

Activismo transmedia en la Amazonia*

Transmedia Activism in the Amazonia Region

GEANE CARVALHO ALZAMORA - ORCID ORCID 0000-0003-2994-8308

RENIRA RAMPAZZO GAMBARATO - ORCID 0000-0001-7631-6608

(pág 165 - págs 177)

RESUMEN. Este artículo analiza el activismo transmedia en la región amazónica, con énfasis en su papel mediador en los conflictos socioambientales. A partir de un estudio de caso longitudinal sobre las quemas en la Amazonía brasileña entre 2019 y 2024, se examina la evolución comunicacional y movilizadora de hashtags como #PrayforAmazonia. Con base en teorías de la mediatización y del pensamiento decolonial, se reflexiona sobre cómo infraestructuras digitales, como el internet satelital, reconfiguran la relación de las comunidades indígenas con los medios y las formas de activismo. Se propone el concepto de *activismo transmedia decolonial*, que articula estrategias comunicacionales y tácticas de base, y se destaca la educomunicación transmedia como herramienta para la transformación social en la era posdigital.

Palabras clave: activismo transmedia; Amazonia; colonialismo digital; mediatización; decolonialidad; hashtags; educomunicación.

ABSTRACT. This article examines transmedia activism in the Amazon region, emphasizing its role in mediating environmental and sociopolitical struggles. Through a longitudinal case study of the wildfires in the Brazilian Amazon between 2019 and 2024, the authors analyze how hashtags like #PrayforAmazonia evolved in their communicational and mobilizing potential. Grounded in mediatization theory and decolonial thought, the study explores how digital infrastructures, such as the implementation of satellite internet, reconfigure indigenous communities' relationships with media and activism. It proposes the concept of *decolonial transmedia activism*, combining strategic communication and grassroots tactics, and highlights the importance of transmedia educommunication as a tool for social transformation in the post-digital era.

Keywords: transmedia activism; Amazonia; digital colonialism; mediatization; decoloniality; hashtags; educommunication.

GEANE CARVALHO ALZAMORA. Profesora del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil. Tiene un posdoctorado de la Universidad Pompeu Fabra, España (2015); doctorado en Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo, Brasil (2005); maestría en Comunicación y Semiótica, también de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (1996) y licenciatura en Perio-

dismo de la Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais, Brasil (1990). Investigadora del CNPq (beca de productividad del CNPq, nivel 2) e Investigación del Programa Minas Gerais/Fapemig. E-mail: geanealzamora@ufmg.br

RENIRA RAMPAZZO GAMBARATO es profesora de Estudios de Medios y Comunicación en la Facultad de Educación y Comunicación de la Universidad de Jönköping (Suecia). Anteriormente, ocupó un puesto posdoctoral en estudios cinematográficos y semiótica (2008-2009) en la Universidad Concordia (Canadá). Obtuvo un doctorado en comunicación y semiótica (2005) por la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (Brasil), título que incluyó estudios en la Universidad de Kassel (Alemania). Obtuvo una maestría en comunicación y semiótica (2002), también por la Pontificia Universidad Católica de São Paulo, y una licenciatura en diseño industrial (1998) por la Universidad Estatal de São Paulo (Brasil). E-mail: renira.gambarato@ju.se

FECHA DE RECEPCIÓN: 26/02/2025 **FECHA DE APROBACIÓN:** 18/03/2025

1. INTRODUCCIÓN

La Amazonia abarca territorios de nueve países, siendo que el 60 % de esta área se encuentra en Brasil, distribuida en ocho estados de la Federación. Con una superficie aproximada de 7,5 millones de km², la Amazonia, la mayor selva tropical del mundo, tiene fronteras permeables y alberga la biodiversidad más rica entre las selvas tropicales, además de contener la mayor cuenca hidrográfica del planeta¹ A pesar de su vasta riqueza natural, que incluye significativas reservas de madera, caucho, minerales y recursos pesqueros, la región presenta bajos índices socioeconómicos. En este contexto, la utilización sostenible de los recursos forestales surge como una estrategia crucial para el desarrollo local, según datos del gobierno federal² Las informaciones oficiales también señalan la baja densidad demográfica, la creciente urbanización y la significativa diversidad cultural, resultado de la presencia de diversos grupos poblacionales, como comunidades indígenas, caucheros, castaños, quilombolas, ribereños, etc.

La complejidad social y cultural de la Amazonia, combinada con su importancia estratégica en los ámbitos económico y ambiental, ha sido históricamente fuente de conflictos de intereses a nivel local, nacional, transnacional e internacional. Según datos de 2023 de la Comisión Pastoral de la Tierra (CPT), la Amazonia concentra la mayoría de los conflictos agrarios en Brasil, cuyas principales causas incluyen la expansión de las fronteras agrícolas, la actividad minera, las grandes obras de infraestructura —especialmente en el sector energético— y la ocupación de tierras. Entre las consecuencias más graves de estos conflictos se encuentran la deforestación, la contaminación por agrotóxicos, el acaparamiento de tierras y las invasiones³.

