica de Artes (IUNA). Buenos Aires, 9, 10 y 11 de octubre de 2014. N° 18. ISSN: 1852---0308. En Internet:

<http://redcomunicacion.org/la---fuerza---de---las---redes---analisis---de---la---actuacion---de---cristina---kirchner---en---facebook---y---twitter---en---la---campana---electoral---2011/>

RODRIGUEZ, M.(2015b). “Construcción de la realidad social desde la participación ciudadana en entornos virtuales y desde los discursos mediáticos”. Memorias del VIII Seminario Regional (Cono Sur)ALAIC,

“Políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la comunicación en América Latina. Córdoba, Argentina

RODRIGUEZ, M. y THEILER, E.(2016a).“Construcción de la realidad social desde la participación ciudadana en entornos virtuales y desde los discursos mediáticos”. En: RAIGAL. Revista Interdisciplinaria de Ciencias Sociales N° 2, abril--septiembre2016 (Sección Comunicaciones y Notas, pp.143---150) e--ISSN2469---1216. Villa 15 María: I APCS, UNVM. Enlace:<http://raigal.unvm.edu.ar/ojs/index.php/raigal/article/view/19/56>

RODRIGUEZ, M. y THEILER, E. (2016b).“La realidad sociodigitalizada. Participación ciudadana, redes sociales y medios masivos de comunicación en Córdoba, Argentina” (pp. 325 --332).En: Memorias del XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de laComunicación (ALAIC), “Sociedad del conocimiento y comunicación: reflexiones críticas desde América Latina”. Grupo Temático 19: Comunicación digital, redes y procesos. México. ISSN 2179---7617. ROSATTI, Horacio D.(2007), Derecho Ambiental Constitucional; 1° ed.; Rubinzal-Culzoni Santa Fe.

RODRIGUEZ, M. y THEILER, E. (2017). “Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina”. Paper presented at the IAMCR section: Communication Policy and Technology (CPT) 2017conference in Cartagena, Colombia, July 16---20, 2017 OCS submission number:15256

SIMELIO, Nuria y GAYÁ, Catalina; El caso de los medios, la reconfiguración del sentido de media y audiencia; en Ferre Pavia, Carmen (ed.); El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil. Universidad Autónoma de Barcelona.

TRIVINHO, E. (2006, dic.), “A *condiçaotranpolítica da cibercultura*”. FAMECOS, N° 31, pp91-101.

Anexo:

INVESTIGACIÓN: Participación ciudadana y estrategias sociodigitalizadas en nuevas expresiones del conflicto social en Argentina y Brasil.

CATEGORÍAS PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

A. Tipo de publicación

Texto plano

Texto+Imagen sin movimiento

Texto+Imagen en movimiento

Imagen sin movimiento

Imagen en movimiento.

B. Complementos

Sentimiento

Actividad

Encuesta

Ubicación

Evento

Etiquetas

Hashtags

Hashtags/Etiquetas

C. Destinatarios (Destinatarios construidos por el enunciador)

ContraDestinatarios
Prodestinatario
Paradestinataro
Pro/Paradestinataro
Pro/ContraDestinatario
Contra/Paradestinataro
Pro/Contra/Paradestinataro.

D. Roles de género femenino construidos

Guerrera
Madre
Profesional
Víctima
Sumisa
Feminista
Discriminadora

E. Roles de género masculinos construidos

Gran comunicador
Jefe visionario
Héroe
Figura paterna
Guardián de los valores
Comandante en Jefe
Experto
Machista/Misógino
Violento/Agresivo
Discriminador
Víctima

F. Modelos de comunicación política

Modelo dialógico:
Modelo propagandista
Modelo de la investigación de mercado

G. Estrategias de marketing político

) Estrategia política (EPo)
) Estrategia Comunicacional (EPO)
) Estrategia Publicitaria (EPu)

H. Tipos de propaganda

- Propaganda política
- Propaganda sociológica
- Propaganda de agitación
- Propaganda de integración
- Propaganda vertical
- Propaganda horizontal
- Propaganda racional
- Propaganda emocional

I. Criterios y valores noticias

- Novedad
- Proximidad geográfica
- Conflicto
- La jerarquía de los protagonistas
- La excepcionalidad
- La magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados
- Grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento
- Evolución futura de los acontecimientos
- El interés público

J. Fuentes periodísticas

-) Fuentes primarias o de primer orden
-) Fuentes secundarias o de segundo orden

K. Tema principal (Establecimiento de agenda)

- Violencia de Género/Femicidio
- Desigualdad de género/Machismo/Homofobia, etc.
- Conquistas de género
- Feminismo/Militancia feminista
- Conflictos Medioambientales
- Conquistas Medioambientales
- Militancia medioambiental
- Conflictos políticos, económicos y/o sociales
- Conquistas políticas, económicas y/o sociales
- Medios masivos
- Medios alternativos
- Cultura dominante
- Cultura alternativa
- Conflictos jurídicos o de derecho
- Conquistas jurídicas o de derecho

L. Evaluaciones

Aprobatorias.

Reprobatorias.

Diagnósticas.

Propositivas.

M. Usos de las redes sociales

Informativo

Deliberativo

Participativo

Opinativo

Opinativo humorístico

N. Formas de participación

Promovida con interactividad

Promovida sin interactividad

No Promovida con interactividad

No Promovida sin interactividad

O. Posicionamiento de audiencia en los comentarios

“mayoritariamente de consenso”, “mayoritariamente de disenso” o de “consenso y disenso”.

P. Interactividad

En cada post se muestra la cantidad de reacciones, la de comentarios y la de compartidos, las mismas deben introducirse en las columnas correspondientes.

Q. Nivel de Interactividad

Bajo

Medio

Alto