

COMMONS

Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital

Publicación bianual

Volumen 6, Número 1 pp. 45-62

ISSN 2255-3401

Mayo 2017

SOCIOLOGÍA POLÍTICA DE LA “COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL”: PISTAS PARA UN CAMBIO DE ENFOQUE

Benjamin Ferron / Erica Guevara

Fecha de envío: 10/02/2017

Fecha de aceptación: 02/03/2017

SOCIOLOGÍA POLÍTICA DE LA “COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL”: PISTAS PARA UN CAMBIO DE ENFOQUE

POLITICAL SOCIOLOGY OF “COMMUNICATION FOR SOCIAL CHANGE”: TRACKS FOR A CHANGE OF FOCUS

Benjamin Ferron

benjamin.ferron@u-pec.fr

Universidad Paris-Est-Créteil (Francia)

Erica Guevara

erica.guevara@univ-paris8.fr

Universidad Paris 8 (Francia)

Resumen

Este artículo propone una reflexión crítica sobre algunas de las tensiones que se pueden encontrar en la corriente académica de la “Comunicación para el cambio social”, así como pistas para superarlas. Inspirándose en enfoques de sociología política, se identifican tres mecanismos generadores de polarización: la tendencia de los investigadores a comprender su objeto de estudio a partir de categorías militantes; el proceso de especialización de la investigación que lleva a considerar a los “medios alternativos y comunitarios” como autónomos y universalmente comparables; y la creencia en el poder de los medios de comunicación y sus efectos sociales. El artículo plantea que los científicos que estudian este activismo orientado hacia los medios forman parte de un campo de producción cultural especializado (Bourdieu). Defendemos la idea de que desarrollar una sociología política de este campo aportaría mucho a la comprensión y al análisis de sus lógicas de funcionamiento, con beneficios tanto científicos como políticos.

Palabras clave

Sociología política; comunicación para el cambio social; movimientos sociales; comunicación mediática; epistemología de las Ciencias Sociales

Abstract

This article proposes a critical reflection on some of the tensions that can be found in the academic current of “communication for social change”, as well as clues to overcome them. Inspired by approaches of political sociology, three mechanisms are identified that generate polarization: the tendency of researchers to understand their object of study from militant categories; the process of specialization of research that leads to consider “alternative and community media” as autonomous and universally comparable; and belief in the power of the media and its social effects. The article argues that the scientists who study this media-centered activism are part of a field of specialized cultural production (Bourdieu). We defend the idea that to develop a political sociology of this field would contribute much to the understanding and the analysis of its logics of operation, with both scientific and political benefits.

Keywords

Political Sociology; communication for social change; social movements; media communication; epistemology of Social Sciences

1. Introducción

Las investigaciones académicas sobre la comunicación mediática de los movimientos sociales se inician a partir de 1970 (Halloran *et al.*, 1970; Gitlin, 1980), y se han beneficiado desde hace veinte años de un dinamismo sin precedente. Este dinamismo se manifiesta no sólo en el

análisis del tratamiento periodístico de las protestas colectivas y de sus efectos en las organizaciones militantes (Neveu, 1999), sino también en el estudio de las estrategias desplegadas por los grupos de interés con el fin de construir sus propias redes autónomas de información y de comunicación (Couldry & Curran, 2003). Uno de los efectos de este renovado interés es la organización periódica de eventos científicos nacionales o internacionales, tales como las conferencias de la red OURMedia desde 2001 (Kidd, Stein & Rodriguez, 2010), o la publicación casi semanal de artículos, ediciones de revistas y libros universitarios sobre el tema, incluso una enciclopedia (Downing, 2010), un *reader* (Atton, 2015) y una revista académica especializada (*Journal of Alternative and Community Media*, 2016).

Esta expansión está fuertemente correlacionada con el auge de movilizaciones colectivas con las cuales, en general, los investigadores que las analizan se identifican social y políticamente. Este fue por ejemplo el caso del movimiento alter-mundialista al final de los años 1990 (Della Porta, 2016). Desde el levantamiento zapatista (1994) y la “Batalla de Seattle” (1999), el *Global Justice Movement* contribuyó a politizar la cuestión de la democratización de los espacios públicos mediáticos (*Media, Culture & Society*, 2003). Recientemente, se publicó una “Carta Mundial de Medios libres” (2015) en la que participaron activistas y varios universitarios (FMML, 2015). Esto también ocurre con las numerosas revueltas anti-autoritarias o anti-austeridad de los años 2010: Egipto, Túnez, Turquía, Occupy Wall Street, Indignados, Nuit Debout, etc. Sus críticas de los medios de masas y sus repertorios digitales han hecho correr ríos de tinta (Castells, 2015).