Desde la década de 1970, la defensa de la Amazonia ha sido uno de los temas centrales del activismo transnacional (Zhouri, 2006). A partir de los años 1980, las campañas internacionales de protección de la región se centraron en la lucha contra la deforestación. Ya en los años 1990 se puso un mayor énfasis en promover el desarrollo sostenible como alternativa a las prácticas agrícolas tradicionales, comúnmente basadas en quemas y deforestación (Zhouri, 2006).

El activismo transnacional siempre ha hecho un uso intensivo de los medios de comunicación disponibles en cada época para promover sus agendas. Sin embargo, desde mediados de los años 2000, con la aparición de las redes sociales en línea, este activismo en defensa de la Amazonia ha ampliado considerablemente su alcance social, impulsado por la lógica del intercambio de información. Este movimiento ha tenido un fuerte impacto tanto en la agenda global como en las cuestiones locales. Según datos de la Red Ciudadana InfoAmazonia⁴, en 2024 las prioridades recientes del activismo en la región han incluido la protección de los territorios de los pueblos de la selva, la defensa de las áreas de conservación y la mitigación de los daños climáticos, como inundaciones, sequías, movilidad y seguridad alimentaria.

En este artículo investigamos cómo el activismo transnacional, también caracterizado como transmediático, refleja e influye en la compleja realidad local a través de las disputas de significados que surgen de las conexiones digitales. El objetivo específico es comprender cómo se difunde el tema de las quemas en la Amazonia en el contexto del activismo transmedia y cómo esto revela diferentes perspectivas: locales, nacionales, transnacionales e internacionales. Para ello, se realizó un estudio de caso longitudinal sobre las

quemas en la región, que abarcó el período comprendido entre septiembre de 2019, cuando el tema se convirtió en el más discutido en Twitter en todo el mundo, y septiembre de 2024, cuando se registró el mayor número de focos de calor desde el inicio de la serie histórica en 1998, según datos del Instituto Nacional de Investigaciones Espaciales (Inpe)⁵. La investigación se centró en la apropiación social del tema en las conexiones digitales, mediante la recopilación manual de datos, con énfasis en la influencia de la información oficial sobre las quemas difundida por la prensa. La mediatización de las quemas en la Amazonía se toma como parámetro analítico para evaluar el alcance social del activismo transmedia relacionado con el tema.

2. AMAZONIA MEDIATIZADA

La mediatización es un concepto polisémico que, en general, se refiere a la creciente expansión e influencia de los medios de comunicación en la sociedad y la cultura. Este proceso histórico está asociado, por un lado, a las transformaciones en los medios y prácticas de comunicación y, por el otro, a los cambios en la cultura y la sociedad (Hepp, 2014). Se parte del supuesto de que la comunicación cotidiana está cada vez más integrada a las configuraciones tecnológicas de los medios, los cuales, a su vez, se entrelazan en redes progresivamente más densas y complejas, que impregnan profunda y ampliamente la vida social.

De acuerdo con Hepp (2014), el proceso de mediatización puede analizarse desde dos enfoques principales. El primero es el enfoque institucionalista, centrado inicialmente en los medios de comunicación de masas, describiendo su influencia a través de la llamada lógica de los medios. El segundo es el enfoque socioconstructivista, orientado a las prácticas comunicacionales cotidianas en redes, especialmente en el contexto de los medios digitales. Estos dos enfoques están integrados por lo que Hepp (2014) denomina como “fuerza modeladora”, que se refiere simultáneamente a las características institucionales de los medios y al conjunto de dispositivos técnicos que posibilitan la acción comunicativa en red. La fuerza modeladora capta las especificidades tanto técnicas como institucionales de cada medio, influyendo en las formas de acción en red y, por consiguiente, interfiriendo en la percepción social de la realidad.

Para Deacon y Stanyer (2014), el concepto de fuerza modeladora sería más eficaz si también considerara la naturaleza del poder implicado en el proceso comunicacional al que se refiere. Este aspecto es, de hecho, crucial a la hora de analizar el proceso de mediatización de la Amazonía, ya que la expansión de los recursos tecnológicos de comunicación en la región involucra tanto aparatos técnicos como institucionales, los cuales operan como robustos instrumentos de poder. Estos aparatos introducen nuevas formas de acción que reconfiguran la percepción social de la realidad local, ejerciendo una influencia significativa sobre las dinámicas socioeconómicas y culturales de la región.

Con base en este entendimiento, argumentamos que la red de comunicación contemporánea está insertada en estrategias de poder intrínsecamente relacionadas con sus características institucionales y tecnológicas, lo que condiciona modos de actuar y comprender la realidad. Así, se establece una fuerza reguladora que orienta las acciones comunicativas como una fuerza productiva, ya que induce la interacción con la tecnología, generando datos que son incorporados a la red y, a su vez, potencian la fuerza reguladora

de las bases de datos, fundamento de las redes digitales. Como señala Foucault (1996, p. 8): “Lo que hace que el poder se aferre, que sea aceptado, es simplemente que no pesa solamente como una fuerza que dice no, sino que de hecho circula, produce cosas, induce al placer, forma saber, produce discursos”.

