

Espacio público, desacuerdos y desigualdades: la expresión pública de los activistas en internet

Dorismilda Flores-Marques*

* Profesora-investigadora en la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia, Universidad de La Salle Bajío / Av. Universidad 602, León, Guanajuato, México (dorixfm@gmail.com)

Resumen

Este artículo presenta algunos resultados de investigación sobre la expresión pública de los activistas en internet, en contextos locales. El objetivo del texto es explorar algunos desafíos de las prácticas de comunicación en línea al concepto de espacio público. Se incluye una breve descripción del contexto mediático-tecnológico en diferentes niveles: global, latinoamericano, nacional y local. El marco teórico se sitúa en la comunicación, desde una perspectiva sociocultural, y dialoga con la sociología de movimientos sociales y la filosofía política. El enfoque metodológico fue etnográfico, con dos grupos activistas en Aguascalientes, México, en tres espacios de comunicación: la red, la calle y los medios. Los datos fueron recabados mediante etnografía virtual, entrevistas semi-estructuradas, observación participante y monitoreo de medios. En este texto, presento tres hallazgos principales: 1) la visibilidad de la expresión pública de los activistas en internet tiene diferentes lógicas, se relaciona con coyunturas específicas y con las lógicas de las comunidades activistas; 2) la comunicación puede ser entendida como espacio de desacuerdos, los activistas tienen sus propias visiones del mundo, que generalmente se oponen a las visiones dominantes del mundo; 3) la comunicación puede ser también entendida como espacio de desigualdades, los activistas acceden a la expresión pública en condiciones de desigualdades y asimetrías. Estos resultados contribuyen a discutir sobre el espacio público en la era global.

Palabras clave: comunicación en internet, espacio público, activismo.

Abstract

This article reports some findings of a study about the online public expression by activists in a local context. The objective of this paper is to explore some challenges of online communication practices to the concept of public space. There are a short description of media and ICT's context in different levels: global, Latin American, national, and local. The theoretical framework in communication, from a sociocultural perspective, dialogues with sociology of social movements and political philosophy. The methodological approach was ethnography, with two activist groups in Aguascalientes, Mexico, in three spaces of communication: internet, the streets, and the media. The data collection methods included virtual ethnography, semi-structured interviews, participative observation, and media monitoring. In this text, I present three main findings: 1) visibility of online public expression by activists has different logics, it is related with specific social situations and with the logics of the activist communities; 2) communication could be understood as a space of differences, activists have their very own worldviews and those are generally opposed to the dominant worldviews; 3) communication could be understood too as a space of inequalities, activist access to public expression in conditions of inequalities and asymmetries. These findings contribute to the discussion about public space in the global age.

Keywords: online communication, public space, activism.

Le mode de pensée dominant de la modernité plaçait les 'victimes' dans un double rôle : pâtir d'une injustice et être porteurs d'une promesse.

Miguel Benasayag y Angélique del Rey

Introducción

Una de las transformaciones más evidentes a partir de la emergencia de internet ha sido el acceso de actores no institucionalizados a la expresión pública en la red. Estos desplazamientos han detonado discusiones sobre el concepto de espacio público: si había cierto consenso en torno a la centralidad de los medios tradicionales de comunicación en la construcción de lo público, ¿cómo se ha reconfigurado esto en los años recientes, con la incorporación de las redes digitales?

En este artículo se aborda la relación entre internet y la construcción de lo público, a partir del estudio de las prácticas de expresión pública de sujetos concretos en internet. En este caso, se eligió trabajar con activistas de grupos locales. La investigación se realizó desde una perspectiva sociocultural, así que se asumió una lógica relacional y contextual (Grossberg, 2012). Para ello, se decidió abordar la comunicación en internet en relación con otros espacios comunicativos: la calle y los medios. De hecho, en los años recientes, los grupos activistas han articulado la expresión pública en internet con la ocupación y/o recuperación del espacio público urbano. También han cuestionado el papel de los medios de comunicación, en cuanto a la cobertura de las voces disidentes y la participación de diversos sectores sociales.