Es posible afirmar entonces que estos movimientos de protesta acompañaron la emergencia de un campo de producción cultural especializado, en el sentido sugerido por Bourdieu (1997). Este campo reúne a actores y observadores de estos procesos, y donde muchos se identifican a sí mismos como miembros de la corriente de “comunicación para el cambio social” (CSS) (Gumucio-Dagron, 2008). Nuestra hipótesis es que el campo de la CSS funciona sociológicamente como un espacio de producción de bienes simbólicos (categorías de percepción y clasificación, modelos de análisis teórico, tablas de evaluación, etc.) que contribuye no solamente a la inteligencia social sino a

1. Esta configuración es sociológicamente comparable a la de los *think tanks* estudiado por Medvetz en el caso de Estados Unidos (2012).

la legitimación de prácticas y representaciones heterodoxas de la comunicación mediática. Ahora bien, este sub-espacio de relaciones es poco autónomo, en el sentido de que su funcionamiento es dependiente de instituciones exteriores (político-administrativas, académicas, mediáticas, grupos de interés, etc.), en términos de recursos, de personal o de legitimidad. Dentro de este universo semi-diferenciado, los “empresarios” de la CSS destacan estrategias de conservación o de transformación del campo que implican la movilización de una mezcla compleja de recursos (o formas de capital) extraídos de campos más establecidos. Esto lleva a un juego de equilibristas entre los principios de legitimidad, a veces poco compatibles¹. La hipótesis según la cual los “medios alternativos y comunitarios” y sus defensores ocupan un espacio de acción poco autónomo cuyos principios de base (tales como las reglas de conducta legítimas) están poco institucionalizados, nos parece explicar por qué la identidad de estos medios es debatida sin cesar.

Este artículo propone una reflexión crítica sobre las tensiones internas que se pueden encontrar en este campo, así como algunas formas de superarlas. El texto propone trabajar con un marco analítico menos normativo y más reflexivo, inspirado en enfoques de sociología política (Lagroye, 1994). Defendemos la idea de que podría favorecer la objetivación de estas formas de comunicación que forman parte de un fenómeno social más general: el activismo político orientado hacia los medios (Sobieraj, 2011). Subrayamos también algunos beneficios que los actores pueden encontrar en este trabajo de objetivación para armarse en las luchas simbólicas asimétricas en las cuales están involucrados.

2. Aportes y límites de un enfoque normativo

Indudablemente, la corriente de la CSS abrió terrenos de investigación poco explorados por los análisis dominantes sobre sistemas mediáticos y participación política, centrados hasta entonces principalmente en los agentes sociales más visibles y legítimos (François & Neveu, 1995; Scott, 2000). Prensa alternativa, radios comunitarias, vídeo militante, activismo en línea, etc.: los trabajos empíricos dieron a conocer una cantidad impresionante de experiencias y de organizaciones militantes que consideran a los medios de información

y de comunicación como herramienta clave de lucha para sensibilizar y dar sentido a movilizaciones colectivas, crear identidades y espacios comunes de interacción.

La CSS cuestionó y replanteó teóricamente la concepción vertical y neocolonial de la comunicación, inspirada en teorías y técnicas de modernización de la “comunicación para el desarrollo” (Engel & Wilkins, 2012). Demostró la importancia de incluir dentro del dispositivo de investigación a las partes interesadas en la producción de proyectos sociales para poder esperar la obtención de resultados (Commons, 2016; Rodríguez, 2009).