Sin embargo, este proceso puede ser subvertido, como demuestran las prácticas sociales de activismo (trans)mediático, que evidencian la posibilidad de resistencia. El “dispositivo mediático está compuesto por prácticas sociales, a través de las cuales contribuimos, no siempre dócilmente, con aquiescencias y resistencias” (Alzamora; Ziller; D’Andrea, 2018, p. 79). Este proceso es particularmente peculiar en la Amazonia. En las zonas más aisladas de la región, la radio permaneció, hasta hace poco, como el principal medio de comunicación para las comunidades locales. No obstante, esta realidad cambió drásticamente con la llegada de la empresa de internet satelital Starlink a la Amazonia, en septiembre de 2022. Según un reportaje realizado por BBC News Brasil, en julio de 2023, menos de un año después de su instalación en la región, Starlink ya contaba con antenas en el 90 % de los municipios de la Amazonia, cubriendo zonas remotas donde la infraestructura de internet de banda ancha era inexistente. La misma fuente destacó que, aunque la tecnología ha proporcionado comunicación en zonas remotas y mejorado las conexiones en las ciudades, también ha impulsado actividades ilegales en la región⁶.

Además de los aspectos relacionados con la seguridad y la soberanía nacional, considerando que esta empresa extranjera controla un vasto y estratégico flujo de datos en la Amazonia brasileña, la situación es especialmente perjudicial en lo que respecta al colonialismo digital, que se refiere a la recolección, control y utilización de datos digitales por parte de grandes corporaciones en la actual etapa del capitalismo (Faustino; Lippold, 2023). En esencia, esta cuestión implica la explotación comercial y política de datos personales que circulan en entornos digitales. Para Couldry y Mejias (2019), el colonialismo digital es más sutil que el colonialismo histórico, ya que no emplea la violencia física para dominar personas y territorios. La seducción tecnológica, componente imprescindible del colonialismo digital, contribuye al borramiento progresivo de la diversidad cultural, que constituye un patrimonio inmaterial de la Amazonia. Quijano (2010) afirma que la colonialidad contemporánea se basa en la diseminación de patrones geoculturales que afectan a las identidades sociales locales, incluidas las de pueblos indígenas, negros y mestizos.

Es relevante destacar que una parte significativa de estos nuevos ciudadanos de la era digital que viven en zonas remotas de la Amazonia brasileña no han tenido acceso regular a los medios analógicos. Como resultado, estos individuos no han desarrollado un repertorio mediático adecuado ni siquiera para comprender plenamente la lógica de la comunicación de masas, una etapa necesaria para una mayor familiaridad con la lógica mediática de las conexiones digitales. En este contexto, la ausencia de políticas públicas orientadas a la alfabetización mediática resulta especialmente perjudicial, ya que limita la promoción de usos más refinados y críticos de las tecnologías de comunicación en la fase actual de la mediatización.

Un reportaje publicado por The New York Times el 2 de junio de 2024 analizó el cotidiano de la aldea indígena Marubo, que cuenta con aproximadamente dos mil habitantes que viven en una zona remota de la Amazonia brasileña y que, desde 2022, tienen acceso a internet a través del servicio de Starlink. El reportaje destacó la contradicción

inherente a la situación: mientras que la comunidad indígena dispone ahora de medios tecnológicos para comunicarse de manera ágil con familiares distantes y solicitar la ayuda de organismos públicos en situaciones de emergencia, su modo de vida tradicional se ha visto amenazado por las interacciones sociotécnicas en plataformas digitales. Este cambio es claramente perceptible entre los jóvenes de la aldea, quienes, como cualquier adolescente del mundo, ahora prefieren interactuar a través de las pantallas de sus teléfonos inteligentes, en lugar de participar en las actividades tradicionales de la vida comunitaria de la aldea⁷.

A través de tecnologías de comunicación como el servicio Starlink, las comunidades remotas de la Amazonia adquieren la capacidad de acceder sin restricciones a la era posdigital, en la cual la tecnología se vuelve tan generalizada y omnipresente que a menudo pasa desapercibida, incluso para aquellos que no tuvieron experiencias regulares previas con medios de comunicación menos sofisticados. Esta normalización de la tecnología en la vida cotidiana es descrita por Willim (2024, p. 1) como “Mundania”. En este contexto, redes sociales, teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos conectados a internet se convierten en componentes intrínsecos de las rutinas y experiencias diarias.

Según Cramer (2015), la era posdigital activa prácticas poscoloniales en la comunicación, rechazando las tecno-utopías asociadas a tecnologías como los algoritmos y las infraestructuras digitales, y se orienta hacia usos cada vez más intensos y sofisticados de inteligencia artificial (IA), experimentos en biotecnología e Internet de las Cosas (IoT). Así, el modo de vida tradicional de los pueblos originarios de la Amazonia se ve tensionado por los efectos amplios y globalizantes de estas tecnologías de comunicación, lo que podría resultar en un borrado paulatino de la diversidad cultural que caracteriza a la región.

Un ejemplo de este escenario es el movimiento #AIApagamentoIndigena, iniciado en 2023 por la empresa brasileña Scientia Consultoria, especializada en investigaciones sobre patrimonio cultural, en colaboración con Agência One. Este movimiento, que puede clasificarse como una iniciativa de activismo mediante hashtags (o hashtivismo) en la era posdigital, invita a artistas brasileños a alimentar herramientas de inteligencia artificial con representaciones de las etnias indígenas locales. La propuesta surgió a partir de la constatación de que la herramienta de IA generativa basada en imágenes, Midjourney, no reconoce a los pueblos indígenas de Brasil debido a la falta de un acervo digital que permita identificar los rostros de ciertas etnias⁸.