Los estudios sobre las movilizaciones sociales recientes en diferentes lugares del mundo —las que agrupamos como Primavera Árabe en el norte de África, los Indignados en España, Occupy en Estados Unidos, #YoSoy132 en México, entre otras— han revelado articulaciones entre la comunicación en internet y las manifestaciones en plazas públicas. En estos trabajos se enfatiza la integración de redes de solidaridad en línea, que derivan en la visibilidad global de las manifestaciones locales. Se entiende así a internet como un espacio alternativo de información que es empleado por los activistas (Burgat, 2011; Cardoso & Di Fátima, 2013; Castells, 2012; Corsín & Estalella, 2011; Gómez & Treré, 2014; Mansilla Hernández, 2014; Reguillo, 2013; Rovira, 2013, 2014; Tamayo Gómez, 2014; Toret, 2013).

En otras investigaciones se ha enfatizado el vínculo entre el activismo en línea y los contextos presenciales. Los activistas emplean internet para distintos propósitos, pero la red no desplaza ni sustituye a la calle. Por el contrario, hay una fuerte relación entre la acción presencial y la comunicación en internet (Harlow, 2011; Petray, 2011; Postill, 2014; Theocharis, 2012).

Asimismo, se ha abordado la cobertura mediática del activismo en relación con la comunicación en internet. Se ha concluido que, en algunos contextos, los medios inicialmente evitan cubrir las movilizaciones, pero después se ven obligados a hacerlo frente a la cantidad de información que circula en las redes y las presiones de la sociedad para conocer los acontecimientos. Sin embargo, en otros contextos, los medios tienden a invisibilizar, o bien a criminalizar a los activistas (Bakardjeva, 2011; Fahmi, 2009; Postigo, 2010; Rovira, 2013; Seongyi & Woo-Young, 2011).

Gran parte de los estudios sobre activismo y movimientos sociales en relación con internet, se han enfocado en la protesta y las grandes movilizaciones. Sin embargo, el activismo no se limita a la protesta. En este trabajo se optó por abordar otro tipo de experiencias activistas, caracterizadas por el trabajo cotidiano en contextos locales. Además, si bien diversos estudios dan cuenta del vínculo entre la comunicación en internet y la acción en la calle, o entre la cobertura mediática y el uso de internet que hacen los activistas, con

frecuencia estos estudios operan como si la presencia de las redes borrara el andamiaje mediático y pudiera, por sí sola, motivar los cambios. En el presente estudio se abordó la relación entre la red, la calle y los medios, a partir del reconocimiento del contexto: los países latinoamericanos se caracterizan por niveles medios o bajos de inclusión digital, por cierta continuidad en la centralidad de los medios tradicionales de comunicación y por altos niveles de concentración de la propiedad mediática.

El estudio se realizó en Aguascalientes, una ciudad media mexicana, caracterizada por la tensión entre la tradición y el cambio, un entorno político conservador y un entorno mediático local muy concentrado y controlado. En ese contexto, se analizaron las prácticas de expresión pública de dos grupos activistas: Amigos Pro Animal y Libros Vagabundos.

Amigos Pro Animal¹ es una asociación civil, fundada en septiembre de 2009 en Aguascalientes, México. Se orienta a la protección de los animales, mediante diversas líneas de acción: el rescate de animales domésticos, la promoción de la adopción y la esterilización, la concientización de la población y el cabildeo con las autoridades para lograr mejores legislaciones y reglamentaciones para la protección animal. Cuenta con cerca de 40 activistas, cuyo promedio de edad es de 25 años. Asimismo, cuenta con filiales en otras ciudades mexicanas, como Calvillo y Matehuala. Tiene una presencia intensa en internet: sitio web, varias páginas en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Google Plus.

Libros Vagabundos² es un colectivo independiente en vías de constituirse como asociación civil, que inició en septiembre de 2012 en el campamento del movimiento #YoSoy132, en Aguascalientes, México. Se orienta a la promoción de la lectura y las actividades culturales, como vía para el cambio social. Desde el principio, han instalado una biblioteca callejera en plazas públicas de la ciudad. Con el tiempo, han incorporado otras actividades, como proyectos de recuperación de la historia oral, talleres para niños, conciertos gratuitos, entre otros. Cuenta con alrededor de 20 activistas en la ciudad sede, cuyo promedio de edad es 19 años. Se ha extendido a 34 ciudades en seis países —México, Guatemala, Honduras, Ecuador, Perú y Colombia—, con células que han replicado el modelo. Tiene presencia en internet, en Facebook, Twitter y YouTube.

Los grupos activistas estudiados han visibilizado problemáticas no contempladas por las autoridades e, incluso, por gran parte de los ciudadanos. Para ellos, internet juega un papel fundamental para la visibilidad y la integración de redes. Esto se articula con un regreso a la calle, mediante apropiaciones creativas y cotidianas del espacio público urbano. A la vez, los grupos mantienen relación con los medios locales.