Sin embargo, a pesar de este aporte empírico, teórico y metodológico, muchos trabajos tienden también a adoptar una tonalidad normativa, retomando sin discusión las categorías de pensamiento y discursos de legitimación de los grupos analizados, limitando el debate de lo pensable y de lo posible. Sin restarle importancia a los debates sobre el rol político de los investigadores (como por ejemplo el del “intelectual orgánico” en el sentido de Gramsci²), ni postular la superioridad del académico neutro y omnisciente desde lo alto de su torre de cristal, esta situación plantea una serie de problemas epistemológicos y metodológicos en el estudio de este objeto específico. Por clásico que sea este requerimiento en Sociología (Bourdieu *et al.*, 2002; Beaud & Weber, 2003), tomar distancia con el objeto de estudio se vuelve indispensable tanto para profundizar en el conocimiento científico de la “comunicación alternativa y comunitaria” —en relación con la sociología del activismo, del periodismo o de la construcción de los problemas públicos (Neveu, 2000, 2015; Marchetti, 2008)—, como para poder identificar soluciones colectivas y duraderas a problemas sociales y políticos fundándose en un conocimiento realista de las relaciones de fuerza en juego.

Estas problemáticas se vuelven aún más difíciles de formular porque toda discusión científica sobre los presupuestos normativos que sustentan el mundo de la CSS —donde la figura del “intelectual del movimiento” se beneficia de un aura positiva (Atton, 2002: 103-132)— se expone inmediatamente a ser tachada de ser conservadora o, por lo menos, ortodoxa. Como lo escribe el sociólogo Daniel Gaxie (2005: 164): “los universos militantes son oficialmente desinteresados y censuran la existencia de intereses propios distintos del compromiso a la causa de la acción colectiva”.

2. Ver Piotte (1972).

Más que críticas rotundas y soluciones definitivas, este artículo pretende plantear algunas preguntas provocadoras, para contribuir al debate sobre las confusiones que se pueden presentar entre el papel de investigador y el de actor en el área de la investigación sobre comunicación “alternativa y comunitaria” en general. No tratamos de decir que un investigador debe dejar de ser militante, ni dejar de hacer estudios de tipo “investigación-acción”; afirmamos más bien que tomar una postura crítica con respecto a sus propias prácticas —analizando su propio rol en dichas dinámicas— le permitiría ir mucho más allá en la comprensión del activismo orientado hacia los medios, y enfocar de manera renovada los problemas que encuentra en sus propias luchas.

Una vez tomadas estas precauciones, podemos atrevernos a formular algunas preguntas. ¿En qué medida un eslogan militante (“dar voz a los sin voz”, “otra comunicación es posible”) puede tomarse como hipótesis de investigación (Ferron, 2012)? ¿Se puede empezar un estudio sin diferenciar claramente un problema social (el “control” autoritario o mercantil de los medios de masa, la “democratización” del espacio público mediático) y una problemática científica? ¿Hasta qué punto se pueden retomar las categorías usadas por los actores (“alternativo”, “empoderamiento”) y convertirlas en conceptos analíticos, sin caer en un círculo metodológico que lleva a encontrar, al final de la investigación, únicamente los resultados contenidos en las preguntas iniciales? ¿Cómo entender un estudio basado en una serie de ejemplos “ejemplares” (*best practices*, en el vocabulario de las organizaciones internacionales), que no explica los criterios de selección de estos ejemplos ni las condiciones de generalización teórica que permiten? ¿Cómo conciliar distancia crítica y respeto hacia las palabras y prácticas de los actores militantes, sin caer en la taxidermia, ni en las ilusiones de la absoluta “neutralidad axiológica”?

En otras palabras, valdría la pena preguntarse si el estudio de la “comunicación alternativa y comunitaria” ganaría —tanto científica como políticamente— si se iniciara un proceso de reflexividad colectiva sobre: 1) las metodologías de recolección de los datos y sus límites; 2) las condiciones de distanciamiento analítico con las categorías y las problemáticas de los actores; 3) los sesgos provocados por las propiedades sociales de los investigadores y sus relaciones con los grupos que estudian.

3. Tensiones internas

Si tomamos en serio la idea de que la Sociología de la Ciencia es una precondition de la actividad científica, se vuelve pertinente el análisis sociológico del funcionamiento de estos grupos. Se podría tratar de evaluar la influencia de sus investigadores en la estructuración de los discursos “legítimos” que circulan sobre estas prácticas de comunicación mediática: las categorías de clasificación y de jerarquización, la formulación de los problemas y soluciones, las lógicas de selección de los casos, etc. Se pueden destacar por lo menos tres tipos de mecanismos interdependientes que generan tensiones internas dentro del campo de la CSS.