El término *hashtivismo* (Paiano et al., 2017; Ureta; Terradillos, 2022) combina las palabras “hashtag” y “activismo” y describe el uso de las redes sociales como un medio para promover cambios sociales. El término se refiere a la práctica de utilizar hashtags específicos para concienciar o defender una causa o asunto concreto. Estos hashtags se utilizan para llamar la atención sobre temas relevantes, generar debates y fomentar la participación de la audiencia. Ejemplos ampliamente conocidos de hashtivismo son los hashtags #MeToo y #BlackLivesMatter.

Además del hashtivismo, y considerando la situación que motivó la creación del hashtag #AIApagamentoIndigena, defendemos un enfoque de activismo transmedia decolonial, basado en acciones de educomunicación transmedia. El objetivo es integrar críticamente a la sociedad local en la red de activismo transmedia en la Amazonia en la era posdigital. La educomunicación transmedia se inscribe en la tradición histórica de la educomunicación, pero destaca las especificidades de la ecología mediática contemporánea en la que se concentra la educación transmedia (Jenkins, 2016). Aunque estos procesos de

educación transmedia son predominantemente digitales, también abarcan cualquier forma de expresión, ya sea digital o analógica, que promueva interacciones sociales e intercambios culturales a escala global, con base en experiencias geolocalizadas (Tárcia; Alzamora; Cunha; Gambarato, 2023).

3. ACTIVISMO TRANSMEDIA

La noción de activismo transmedia fue propuesta inicialmente por Lina Srivastava, definiéndose como el “uso colectivo e integrado de diversas plataformas para impulsar flujos de contenido destinados a una cierta transformación de la realidad, basada en procesos de generación colectiva de conciencia, compromiso, acción y estructuración de cambios” (Srivastava, 2009). Este concepto ha sido ampliamente utilizado con pocas variaciones, destacando siempre cómo las redes de comunicación, especialmente las digitales, pueden ser movilizadas para ampliar el alcance de una causa y fomentar la movilización social en torno al tema. Costanza-Chock (2014) señala que el activismo transmedia no se limita a causas sociales y políticas, sino que también permea estrategias culturales colectivas, como puede verse en ciertas modalidades de entretenimiento. Sin embargo, se articula predominantemente en torno a pautas políticas, sociales y culturales. Según Costanza-Chock, las acciones de activismo transmedia utilizan múltiples plataformas y lenguajes para promover causas comunes mediante procesos colectivos y creativos, constituyendo una narrativa cultural fragmentada, pero expansiva, que se integra a través de acciones colectivas en conexiones digitales.

El movimiento #AIApagamentoIndigena, mencionado anteriormente, puede discutirse en el ámbito del activismo transmedia. En primer lugar, promueve la coordinación de una acción colectiva en red con el propósito de generar compromiso, acción y estructuración de cambios sociales (Srivastava, 2009), características que definen el activismo transmedia. Además, el movimiento actúa directamente sobre el acervo digital utilizado para entrenar herramientas de IA generativa, mediante la producción colectiva de imágenes que representan las etnias indígenas locales. Esta forma de activismo es representativa de la era posdigital, ya que busca evitar que los procesos de aprendizaje de máquina resulten en distorsiones de la realidad que podrían perjudicar a los pueblos originarios de la Amazonía.

Sin embargo, para ser considerado efectivamente un ejemplo de activismo transmedia en la era posdigital, el movimiento #AIApagamentoIndigena necesitaría, además de reunir las características antes mencionadas, expandirse orgánicamente a través de conexiones en línea y fuera de línea resultantes de una apropiación social creativa, crítica y autónoma. Dado que el tema se inscribe en la agenda de la defensa de la Amazonía —uno de los tópicos más relevantes del activismo transnacional desde la década de 1970 (Zhouri, 2006)—, sería deseable que esta dinámica transmedia adquiriera también un carácter transnacional. Si bien el uso social del hashtag que da nombre al movimiento facilita las conexiones digitales y promueve la dimensión transmedia y transnacional, esto, por sí solo, no es suficiente para alcanzar dicho alcance. Para lograrlo sería necesaria la puesta en marcha de una estrategia comunicacional efectiva, específicamente dirigida a este propósito, además de la movilización de tácticas colectivas en red, impredecibles y orgánicas, que otorgan vitalidad y fluidez al activismo transmedia.

El hashtivismo, del cual el movimiento #AIApagamentoIndigena es un ejemplo, puede considerarse una variación del activismo transmedia. Ambas modalidades de activismo se difunden a través de conexiones digitales, resultantes de la acción integrada entre mentes humanas y algoritmos (Alzamora; Bicalho, 2018). Las tácticas colectivas de activismo transmedia frecuentemente utilizan hashtags para aumentar la visibilidad de la causa en las redes digitales y ampliar la adhesión social, con el potencial de alcanzar una perspectiva transnacional, ya que el uso de la almohadilla o numeral (#) indexa contenidos asociados en diversas plataformas. De este modo, se forman redes políticas de hashtags establecidas a través de conexiones en plataformas digitales (Bülow; Dias, 2019). El uso de hashtags permite, por lo tanto, la gestión colectiva de entendimientos temporales, aunque contradictorios (D'Andrea; Alzamora; Ziller, 2015). Según Husson (2015), el hashtag puede asumir el estatus de “palabra-argumento”, al incorporar contenidos metadiscursivos que implican cuestiones sociales y políticas en el contexto mediático.