Los hallazgos de esta investigación conducen a entender las lógicas de visibilidad de los activistas en internet como un proceso relacionado con las coyunturas. Se aprecia también una serie de desacuerdos entre proyectos de ciudad y de mundo mejor. Además, se observa la expresión pública de los activistas en un contexto de desigualdades.

En este artículo se presenta primeramente el contexto mediático-tecnológico. Los datos sobre acceso a medios y tecnologías de información y comunicación, en diferentes niveles, permiten observar un contexto comunicacional de profundas asimetrías. Posteriormente, se abordan algunos postulados teóricos sobre el espacio público y los sentidos que tradicionalmente se le han atribuido: el interés común, la visibilidad y la

¹ El sitio web de Amigos Pro Animal se encuentra disponible en: <http://amigosproanimal.org/v2/>. Su principal página en Facebook es: <https://www.facebook.com/AmigosProAnimal>

² La página de Libros Vagabundos en Facebook está disponible en: <https://www.facebook.com/librosvagabundosags/?fref=ts>

accesibilidad. En seguida se resume el diseño metodológico de esta investigación, que partió de un enfoque etnográfico e incluyó etnografía digital, observación participante, entrevistas semi-estructuradas y monitoreo mediático. En ese sentido, el estudio se orientó teórica y metodológicamente a interrogar políticamente la comunicación en internet y a recuperar la voz de los actores. Finalmente, se discuten los hallazgos de la investigación, en torno a los espacios comunicativos —la red, la calle y los medios—, las lógicas de visibilidad, así como la comunicación en tanto espacio de desacuerdos y desigualdades.

Medios y tecnologías de información y comunicación en contexto

Nuestro mundo global se caracteriza por medios cada vez más interconectados y por una creciente concentración de la propiedad: "Tenemos más canales, pero no más propietarios – a veces, incluso, tenemos menos que antes" (Dragomir & Thompson, 2014, p. 13). El estudio de Open Society Foundations acerca de los medios digitales en 56 países, evidenció que, lejos de contribuir a la diversificación mediática, la digitalización ha sido empleada para reforzar los conglomerados mediáticos y la integración vertical. Los países más progresistas en términos de digitalización son los del norte y el occidente de Europa, mientras que en los países latinoamericanos las condiciones son muy distintas: la digitalización no ha contribuido a la diversificación de los mercados mediáticos, principalmente por razones políticas —barreras para obtener licencias, intervención de los gobiernos para otorgar nuevas licencias a conglomerados mediáticos ya bien establecidos y poderosos— y económicas —la falta de interés para invertir en estos mercados— (Dragomir & Thompson, 2014). Se ha concentrado así la propiedad mediática en pocos grupos con mucho poder, lo cual ha derivado en una oferta mediática diversa en apariencia, pero fuertemente concentrada (Mastrini & Becerra, 2006; Sánchez Ruiz, 2012; Trejo Delarbre, 2010).

Muchos medios en pocas manos, significa restricciones para alcanzar la diversidad de perspectivas que los ciudadanos tienen derecho a recibir acerca de los asuntos públicos. Es decir, la concentración de muchos medios en pocas manos constituye una de las principales limitaciones al pluralismo en las sociedades contemporáneas (Trejo Delarbre, 2010, p. 21).

El mercado mediático mexicano se caracteriza por una fuerte concentración de la propiedad: "las empresas Televisa y TV Azteca poseen, juntas, 94 por ciento de las frecuencias de televisión en todo el país" (Gómez & Sosa Plata, 2011, p. 8). La presencia de medios públicos es marginal y las emisoras comunitarias no han sido suficientemente reconocidas por la ley. En México, el 94.9% de los hogares cuenta con al menos un televisor (INEGI, 2014a) y el 73.3% cuenta con radio (INEGI, 2014b). La mayor parte del consumo mediático se centra en la televisión, principalmente de medios comerciales (Gómez & Sosa Plata, 2011).

En cuanto a tecnologías de información y comunicación, los datos de la International Telecommunications Union (2014), organismo de las Naciones Unidas encargado de regular las telecomunicaciones, señalan que a 2014, el 46.04% de la población mundial tenía acceso a internet. En países como Islandia, Islas Malvinas, Bermuda, Noruega, Dinamarca, Andorra y Liechtenstein, más del 95% de la población accede a internet. En el extremo contrario, hay países como Eritrea, Timor Oriental, Burundi, Somalia, Guinea y Nigeria, donde menos del 2% de la población tiene acceso.