3.1 Tensión n°1: entre el compromiso político y el distanciamiento científico

El primero opone las lógicas del compromiso político y las del distanciamiento científico (Elias, 1990). Así como ocurre con la investigación sobre movimientos sociales en general, los investigadores que se especializan en la comunicación mediática de los movimientos sociales tienden a desarrollar trayectorias que los llevan a ocupar diferentes posiciones profesionales dentro y fuera del mundo académico, incluyendo espacios militantes (asociaciones, sindicatos, partidos, ONG, fundaciones), gubernamentales (instituciones públicas que trabajan con medios de comunicación) o mediáticos (incluso los mismos medios alternativos que estudian), tanto nacionales como internacionales.

Por ejemplo, en asociaciones internacionales como AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) son comunes los universitarios, quienes a su vez pueden estar comprometidos en proyectos de apoyo a medios comunitarios, financiados por subvenciones públicas. Asimismo, medios comunitarios ubicados en las zonas rurales más alejadas pueden llegar a recibir apoyo financiero de instituciones públicas en el marco de proyectos coordinados por universidades. La presencia de académicos permite explicar cómo se logran aprobar leyes ventajosas para medios “alternativos” en contextos políticos aparentemente desfavorables. Los académicos también juegan un papel central en la difusión de ideas y análisis sobre el *deber ser* de los medios de comunicación, como en el proceso del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación en los años 1970, o las redes de académicos que escriben en revistas tales como *Chasqui* en Ecuador (Guevara, 2013).

Validar esta hipótesis permite interpretar las estrategias de “jugada doble” que llevan al investigador-militante a invertir formas de capital científico en algún campo político o cultural, y viceversa. Permite también interrogarse sobre la tendencia de muchos actores, especialmente de los que tienen más recursos económicos y culturales, que inician carreras transnacionales dentro de estas redes, como una estrategia para sortear las limitaciones que encuentran en su espacio profesional de referencia a nivel nacional (Wagner, 2007).

3.2 Tensión n°2: entre la especialización y la generalización

La segunda tensión lleva a un proceso de especialización en el estudio de un objeto que tiende a considerarse como si fuera autónomo, universal y excepcional. Los actores defienden la independencia política y/o económica de sus prácticas mediáticas. Esta afirmación debería ser tomada como objeto de análisis y no como postulado. También, la “batalla de etiquetas” (Gumucio-Dagron, 2001), para designar a todos “estos medios” (“libres”, “independientes”, “alternativos”, “radicales”, etc.) es un problema social y no científico: forma parte de las dinámicas propias de un espacio social poco estabilizado atravesado por luchas interpretativas (Cardon & Granjon, 2010).

El riesgo de reificación del objeto es reforzado por comparaciones que obedecen raramente a las reglas exigentes del método comparativo (Vigour, 2005). La selección de los casos se realiza frecuentemente dentro de las redes militantes en las cuales participan los académicos. La simpatía del investigador por su objeto de estudio lo lleva a adoptar el presupuesto de la unicidad irreductible de la causa, y la creencia en la excepcionalidad ontológica de las acciones y producciones del grupo: como lo muestra la sociología de los movimientos sociales, los activistas tienen interés en construir una causa “valiosa, unida, numerosa y comprometida” (Tilly, 1998: 467). El sociólogo debería tratar de dar cuenta de estas estrategias y sus condiciones sociales de posibilidad más que hacerse un portavoz del movimiento a través de su protocolo de investigación.

El rechazo de la comparación también es frecuente: cada canal de televisión alternativo, cada periódico underground se describe a sí mismo como nuevo, único e irrepetible. Así, los estudios se presentan bajo la forma de catálogos de experiencias más que de estudios comparativos. La resistencia de los medios a ser comparados entre sí puede explicarse en parte por el miedo a ser evaluados y perder apoyos políticos y financieros por “falta de audiencia” o “falta de participación social”. Esto implica sin embargo una confusión entre el método de comparación científica y un proceso de evaluación. Comparar no es evaluar, ni descalificar una experiencia frente a otra. Comparar es observar las similitudes y diferencias entre casos siguiendo un criterio, para despejar contrastes y formular enunciados más generales empíricamente controlados.