Según Certeau (1984), una estrategia corresponde al cálculo de relaciones de poder con el objetivo de alcanzar una finalidad específica, mientras que la táctica, que opera siempre en el espacio del otro, se define como una acción calculada de incidencia puntual. Para Certeau, la táctica, al ser el arte de los débiles, genera sorpresas y actúa de forma imprevisible, y es precisamente esta característica su principal fortaleza. La estrategia, en cambio, presupone la existencia de un centro de poder fijo y una trayectoria planificada para la acción en red. Desde la perspectiva del activismo transmedia, la estrategia corresponde a la planificación comunicacional necesaria para alcanzar las transformaciones deseadas, mientras que la táctica, que es siempre colectiva y reticular, no solo confiere una robustez orgánica a la dinámica transmedia, sino que también, en determinados momentos, redefine su trayectoria. En este sentido, el “prefijo ‘trans’ delinea una trayectoria mediática singular en la medida en que apunta estratégicamente hacia las desviaciones y transgresiones que suelen caracterizar las resignificaciones tácticas de las acciones colectivas” (Gambarato, Alzamora y Tárcia, 2020, p. 8).

En el caso del movimiento #AIApagamentoIndigena, la estrategia transmedia podría operar como una forma de contrapoder decolonial, ejercido en las conexiones digitales y en las infraestructuras posdigitales, con el objetivo de resistir a la influencia modeladora del norte global, característica de las grandes corporaciones de tecnologías de comunicación. A su vez, las prácticas sociales, o tácticas, intervendrían en esta dinámica comunicacional de modo creativo y heterogéneo, asegurando la vitalidad y robustez necesarias a las extensiones en línea y fuera de línea del movimiento. Este activismo transmedia decolonial podría volverse aún más sofisticado si incorporara estrategias de educomunicación transmedia dentro de las comunidades indígenas de la Amazonía con el fin de fomentar una acción táctica local consciente, crítica y autónoma.

3.1.#PRAYFORAMAZONIA

Se adopta aquí la perspectiva del activismo transmedia decolonial como parámetro analítico para evaluar el alcance social del movimiento #PrayforAmazonia, que alcanzó los Trending Topics mundiales de Twitter en agosto de 2019. Según estudios divulgados por BBC News Brasil (Gragnani, 2019), la movilización social en la plataforma ocurrió

en múltiples idiomas —portugués, español, inglés y francés— utilizando variaciones lingüísticas locales del hashtag #PrayforAmazonia.

Este hashtag y sus variaciones correlacionadas no fueron definidas por un grupo específico de usuarios de la plataforma, ni permanecieron limitadas a Twitter. Por el contrario, su difusión se produjo en conexiones digitales regidas por modelos complejos de contagio, en los que se requieren varias fuentes de exposición para que otros individuos adopten el mismo comportamiento (Fink et al., 2016; Mønsted et al., 2017). Gambarato (2024, p. 212) introduce el concepto de “antinarrativa transmedia”, que se aplica en el ámbito del activismo transmedia decolonial. Entre las características que definen la antinarrativa transmedia se incluyen narrativas no lineales, fragmentadas o desarticuladas, estructuras de trama no convencionales y un énfasis en la ambigüedad o en finales abiertos, aspectos que se observan con frecuencia en el uso transmedia de hashtags.

El hashtag #PrayforAmazonia sigue el patrón del radical #Prayfor. El terremoto de Tohoku, en Japón, en 2011, señaló el inicio del uso social de este hashtag con #PrayforJapan (Margolin, 2016). #PrayforAmazonia es un caso típico de activismo transmedia transnacional. El uso táctico de este hashtag surgió en un contexto marcado por una serie de incendios en la Amazonía, incitados por un grupo de agricultores brasileños a través de WhatsApp. Este episodio fue conocido como el “Día del Fuego”. El primer reportaje sobre el incidente fue publicado el 5 de agosto de 2019 por el periódico local Folha do Progresso, de la región amazónica (Piran, 2019). La conversación por WhatsApp entre los productores rurales reveló que el 10 de agosto de 2019 había sido designado como el día para realizar quemas en la región, con el objetivo de obtener apoyo de las autoridades gubernamentales en la expansión de áreas de pastoreo en la Amazonía. Sin embargo, un año después de los hechos, solo el 5 % de los responsables del “Día del Fuego” habían sido castigados (Jornal Nacional, 2020).