En Latinoamérica, Puerto Rico es el país con mayor acceso a internet, con el 78.78% de la población. México se sitúa a una distancia considerable: el 44.39% de la población accede a internet, es decir, se ubica por debajo de la media global (International Telecommunications Union, 2014). Dentro de México, la mayor parte de los estados del centro y el norte del país, entre los que se encuentra Aguascalientes, superan el 50%. Mientras tanto, buena parte de los estados del sur del país se sitúa en niveles de acceso más bajos, entre el 23 y el 35% (INEGI, 2014c).

Los grandes conglomerados mediáticos acaparan la mayor parte de las audiencias, tanto en formatos tradicionales como a través de las redes.

En la mayor parte de los países del mundo, la televisión sigue siendo el medio más popular en términos de tamaño de audiencia, seguido por la radio [...]. Por otro lado, el aumento en el uso de otros dispositivos y plataformas no ha mermado las audiencias de televisión. Por el contrario, la gente cada vez más ve televisión en múltiples dispositivos (Dragomir & Thompson, 2014, p. 14).

Los medios tradicionales siguen gozando de centralidad (Couldry, 2012) tanto en la lógica del consumo como de la legitimidad entre las audiencias: "En muchos países, los sitios de noticias de mayor confianza y más visitados [en internet] son operados por los medios tradicionales" (Dragomir & Thompson, 2014, p. 16).

Este panorama coloca a los grupos activistas y otras organizaciones civiles en una posición complicada. Por un lado, la concentración de la propiedad mediática, la ausencia de diversidad y los vínculos de los conglomerados mediáticos con actores políticos y económicos, deriva en la mercantilización del espacio público mediático. En ese contexto, los grupos de la sociedad civil suelen ser excluidos, criminalizados, invisibilizados o bien considerados como actores secundarios para la cobertura mediática (De León, 2012; Flores, 2015; Rovira, 2014).

Por otro lado, la presencia de internet no puede considerarse todavía un contrapeso a esta lógica de concentración. De entrada, el acceso a internet no es algo generalizado en todo el mundo, algunas regiones —como Latinoamérica— arrastran graves desigualdades en las posibilidades de acceso, uso y competencias digitales. Además, como puede observarse en el estudio de Open Society Foundations, en la mayor parte de los países la incorporación de internet no ha significado una merma real de las audiencias de los grandes conglomerados mediáticos, sino una expansión de soportes para consumir contenidos de esos mismos conglomerados. Sin embargo, aun en este contexto desfavorable, internet ha significado una transformación importante para los grupos activistas y organizaciones de la sociedad civil: el acceso a la expresión pública sin intermediarios, es decir, un espacio de auto-representación y comunicación, que deriva en mayores posibilidades de visibilidad, intervención en la discusión de los asuntos públicos y formación de redes locales y transnacionales.

Espacio público, visibilidad y reconocimiento

El marco teórico de esta investigación se situó en la comunicación desde una perspectiva sociocultural, en diálogo con la sociología de movimientos sociales y la filosofía política. La perspectiva sociocultural se enfoca

en abordar la tensión entre lo estructural y lo subjetivo mediante el análisis de las prácticas sociales en su contexto (Grossberg, 2012; Morley, 2012; Reguillo, 2010; Sawyer, 2002).

Desde esta perspectiva, la comunicación se entiende como "un proceso simbólico mediante el cual la realidad es producida, mantenida, reparada y transformada" (Carey, 1989, p. 23). En la comunicación, los sujetos construyen la trama de relaciones de la que forman parte. De acuerdo con Grimson (2014), la comunicación como cultura implica contacto y comprensión. El contacto se refiere a entrar en relación física o virtualmente y la comprensión integra los códigos interpretativos que hacen posible el entendimiento. En otras palabras, la comunicación implica una búsqueda de comprensión que presupone el contacto, pero el contacto por sí mismo no es comunicación. En ese sentido, "la comunicación sucede en contextos que requieren de algo compartido, incluso para estar en desacuerdo" (Grimson, 2014, p. 118).

Estudiar lo público desde la comunicación enfatiza el carácter relacional del espacio público. Se trata de relaciones complejas y dinámicas, que se actualizan constantemente en las prácticas sociales. En ese sentido, « *l'espace public* évoque non seulement le lieu du débat politique, de la confrontation des opinions privées que la publicité s'efforce de rendre publiques, mais aussi une pratique démocratique, un forme de communication, de circulation des divers points de vue»³ (Paquot, 2009, p. 3).