3.3 Tensión n°3: entre las causas y las consecuencias

La tercera tensión radica en la tendencia de la CSS a atribuirle efectos desmesurados —por no decir mágicos— a los medios de comunicación. A pesar de su diversidad, los empresarios de la causa de la CSS comparten un “sentido del juego” común que contribuye a la relativa autonomía de este campo de producción cultural especializado. Así, la convicción colectiva en la importancia política del juego mediático y en sus efectos sociales es típica de las categorías de visión y de división del mundo del “activismo político orientado hacia los medios” como lo muestra Sarah Sobieraj (2011). Puede ser analizada como la *ilusión* específica de este mundo, reforzada por una competencia interna por el monopolio de un discurso analítico y programático legítimo sobre la “comunicación alternativa y comunitaria”. Sin embargo, esto obedece a presupuestos altamente “mediocentristas”, según los cuales: 1) la comunicación mediática produce cambios sociales; 2) la comunicación alternativa produce cambios sociales positivos.

Este postulado inicial le cierra la puerta a problemáticas distintas o incluso inversas: ¿Qué tanto efecto tiene la comunicación alternativa en la movilización colectiva? ¿Es la movilización colectiva una precondition para que nazcan procesos de comunicación “alternativa”? ¿Cuáles son los costos de las estrategias mediáticas “alternativas”? ¿Pueden producir efectos de conservación del orden social, al ser el sistema capitalista muy propenso a reciclar la protesta social para su propio interés (Boltanski & Chiappelo, 1999)? ¿Cómo se dan los procesos de “empoderamiento” al participar en la producción de medios de comunicación? Nociones como esta aparecen como “cajas negras”, cuyo mecanismo interno sigue siendo misterioso.

3. Son comparables a los *democracy makers* estudiados por Guillot (2005).

La diversidad de las posiciones y la conflictividad que se observa entre actores —por ejemplo en los debates entre herederos de la “comunicación para el desarrollo” (C4D) y defensores de los principios de la “comunicación para el cambio social” (CSS)— juega un doble papel centrífugo y centrípeta en el campo. Las luchas internas para la conservación o la transformación de la “causa” son las que permiten observar de mejor manera la existencia de un espacio de relaciones estructurado, ya que los representantes de cada tendencia opuesta se toman como referencia entre sí para debatir. Estas luchas contribuyen a importar y a retraducir, en la lógica y el lenguaje propios del campo, principios de visión y de división del mundo que resultan de sus relaciones heterónomas con otros campos. Así, la oposición entre *mainstream media* y *alternative media* se presenta como la traducción de una oposición socialmente construida entre las elites (arriba) y el pueblo (abajo). Igualmente, la distinción entre lo que podríamos llamar la “comunicación para el odio social” (medios racistas, sexistas, etc.) y la “comunicación alternativa y comunitaria” reproduce la oposición política entre conservadurismo de derecha y reformismo social de izquierda. Por fin, la oposición entre *citizen/community media vs. radical/social movements media* puede ser analizada como el reflejo deformado de la oposición política, a la izquierda, entre “reforma” y “revolución”.

El compromiso de universitarios en programas de investigación de producción o de evaluación de estas prácticas de “comunicación alternativa y comunitaria” constituye, desde este punto de vista, un terreno de investigación estimulante para entender no solamente las luchas por la autonomía de las organizaciones mediáticas, sino también las luchas por la autonomía de los actores que las estudian o las defienden en los campos políticos o burocráticos³. Este enfoque permite entender también los procesos de transferencia simbólica a través de los cuales los evaluadores imponen sus categorías de visión y de evaluación a los grupos que evalúan, y viceversa.

4. Hacia un cambio de enfoque

Trabajar sociológicamente significa antes que nada dejar de preguntarse si “los medios alternativos y comunitarios funcionan” (Lewis, 2003), para investigar “cómo funcionan”. Se trata de abandonar todo presupuesto normativo sobre el “deber ser” de los medios, para poder describir y analizar en detalle cómo se organizan las prácticas de militancia mediática y cómo sus condiciones de producción y de recepción predeterminan lo que sus actores consideran posible o pensable. Metodológicamente, esto implica primero deshacerse de modelos y de criterios rígidos de análisis y de la búsqueda de una definición de medio alternativo “puro”. Se trata de no tratar de determinar un criterio ideal para evaluar el éxito de un medio de comunicación militante según su impacto social o revolucionario, sus ideas, la representatividad de sus integrantes, sus fuentes de financiación, sus contenidos o su audiencia, sino más bien de estudiar qué formas toman estas prácticas en entornos políticos, sociales y mediáticos diversos. Estudiar la CSS como parte de un “campo” permite trabajar sobre las posiciones y relaciones sociales dentro de las organizaciones (mediáticas, militantes...), pero también sobre las posiciones y relaciones que estas tienen con otros actores mediáticos en el campo político y dentro de otras áreas de actividad, incluso en el campo académico.