Las acciones colectivas se manifestaron en diversas conexiones digitales, incluyendo WhatsApp, Telegram, Facebook y Twitter, además de protestas callejeras en varias ciudades de Brasil y del mundo (Alzamora; Gambarato; Tárcia, 2024). Las extensiones transmedia del hashtag #PrayforAmazonia fueron ampliamente diversificadas, involucrando, por ejemplo, productos a la venta en internet que llevaban este hashtag y el juego interactivo “Olha o que está acontecendo na Amazônia” (“Mira lo que está pasando en la Amazonía”), cuyo protagonista es el entonces presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, y el objetivo del juego es destruir el mayor número posible de árboles (Ibanez, 2019). Lejos de presentar un uso social cohesionado, #PrayforAmazonia se configuró como una arena discursiva repleta de controversias. Las posturas enfrentadas sobre los incendios fueron atribuidas a periodistas locales, comunidades indígenas, productores rurales, mineros, madereros, ambientalistas, además de celebridades y representantes de gobiernos internacionales. Argumentamos que el potencial antinarrativo de este hashtag se caracteriza por la subversión de las narrativas dominantes y oficiales, la creación de contranarrativas y el establecimiento de una voz colectiva que difunde múltiples perspectivas. Todos estos factores contribuyeron a generar visibilidad para la causa.

La visibilidad transmedia del hashtag se amplió significativamente cuando autoridades y celebridades internacionales lo emplearon en sus redes sociales, destacando figuras como la cantante Madonna, el actor Leonardo DiCaprio, el futbolista Cristiano Ronaldo y el presidente francés Emmanuel Macron, entre otros. Esta observación pone de relieve

cómo el colonialismo digital y cultural asociado a este hashtag oscurece su uso táctico inicial, que estaba intrínsecamente vinculado a prácticas locales, colectivas y orgánicas, aunque permeadas por conflictos.

El número de focos de quemas en la Amazonía brasileña en 2020 superó el récord anterior de 2005, convirtiéndose en el más alto registrado hasta la fecha, según datos del Instituto Nacional de Investigaciones Espaciales (Inpe)⁹. En virtud de este aumento, el hashtag #PrayforAmazonia volvió a figurar en los Trending Topics globales de Twitter. Sin embargo, en 2020, la movilización local, nacional, transnacional e internacional generada en este contexto no configuró una dinámica transmedia, como ocurrió el año anterior. Esta movilización se caracterizó básicamente como un caso de hashtivismo, sin la producción de extensiones creativas y autónomas, al contrario de lo observado en 2019.

El año 2021 fue el tercero consecutivo en presentar los peores índices de incendios registrados en la Amazonía brasileña, según datos divulgados por el Inpe¹⁰. A pesar de este escenario, la visibilidad de #PrayforAmazonia fue eclipsada por otros hashtags que pertenecen al mismo universo semántico, como #SOSAmazonia y #SaveTheAmazon. En este contexto, además de no configurar una dinámica comunicacional de activismo transmedia, el hashtag ni siquiera logró caracterizarse como un caso exitoso de hashtivismo en 2021.

Entre enero y septiembre de 2022, la Amazonía brasileña registró un número de focos de incendios superior al total contabilizado durante todo 2021, según datos del Inpe¹¹. El año 2022 fue el peor en términos de incendios en la Amazonía brasileña desde 1998, cuando el Inpe inició la serie histórica. Sin embargo, el hashtag #PrayforAmazonia no obtuvo visibilidad significativa en Twitter esta vez. En contraste, el hashtag #SOSAmazonia alcanzó los Trending Topics mundiales de Twitter, impulsado por acciones aisladas de activismo promovidas por ambientalistas, organizaciones no gubernamentales, celebridades y ciudadanos.

En 2023, la Amazonía brasileña registró el segundo mayor número de incendios desde 1998, siendo 2022 el año con peor índice hasta entonces, según datos divulgados por el Inpe. En este contexto, el hashtag #ActForTheAmazon apareció en los Trending Topics mundiales de la plataforma X (anteriormente conocida como Twitter), asociándose circunstancialmente a otros hashtags del mismo universo semántico, como los mencionados anteriormente (#SOSAmazonia y #SaveTheAmazon). En ese año, el hashtag #PrayforAmazonia perdió visibilidad en las conexiones digitales.

Hasta septiembre de 2024, la Amazonía brasileña ya había registrado el peor número de focos de incendios desde 1998, según datos divulgados por el Inpe¹². A pesar de que la plataforma X está suspendida en Brasil desde agosto de 2024 por orden judicial, el hashtag #ActForTheAmazon volvió a ganar importancia, mientras que #PrayforAmazonia tuvo poca relevancia.

4. CONSIDERACIONES FINALES

El análisis de la trayectoria histórica del hashtag #PrayforAmazonia revela que una estrategia de dinámica transmedia no puede limitarse al hashtivismo, aunque el activismo de hashtags desempeñe un papel significativo en las conexiones digitales, especialmente cuando se despliega transmediáticamente en acciones colectivas que son tácticas, creativas

y autónomas. A pesar de la prominencia circunstancial alcanzada por el hashtag #PrayforAmazonia, aunque relevante, no tuvo la capilaridad necesaria para movilizar de manera persistente ni para articular acciones que apunten a promover los cambios que guían su trayectoria. Por lo tanto, concluimos que el hashtag #PrayforAmazonia incentivó más expresiones de lamentación que acciones concretas capaces de mitigar los impactos devastadores de los incendios en la Amazonía. En la práctica, los incendios en la región han aumentado cada año, mientras que la visibilidad del hashtag en las conexiones mediáticas ha disminuido progresivamente, hasta prácticamente desaparecer.