El espacio público ha sido tradicionalmente entendido como una oposición a lo privado. Esta distinción, a su vez, ha adquirido tres sentidos principales en las discusiones: el interés común, la visibilidad y la accesibilidad (Ferry, 1992; Gurza Lavalle, 2000; Habermas, 1981; Rabotnikof, 2010).

En primer lugar, en la lógica del interés común, lo público se asume precisamente como algo que resulta de interés o de utilidad para todos. Por el contrario, lo privado se entiende como algo cuyo interés y utilidad es particular. En segundo lugar está el sentido de visibilidad, en éste lo público se entiende como algo manifiesto y visible, en contraposición a lo privado, entendido como algo que no puede verse o de lo que no se puede hablar, algo secreto, preservado, oculto. Finalmente, en el sentido de accesibilidad, lo público es algo abierto a todos, como las calles y las plazas públicas, frente a lo privado entendido como algo que ha sido apropiado por particulares, donde no todos tienen acceso (Rabotnikof, 2010).

Los tres sentidos asociados a lo público (lo general y lo común, lo visible y manifiesto, y lo abierto y accesible) se han articulado históricamente de manera variable y esta articulación no siempre ha estado presente como problema explícito en la reflexión teórica [...]. Es decir, estamos pensando en un espacio o espacios donde lo común y lo general, lo visible y lo abierto, puedan coincidir en grados variables (Rabotnikof, 2010, p. 31).

Jesús Martín Barbero (2001) y John B. Thompson (2011) han conceptualizado lo público como aquello que tiene visibilidad mediática. Esto implica desplazar el sentido de visibilidad de la percepción con el sentido de la vista hacia la intervención de los medios de comunicación. En las sociedades modernas, los medios han tenido un papel central en la construcción de lo público (Thompson, 1995). Atribuir esta posición a los medios tradicionales de comunicación ha tenido sus implicaciones: se han registrado procesos de privatización del espacio público, ya que buena parte de los medios son empresas privadas, con sus propias

³ *El espacio público* evoca no solamente el lugar del debate político, de la confrontación de las opiniones privadas que la publicidad se esfuerza por volver públicas, sino también una práctica democrática, una forma de comunicación, de circulación de diversos puntos de vista.

lógicas e intereses. Como fue planteado en las páginas anteriores, se observa de modo cada vez más evidente la concentración de la propiedad mediática en grandes conglomerados transnacionales, esto deriva en la centralización de la producción de contenidos, que excluye a distintos sectores de las posibilidades de auto-representarse en estos espacios (Castells, 2009; Couldry, 2008; Gurza Lavalle, 2000; McQuail, 2010; Saintout, 2011; Thompson, 2011). En otras palabras, con la privatización del espacio público, el acceso a la expresión pública no es algo democráticamente distribuido y eso tiene sus implicaciones en los actores y asuntos que gozan de visibilidad.

Desde la filosofía política, Axel Honneth (2011) ha discutido el concepto de reconocimiento precisamente a partir de las nociones de visibilidad e invisibilidad. Socialmente, la visibilidad se entiende como una expresión de atención hacia algo o alguien, mientras que la invisibilidad se entiende no como una ausencia, sino como una presencia ignorada o incluso humillada. Se invisibiliza aquello que no se quiere ver. Este mismo autor distingue entre conocimiento y reconocimiento. El conocimiento es un acto cognitivo mediante el cual se identifica al otro, el reconocimiento es un acto expresivo, simbólico y de afirmación del otro, que implica una relación con el otro y un acto de comunicación que ponga en evidencia esa relación (Honneth, 2011). En ese sentido, la visibilidad es un prerrequisito para el reconocimiento y éste, a su vez, se entiende como un acto de justicia basado en la reciprocidad: "el reconocimiento designa una relación recíproca ideal entre sujetos, en la que cada uno ve al otro como su igual y también como separado de sí" (Fraser, 2008, p. 85). Las luchas por el reconocimiento de la diferencia evidencian la persistente exclusión de determinados grupos sociales.