A través de observaciones participantes y de entrevistas semi-directivas, es posible trabajar sobre las modalidades de organización interna y los recursos de los medios militantes: ¿Cómo se realiza la producción y la difusión de contenidos? ¿Cómo se reparten las diferentes tareas comunicacionales entre militantes, qué rutinas de trabajo cotidiano y qué tipo de relaciones de poder se crean entre participantes? ¿Qué tanto se inspira un medio alternativo de registros organizacionales de medios de comunicación tradicionales, y qué tanto de registros militantes? ¿Cuál ha sido la evolución del medio de comunicación en el tiempo, se ha profesionalizado? Teniendo en cuenta las condiciones de posibilidad históricas, sociales, políticas y culturales en las cuáles se desenvuelven diferentes medios alternativos y comunitarios, es posible analizar cómo se ven sometidos a respetar una serie de normas, al mismo tiempo que generan sus propios estándares de auto-legitimación, lo cual puede generar potenciales contradicciones. Para esto se requiere observar también las situaciones donde la gestión del capital militante es central, por ejemplo analizar las relaciones que tiene el caso de estudio con otros medios de masa y con otros medios militantes: ¿cuáles son las estrategias de los activistas

hacia los grandes medios, cómo hacen para mediatizar sus actividades? ¿Qué efectos tiene esta mediatización en la organización del trabajo activista? Se desplaza entonces el enfoque del estudio del impacto social de los medios hacia el análisis de la diversidad de las interacciones en las cuales estos se encuentran implicados dentro de un espacio de posiciones estructurado por las luchas desiguales para la apropiación de recursos materiales y simbólicos escasos –tema poco explorado en la literatura existente–.

Por otra parte, enfocarse en las trayectorias de vida de las personas que participan en la producción de medios militantes, concentrándose en sus propiedades socio-económicas y familiares, así como en detalles de sus compromisos militantes y profesionales, permite reconstruir las dinámicas sociales que favorecen procesos de conversión de ciertos tipos de capitales en el campo de la CSS: ¿Existen perfiles de personas que trabajan en actividades mediáticas militantes? ¿Cómo empiezan a trabajar en comunicación militante, qué tanta experiencia en comunicación y periodismo tenían al llegar, y cómo fueron desarrollando sus habilidades en este entorno? ¿Qué tanto les permitió desenvolverse en otras áreas sociales y profesionales? Se trata aquí de incluir en el análisis a los productores de medios, pero también a los actores que los apoyan a través de diferentes instituciones y organizaciones, incluyendo universitarias, para entender qué mecanismos sociales y políticos son los que favorecen la aparición de este tipo de prácticas mediáticas.

Este trabajo de cartografía analítica de actores permite concentrarse luego en los procesos de construcción de redes de apoyo hacia los medios de comunicación alternativa y comunitaria, a diferentes escalas, locales, regionales, nacionales y hasta internacionales, en las cuales participan además ONG, instituciones públicas, y muy a menudo, universitarios. Tomar en cuenta los diferentes niveles territoriales en los cuales diferentes actores articulan discursos sobre las causas defendidas por los *media movements* permite entender cómo se desarrollan de forma transnacional las luchas de definiciones para la defensa de “otros” medios, y cómo se definen los marcos de injusticia de la crítica de los medios dominantes (Best, 2001). Analizar cómo se construyen estas organizaciones en el tiempo permite aportar elementos de comprensión de los esfuerzos militantes de autonomización de la comunicación militante, y cómo se generan procesos de acción pública en contextos específicos. Según las relaciones de poder entre los diferentes actores que interactúan dentro de un mismo campo, es posible explicar por qué se producen dinámicas de represión

gubernamental en ciertos casos, mientras que en otros se dan dinámicas de apoyo, de otorgación de subvenciones públicas, o acciones de *lobbying* sobre redes de políticas públicas para favorecer temas defendidos por los activistas de medios de comunicación. Se pueden integrar además al análisis las condiciones técnicas y económicas para entender cuál es la influencia del sistema económico dominante en la organización de las prácticas mediáticas militantes, o cómo los marcos técnicos canalizan las formas de activismo en línea.