El activismo transmedia movilizado por #PrayforAmazonia no se tradujo en acciones concretas significativas. En contraste, observamos que el hashtag que ha cobrado relevancia más recientemente es precisamente aquel que exige acciones efectivas: #ActForTheAmazon. El análisis de la situación parece indicar que, en el contexto del activismo transmedia, además de las extensiones creativas, múltiples y autónomas que caracterizan su dinámica, es de suma importancia realizar acciones concretas orientadas al cambio deseado. Aunque se centre en conexiones mediáticas, el activismo transmedia debe crear extensiones en contextos no mediáticos, como escuelas, asociaciones de vecinos y sindicatos rurales, por ejemplo. De lo contrario, la visibilidad ampliada y circunstancial de la causa defendida no será suficiente para mitigar sus problemas subyacentes ni promover el cambio necesario.

Desde un punto de vista estratégico, el activismo transmedia en la Amazonía debería incluir necesariamente una red táctica de acciones destinadas a promover la ciudadanía digital de los pueblos originarios de la región, con la educación transmedia decolonial configurándose como una acción viable en este escenario. El activismo transmedia decolonial necesita trascender el ámbito mediático.

En consonancia con el Programa de Alfabetización Mediática e Informacional preconizado por la UNESCO (2019), destacamos que el uso crítico y responsable de las plataformas digitales por parte de los pueblos originarios de la Amazonía es una condición esencial para la protección de la selva, la biodiversidad y la diversidad cultural de la región.

NOTAS

* Este trabajo fue desarrollado con el apoyo del CNPq y FAPEMIG.

¹ <https://www.gov.br/mma/pt-br/assuntos/noticias/no-dia-da-amazonia-conheca-curiosidades-da-maior-floresta-tropical-do-mundo-e-acoes-que-unem-preservacao-e-desenvolvimento#:~:text=Com%20aproximadamente%205%20milh%C3%B5es%20de,%C3%A1rea%20desse%20bioma%20no%20Brasil>. Acceso en: 2 oct. 2024.

² <https://antigo.mma.gov.br/biomas/amaz%C3%A9nia.html>. Acceso en: 2 oct. 2024.

³ <https://www.brasildedefato.com.br/2022/04/18/amazonia-responde-por-97-das-areas-de-conflito-por-terras-no-brasil-aponta-cpt>. Acceso en: 2 oct. 2024.

⁴ <https://infoamazonia.org/2022/11/29/ativistas-defendem-protectao-de-territorios-e-mapeamento-de-danos-para-reparar-consequencias-da-crise-climatica-na-amazonia/>. Acceso en: 2 oct. 2024.

⁵ <https://g1.globo.com/amazonas/noticia/2024/09/24/amazonas-registra-216-mil-queimadas-em-2024-e-tem-o-pior-indice-em-26-anos-aponta-inpe.ghtml>. Acceso en: 2 oct. 2024.

⁶ <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cv2edkw84zmo#:~:text=At%C3%A9%20a%20chega>

da%20da%20empresa, Amaz%C3%B4nia%20em%20grupos%20de%20garimpeiros. Acceso en: 3 oct. 2024.

⁷ <https://www.nytimes.com/2024/06/02/world/americas/starlink-internet-elon-musk-brazil-amazon.html>. Acceso en: 3 oct. 2024.

⁸ <https://www.meioemensagem.com.br/midia/apagamento-indigena> Acceso en: 3 oct. 2024.

⁹ <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2020/10/11/queimadas-no-amazonas-em-2020-superam-recorde-de-2005-e-registraram-maior-numero-da-historia.ghtml>. Acceso en: 4 oct. 2024.

¹⁰ <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2021/11/06/numero-de-queimadas-no-amazonas-em-2021-ja-e-o-terceiro-pior-da-historia.ghtml>. Acceso en: 4 oct. 2024.

¹² <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/numero-de-queimadas-na-amazonia-em-2022-superou-2021-mas-e-inferior-ao-recorde-de-2004/>. Acceso en: 4 oct. 2024.