Las sociedades democráticas contemporáneas permiten observar una tensión: son construidas bajo la idea de unidad, a la vez que son cada vez más diversas. En ese sentido, pueden ser entendidas como espacios de conflicto, donde distintas visiones del mundo se encuentran, se oponen y dejan ver desacuerdos. El conflicto es una tensión en la supuesta unidad, que anuncia un cambio: "Todo conflicto implica un actuar, en la medida en que emerge bajo la forma de un acontecimiento (irrupción de lo nuevo), de una ruptura en la continuidad de hechos normados del sistema" (Benasayag & Del Rey, 2007, p.120). Los movimientos sociales son, por excelencia, los indicadores de conflicto, de rupturas posibles en un orden de cosas (Touraine, 2006). Si entendemos la democracia no como la reunión de los iguales, sino como la reunión de los diferentes, el conflicto es central. Entender lo público en la lógica del conflicto implica situar la mirada no en los acuerdos, sino en los desacuerdos.

El conflicto deja ver estos desacuerdos y rupturas, pero también hace evidentes las asimetrías, las desigualdades entre sujetos (Benasayag & Del Rey, 2007; Grimson, 2014). En esta lógica, la construcción de lo público se entiende como la lucha por el reconocimiento de la diferencia, en contextos de desigualdad. El reconocimiento y, más específicamente, la lucha por el reconocimiento alude a un asunto de justicia social. Ésta se entiende tanto en la búsqueda de redistribución económica como de reconocimiento social (Fraser, 1995). La visibilidad es una precondition para el reconocimiento, que implica considerar la presencia de algo o alguien (Honneth, 2011). Hay luchas por el reconocimiento porque hay una persistente exclusión de los diferentes, en aras de la idea de unidad. La búsqueda de reconocimiento se orienta a la superación de las exclusiones y las desigualdades, no al borramiento de las diferencias.

En la búsqueda del reconocimiento, los sujetos ponen en juego su imaginación política, entendida como un horizonte de posibilidad de construir un mundo distinto (Arditi, 2013; Khasnabish, 2007; Pleyers, 2013; Pleyers & Glasius, 2013). Además, construyen redes donde se combinan distintos niveles del alcance, entre

lo local y lo global. La resonancia, entendida como un sentido de lucha compartida independientemente de la cercanía o lejanía geográficas, permite explicar los desplazamientos del poder cultural.

Discutir lo público desde la perspectiva del reconocimiento sitúa el foco de interés en la visibilidad. Contribuye a identificar las condiciones en las que diversos grupos participan en la construcción de lo público, mediante sus prácticas de comunicación.

La comunicación, en tanto proceso de producción social de sentido, es un asunto de poder. Más específicamente, se trata de poder cultural o simbólico, de construcción de sentido del mundo (Bourdieu, 1989; Couldry, 2012; Thompson, 1995). De ahí que la comunicación en internet tenga para algunos autores un sentido de lucha por la presentación de distintas visiones del mundo (Escobar, 2009; Milan, 2013).

De hecho, las nociones de espacio público se han discutido en los años recientes, en relación con la incorporación de las tecnologías de información y comunicación en la vida social. Se ha hablado de espacio público ampliado (Wolton, 1989), espacio público expandido (Reguillo, 2002) e, incluso, espacio público virtual (Cardon, 2011; Lins Ribeiro, 2002; Trejo Delarbre, 2009). Con estos conceptos se ha buscado enfatizar las transformaciones del espacio público en dos sentidos principales: de entrada, el espacio público se amplía o se expande cuando deja de circunscribirse a lo nacional para dar lugar a discusiones globales; además, el espacio público se extiende con la incorporación de las tecnologías de información y comunicación. Sobre todo, hay un desplazamiento en el acceso a la expresión pública: mientras en los medios tradicionales de comunicación, la expresión pública se limita a *sujetos legitimados*, en internet se extiende también a los *sujetos tecnologizados* (Cardon, 2011; Flores, 2010).

Los tres espacios de comunicación que se abordaron en esta investigación —la red, la calle y los medios— corresponden a distintas materialidades de los medios de comunicación y a distintos niveles de alcance de las prácticas comunicativas: la comunicación interpersonal que opera mediante el cuerpo y sus herramientas, la comunicación en los medios tradicionales que requiere de tecnologías y tiene un alcance mayor y, finalmente, la comunicación en línea que se produce mediante las tecnologías digitales e involucra otras lógicas de alcance (Jensen, 2010). Cada materialidad implica ciertas posibilidades de visibilidad. En este abordaje es posible observar ciertas constantes en el vínculo entre internet y el activismo: la relación entre internet y el espacio físico, la relación entre lo local y lo global, así como la relación con los medios de comunicación en su sentido tradicional (Pleyers, 2013).