Tomar distancia con las problemáticas políticas impuestas por los actores, aún más cuando generan mucha simpatía en el investigador, permite entender a los que ejercen formas de militancia orientado hacia los medios como un conjunto de “emprendedores” de problemas públicos “alternativos” (o de formulaciones alternas de problemas públicos ya presentes en la agenda). Así, el poder de estos militantes para generar “cambio social” reside menos en la fuerza intrínseca de sus discursos reivindicativos, que en sus capacidades para hacerse escuchar en un campo, y de las estrategias desplegadas para construirse un capital simbólico reconocido no solo por sus pares, pero también por un público más amplio (autoridades, medios dominantes, organizaciones ciudadanas, etc.). Ésta es la razón por la cual la autonomía de este campo representa un reto fundamental para sus propios actores, lo cual debe ser tomado en cuenta por el investigador como un dato a investigar, y no como un postulado inicial para sus propias investigaciones.

¿Cómo pensar más relacionamente y más reflexivamente el objeto de la CSS? ¿Cuáles pueden ser las ventajas de este trabajo no solo para sus investigadores sino para sus actores? Desde nuestro punto de vista, comprender mejor un hecho social significa ganar en posibilidades de acción y darse mayores márgenes de maniobra para actuar al respecto. Como afirmó el sociólogo Charles Wright Mills, “la libertad, es primero la facultad de formular una elección, después de debatirla, y por fin de elegir” (1961). Reforzar la autonomía científica de la investigación sobre la CSS con herramientas tales como las que ofrece la sociología política, manteniendo al mismo tiempo espacios para investigaciones orientadas más directamente hacia la acción colectiva, permitiría estudiar desde otro enfoque todos los pormenores del activismo orientado hacia los medios.

Bibliografía

- ATTON, C. (2002). *Alternative Media*. London: Routledge, Sage Publications.
- ——— (2015). *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*. Oxon: Routledge.
- BEAUD, S. & WEBER, F. (2003). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris: La Découverte.
- BEST, J. (ed.) (2001). *How Claims Spread. Cross-National Diffusion of Social Problems*. New York: Aldine de Gruyter.
- BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- BOURDIEU, P. (1997). *Razones prácticas*. Barcelona: Anagrama.
- BOURDIEU, P., PASSERON, J. C. & CHAMBOREDON, J. C. (2002). *El Oficio de Sociólogo*. Madrid: Siglo XXI.
- CARDON, D. & GRANJON, F. (2010). *Médiactivistes*. Paris: Presses de Sciences Po.
- CASTELLS, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity Press.
- COMMONS (2016). *Epistemologías del Sur y Comunicación*, 5(2).
- COULDRIY, N. & CURRAN, J. (Dir.) (2003). *Contesting media power*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.

- DELLA PORTA, D. (Ed.) (2016). *The Global Justice Movement*. New York: Routledge.
- DOWNING, J. D. H. (Ed.) (2010). *Encyclopedia of Social Movement Media*. Thousand Oaks, London, New Delhi, Singapore: Sage.
- ELIAS, N. (1990). *Compromiso y distanciamiento*. Barcelona: Cultura Libre.
- ENGHEL, F. & WILKINS (Eds.) (2012). *Communication, Media and Development: Problems and Perspectives*. Gothenberg: Nordicom.
- FERRON, B. (2012). Giving Voice to the Voiceless?. En I. Rigoni & E. Saitta (eds.). *Mediating Cultural Diversity in a Globalized Public Space* (pp. 135-152). Basingstoke: Palgrave.
- FORO MUNDIAL DE MEDIOS LIBRES (2015). Carta Mundial de Medios Libres. Marzo. <http://www.fmml.net/spip.php?article145> [consultado 3/2/2017]
- FRANCOIS, B. & NEVEU, E. (1995). *Espaces publics mosaïques*. Rennes: PUR.
- GAXIE, D. (2005). Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective. *Swiss Political Science Review*, 11(1), 157-188.
- GITLIN, T. (1980). *The Whole World is Watching*. Berkeley, Los Angeles, London: U. of California Press.
- GUEVARA, E. (2013). *Si tu veux du sang et des larmes, tu n'as qu'à zapper sur une autre radio. Émergence, institutionnalisation et formes d'appropriation des radios communautaires en Colombie, 1948-2010*. Paris: tesis I.E.P.
- GUILHOT, N. (2005). *The Democracy Makers. Human Rights and the Politics of Global Order*. New York: Columbia University Press.
- GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2001). Call me impure: myths and paradigms of participatory communication. En VVAA: *Pre-Conferencia del ICA, "Our Media Not Theirs"* (pp. 197-207), Washington DC: Palgrave Macmillan.