¹³ <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2024/09/24/amazonas-registra-216-mil-queimadas-em-2024-e-tem-o-pior-indice-em-26-anos-aponta-inpe.ghtml>. Acceso en: 4 oct. 2024.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALZAMORA, G. C., GAMBARATO, R. R., & TÁRCIA, L. (2024). #PrayforAmazonia: Transmedia mobilisation within national, transnational and international identities. En J. Dalby & M. Freeman (Eds.), *Transmedia selves* (pp. 161–178). Routledge.
- ALZAMORA, G. C., & BICALHO, L. A. (2020). Ativismo transmídia nas eleições 2018 no Brasil: A semióse de #CadêAProva. *E-Compós*, 23.
- ALZAMORA, G., ZILLER, J., & D'ANDREA, C. (2018). Mídia e dispositivo: Uma aproximação. En B. Leal, C. A. Carvalho & G. C. Alzamora (Coords.), *Textualidades midiáticas* (pp. 59–82). Selo PPGCOM/UFMG.
- BÜLLOW, M., & DIAS, T. O. (2019). Ativismo de hashtags contra e a favor do impeachment de Dilma Rousseff. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 120, 5–32. <https://journals.openedition.org/rccs/9438>
- CERTEAU, M. DE (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- CONSTANZA-CHOCK, S. (2014). *Out of the shadows, into the streets! Transmedia organizing and the immigrant rights movement*. MIT Press.
- COULDREY, N., & MEJIAS, U. A. (2020). Resistance to the new data colonialism must start now. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2020/4/28/resistanceto-the-new-data-colonialism-must-start-now/>
- CRAMER, F. (2015). What is ‘post-digital’? En D. M. Berry & M. Dieter (Eds.), *Postdigital aesthetics* (pp. 12–26). Palgrave Macmillan.
- D'ANDREA, C., ALZAMORA, G. C., & ZILLER, J. (2015). Hashtags as intermedia agency resources before FIFA World Cup 2014 in Brazil. En N. Rambukkana (Ed.), *Hashtag publics: Power and politics of discursive networks* (pp. 115–126). Peter Lang Publishing.
- DEACON, D., & STANYER, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture and Society*, 36(7), 1032–1044.
- FAUSTINO, D., & LIPPOLD, W. (2023). *Colonialismo digital: Por uma crítica hacker-fanoniana*. Boitempo.
- FINK, C., ET AL. (2026). Complex contagions and the diffusion of popular Twitter hashtags in Nigeria. *Social Network Analysis and Mining*, 6(1), 1–19.
- FOUCAULT, M. (1996). *Microfísica do poder*. Graal. (Trabajo original 1994).
- GAMBARATO, R. R. (2024). Transmedia (anti-storytelling) audiences. En A. Hill & P. Lunt (Eds.), *The Routledge companion to media audiences* (pp. 210–221). Routledge.

- Alzamora, G. C., & Tárcia, L. P. (2020). *Theory, development, and strategy in transmedia storytelling*. Routledge.
- GRAGNANI, J.** (2019, agosto 28). Amazônia eleva meio ambiente a prioridade nas redes. *BBC News Brasil*. <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial49474313>
- HEPP, A.** (2014). As configurações comunicativas de mundos midiatizados: Pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, 8(1), 45–64.
- IBANEZ, H.** (2024). Olha o que está acontecendo na Amazônia. *Nintendo Blog*. <https://www.naointendo.com.br/posts/x9yvktmmzm0-olha-o-que-estacontecendo-na-amazonia>
- JENKINS, H.** (2016). Youth voice, media, and political engagement: Introducing the core concepts. En H. Jenkins et al. (Eds.), *By any media necessary: New youth activism* (pp. 1–60). New York University Press.
- JORNAL NACIONAL** (2020, agosto 10). Apenas 5% dos responsáveis pelo Dia do Fogo na Amazônia foram punidos. *G1 Globo*. <https://g1.globo.com/jornalnacional/noticia/2020/08/10/apenas-5percent-dos-responsaveis-pelo-dia-do-fogona-amazonia-foram-punidos.ghtml>
- MARGOLIN, D.** (2016). Another tragedy, another #PrayFor, but what does it really say about who cares for whom? *The Conversation*. <https://theconversation.com/another-tragedy-another-prayfor-but-what-doesit-really-say-about-who-cares-for-whom-62588>
- MØNSTED, B., ET AL.** (2017). Evidence of complex contagion of information in social media: An experiment using Twitter bots. *PLoS ONE*, 12(9), 1–12.
- PAIANO, A. P., PASSIANTE, G., VALENTE, L., & MANCARELLA, M.** (2017). A hashtag campaign: A critical tool to transmedia storytelling within a digital strategy and its legal informatics issues. En V. Katsoni, A. Upadhyा, & A. Stratigea (Eds.), *Tourism, culture and heritage in a smart economy* (pp. 49–71). Springer.
- PIRAN, A.** (2019). Dia do fogo: Produtores planejam data para queimada na região. *Folha do Progresso*. <http://www.folhadoprogresso.com.br/dia-do-fogo-produtores-planejam-data-para-queimada-na-regiao/>
- QUIJANO, A.** (2010). Colonialidade do poder e classificação social. En B. S. Santos & M. P. Meneses (Coords.) *Epistemologias do Sul* (pp. 73–116). Almedina.
- SRIVASTAVA, L.** (2009). Ativismo transmídia: Contando sua história em plataformas de mídia – Crie uma mudança social eficaz. *Namac*. <https://web.archive.org/web/20130515174049/http://www.namac.org/node/6925>
- TÁRCIA, L., ALZAMORA, G. C., CUNHA, L., & GAMBARATO, R. R.** (2023). Transmedia education method for social sustainability in low-income communities. *Frontiers in Communication*, 8, Article 1077807. <https://doi.org/xxxxx>
- UNESCO** (2019). *MIL Clicks – Social media initiative*. <https://en.unesco.org/milclicks>
- URETA, A. L., & TERRADILLOS, J.** (2022). Hashtivism's potentials for mainstreaming feminism in politics: The Red Lips Revolution transmedia narrative. *Feminist Media Studies*, 22(5), 1139–1162.
- WILLIM, R.** (2024). *Mundania: How and where technologies are made ordinary*. Bristol University Press.
- ZHOURI, A.** (2006). O ativismo transnacional pela Amazônia: Entre a ecologia política e o ambientalismo de resultados. *Horizontes Antropológicos*, 12(25), 139–169.

