

DEL MITO GLOBAL A LA MOVILIZACIÓN LOCAL: CREACIÓN Y RESONANCIA DEL MARCO GRETA THUNBERG

Silvia Díaz-Pérez
Roger Soler-i-Martí
Mariona Ferrer-Fons

<https://doi.org/10.3916/c68-2021-03>

INTRODUCCIÓN

Movimiento climático

- Paso adelante sin precedentes en 2019
- Capacidad de movilización e impacto político y mediático



- Aparición de la activista sueca Greta Thunberg
- El nacimiento de «Fridays for Future» (FFF)



METODOLOGÍA

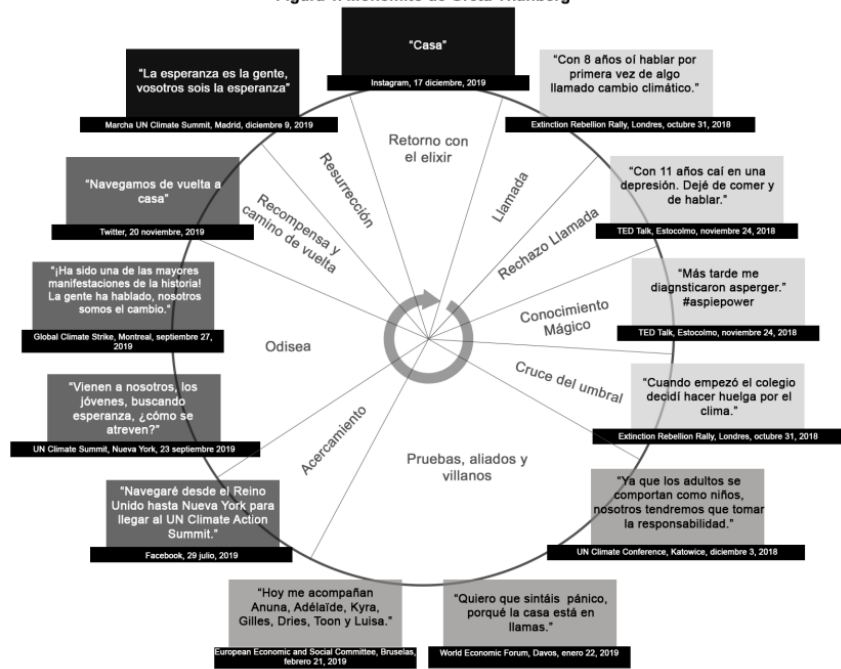
Análisis cualitativo de los discursos de Greta Thunberg
enfoque cuantitativo para el análisis de contenido de las redes sociales de FFF Barcelona



- Todos los mensajes de las cuentas oficiales de Twitter e Instagram de FFF (desde su aparición en febrero de 2019 hasta marzo de 2020)
- Codificación: un total de 664 posts (527 tweets y 137 posts y stories de Instagram)
- Variables: 33

RESULTADOS

Figura 1. Monomito de Greta Thunberg



El agravio, el problema y el objetivo se mantienen constantes a lo largo de la historia

El uso del marco Greta en los posts de FFF Barcelona en Twitter e Instagram tiene siempre un efecto positivo en su capacidad de recibir «likes» y «retweets»

Los seguidores del movimiento de Barcelona en redes sociales se sienten más identificados con los mensajes que contienen elementos del marco Greta. El efecto se acentúa a partir de octubre de 2019, coincidiendo con el mayor peso del discurso de crítica a los antagonistas en las redes de FFF Barcelona

CONCLUSIONES

El proceso de heroización de la activista ha contribuido a la construcción y repercusión del potente nuevo marco del movimiento climático a pesar de las reticencias a la personalización del liderazgo



Las redes sociales ofrecen el contexto idóneo de aceleración en el intercambio de información, imprescindible para conectar estos fenómenos con el resto del movimiento en general y con los grupos locales de FFF en particular



Comunicar

www.revistacomunicar.com