En la red coexisten distintas lógicas: los grandes emporios tecnológicos coexisten con nuevos modelos de negocios a pequeña escala, la vigilancia y la búsqueda de regulación por parte de los gobiernos coexisten con las intervenciones de los *hacktivistas*, la difusión de contenidos de los grandes conglomerados mediáticos coexiste con la producción y circulación de contenidos generados por los usuarios. Internet puede entenderse como un espacio desde donde es posible transformar la realidad, pero también como un espacio de reproducción del orden social dominante (Coleman, 2010). Justamente, en este trabajo se buscó trascender la concepción instrumental de internet que lo reduce a una herramienta de comunicación, para entenderlo como un espacio de lucha —como también se entiende a la calle, en tanto espacio público urbano—, donde lo que se disputa es la posibilidad de expresarse públicamente, de auto-representarse, de construir y poner en circulación visiones alternativas sobre el mundo (Escobar, 2009; Flores, 2015; Milan, 2013).

El estudio de la expresión pública de los activistas en internet

En esta investigación se optó por un abordaje etnográfico. En su sentido tradicional, la etnografía se entiende como un enfoque cualitativo de investigación, que involucra la integración del investigador en el contexto donde se encuentra el grupo estudiado o donde se desarrolla la acción y se orienta a recuperar la perspectiva de los actores (Guber, 2001, 2004; Hammersley & Atkinson, 1994).

Para este trabajo se integraron dos perspectivas etnográficas. Por un lado, las etnografías de internet, que se enfoca en observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de la tecnología e identificar los sentidos que adquiere para las comunidades. En estas etnografías, las prácticas que realizan los sujetos son el elemento central, junto con los contextos de producción y uso, *online* y *offline* (Hine, 2004, 2009, 2015; Gómez Cruz & Ardèvol, 2013). Por otro lado, las etnografías de la participación, entendidas como un acercamiento a lo político, donde se busca comprender por qué y cómo participan los sujetos. Para éstas es relevante la observación de asambleas, lógicas de organización, roles de participación, entre otros elementos (Cefaï, Carrel, Talpin, Eliasoph & Lichterman, 2012).

Se abordaron los casos de dos grupos activistas en Aguascalientes, México, durante el año 2013, en tres espacios comunicativos: la red, la calle y los medios. Los datos se recabaron por medio de diversas técnicas: etnografía digital, observación participante, entrevistas semi-estructuradas y monitoreo de medios. Específicamente, la red se abordó mediante etnografía digital de los espacios de los grupos en internet, se analizó un corpus de 1166 publicaciones: 1063 posts en Facebook, 92 tuits, 6 fotografías en Instagram y 5 videos en YouTube⁴. La calle se trató mediante observación participante en las actividades presenciales de estos grupos, durante cinco meses se participó en jornadas de adopción, jornadas de esterilización, caminatas y celebraciones que Amigos Pro Animal organiza en centros comerciales y plazas públicas, así como en la instalación de la biblioteca callejera, las reuniones y festivales culturales que Libros Vagabundos realiza en plazas públicas. Se realizaron además diez entrevistas semi-estructuradas con los activistas, que permitieron dar sentido a sus acciones tanto en la red como en la calle. Para el acercamiento a los medios en tanto espacio, se realizó un monitoreo de los medios locales durante todo el año, se recabaron 89 notas acerca de estos grupos⁵.

El análisis siguió también una lógica etnográfica, en la búsqueda de recuperar la voz de los actores (Roulston, 2014; Thompson, 2002). Del análisis emergieron categorías resultantes: en el eje de la identidad, las identidades activistas; en el eje de las prácticas, la estética de la imaginación; y, en el eje de las relaciones, las conexiones (Flores, 2015).

El espacio público, internet y el activismo

Los hallazgos de esta investigación permitieron observar el acceso de los activistas, como actores no institucionales, a la expresión pública. En ambos casos, los grupos se integran por activistas jóvenes, con acceso a la educación media superior y superior, con acceso a las tecnologías de información y comunicación. Estos jóvenes suelen tener antecedentes familiares y/o de círculos sociales, que los llevan a ser sensibles

⁴ En el caso de Amigos Pro Animal, se trató de 891 publicaciones en Facebook, 29 tuits, 6 fotografías en Instagram y 5 videos en YouTube. En el caso de Libros Vagabundos, se recabaron 172 publicaciones en Facebook y 63 tuits.