- GUMUCIO-DAGRON, A. & TUFTE, T. (2008). *Antología de la comunicación para el cambio social*. La Paz: Plural.
- HALLORAN, J. D., ELLIOTT, P. & MURDOCK, G. (1970). *Demonstrations and Communication: A Case Study*. Middlesex: Penguin Books.
- JOURNAL OF ALTERNATIVE AND COMMUNITY MEDIA (2016). 1(1)
- KIDD, D., RODRIGUEZ, C. & STEIN, L. (Eds.) (2010). *Making Our Media: Global Initiatives Toward a Democratic Public Sphere. Vol. I. Creating New Communication Spaces. Vol. II. National and Global Movements for Democratic Communication*. Euricom Monographs: Hampton Press.
- LAGROYE, J. (1994). *Sociología política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LEWIS, P. (2003). Est-ce que ça marche? L'observation et l'évaluation des radios communautaires. En J.J. Cheval (Dir.) *Audience, publics & pratiques radiophoniques*. Bordeaux: Maison des sciences de l'Homme d'Aquitaine.
- MARCHETTI, D. (2008). El análisis sociológico de la producción de información mediática. *Revista Comunicación y Medios*, 18, 19-29.
- MEDIA, CULTURE & SOCIETY (2003). *Alternative Media*, 25(3).
- MEDVETZ, T. (2012). *Think tanks in America*. Chicago: University of Chicago Press.
- MILLS, C. W. (1961). *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- NEVEU, E. (1999). Médias, mouvements sociaux, espaces publics. *Réseaux*, 98, 17-85.
- ——— (2000). *Sociología de los movimientos sociales*. Quito: Abya-Yala.
- ——— (2015). *Sociologie politique des problèmes publics*. Paris: Armand Collin.

- PIOTTE, J.M. (1972). *El pensamiento político de Gramsci*. Barcelona: A. Redondo Editor.
- RODRIGUEZ, C. (2009). *Citizen's Media Against Armed Conflict*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- SCOTT, J. (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia*. México: Era.
- SOBIERAJ, S. (2011). *Soundbitten*. New York: New York University Press.
- TILLY, C. (1998). Social Movements and (All Sorts of) Other Political Interactions. *Theory and Society*, 27(4), 453-480.
- VIGOUR, C. (2005). *La comparaison dans les sciences sociales*. Paris: La Découverte.
- WAGNER, A.C. (2007). *Les classes sociales dans la mondialisation*. Paris: La Découverte.

Biografías

Benjamin Ferron es Doctor en Ciencia Política, Profesor asociado al Departamento de “Comunicación Política y Pública” de la Universidad Paris-Est-Créteil (UPEC) y miembro del Centro de Estudio de los Discursos, Textos, Escritos, Comunicación (Céditec, EA 3119), en Créteil, Francia.

Benjamin Ferron

benjamín.ferron@u-pec.fr

Universidad Paris-Est-Créteil (Francia)

Erica Guevara es Doctora en Ciencia Política, Profesora asociada en la Unidad de Formación e Investigación “Cultura y Comunicación” de la Universidad Paris 8 - Vincennes Saint-Denis y miembro del Centro de Estudio sobre los Medios, las Tecnologías y la Internacionalización (Cemti, EA 3388) en Saint-Denis, Francia.

Erica Guevara

erica.guevara@univ-paris8.fr

Universidad Paris 8 (Francia)