⁵ 79 de ellas correspondieron a Amigos Pro Animal y 10 a Libros Vagabundos.

ante determinadas problemáticas sociales, por ejemplo: familias que los enseñaron a respetar y amar a los animales, familias que aman los libros y el arte en general. Ante la identificación de una injusticia, los jóvenes tomaron la decisión de actuar y, de la reunión de otros con las mismas preocupaciones, formaron sus grupos. Los activistas construyen su identidad como sujetos que actúan, sujetos en relación con otros y sujetos comunicantes (Flores, 2015). Estas tres dimensiones de las identidades activistas apelan a la intervención sobre lo público: los activistas actúan sobre algo que consideran de interés común, a partir de este interés se relacionan, comunican para visibilizar las problemáticas.

Los activistas entrevistados perciben a internet como un espacio libre, horizontal y democrático. En él se comunican en varios niveles: En primer lugar, hay comunicación entre activistas del mismo grupo, para organizarse, tomar decisiones y/o convivir, por lo general estos intercambios son privados, se producen mediante distintos recursos, como los grupos secretos en Facebook, el chat, o bien el correo electrónico. En segundo lugar, hay comunicación entre los grupos activistas y otros ciudadanos preocupados por los mismos problemas que ellos, principalmente en el contexto local, para eso tienen páginas en Facebook, cuentas en Twitter e Instagram, canales en YouTube, entre otros. En tercer lugar, los activistas se relacionan con activistas de otros grupos que defienden las mismas causas en otras ciudades del mundo, para esto utilizan una combinación de recursos para interacciones privadas —como el chat y el correo electrónico— y públicas —como las páginas en Facebook—.

En el caso de Libros Vagabundos, la red ha sido un elemento fundamental para su expansión, puesto que los jóvenes que han replicado el proyecto en otras localidades han establecido contacto a través de Facebook, han sido capacitados a distancia y se han incorporado a grupos virtuales donde se discuten los avances y las dificultades del proyecto, se toman decisiones al respecto, además de que se convive y se intercambian puntos de vista sobre diversos temas.

Yo creo que Facebook e internet, en sí, para los Libros Vagabundos es, digamos, un brazo muy amplio con el cual podemos abarcar o llegar a mucho más [...]. Yo diría que forma parte del corazón, porque, obviamente, mientras no conozcamos a nuestros compañeros [de la red transnacional que se ha integrado al replicar el proyecto] y mientras no tengamos la capacidad de reunirnos por lo menos una vez al año para discutir hacia dónde va el proyecto a nivel internacional, pues sigue siendo Facebook nuestra forma de ponernos de acuerdo, de relacionarnos y de desarrollar nuevas ideas para nutrir el proyecto (activista, Libros Vagabundos, octubre de 2013).

Para Amigos Pro Animal, la comunicación en internet se ha constituido como una vía para difundir su trabajo y entrar en contacto con otros grupos activistas, en México, Estados Unidos, Canadá e Italia, para establecer proyectos de colaboración.

El hecho de poder llegar a otros países, estados, ideologías, es padrísimo, porque eso habla bien, para la gente de fuera, que Aguascalientes está haciendo algo, eso es lo más importante. Entonces sí, [internet] es una herramienta genial (activista, Amigos Pro Animal, julio de 2013).

Para estos activistas, la incorporación de internet en sus prácticas de comunicación fue un paso *casi natural*, en tanto que pertenecen a una generación y un contexto sociocultural donde el acceso a la red es algo casi

generalizado. Para ellos, la comunicación con otros necesariamente requería la mediación de internet. En la práctica, han entendido a internet como un espacio donde pueden luchar por la participación en la construcción de lo público en un nivel local, mediante la colocación de los temas y preocupaciones que ellos consideran relevantes, a la vez que en un nivel global, puesto que reconocen la presencia de diversas problemáticas tanto en sus ciudades como en otras. En este sentido, la discusión sobre los asuntos públicos trasciende el ámbito local y nacional. La red adquiere así un sentido de transformación de la realidad social. Sobre todo, internet es su espacio de auto-representación.

Junto a internet, el activismo de estos grupos tiene entre sus elementos principales la reapropiación del espacio público urbano. Tradicionalmente, las calles y plazas públicas han tenido centralidad para la acción colectiva. En el activismo contemporáneo se aprecia una articulación entre la comunicación en internet y la acción presencial en el espacio público urbano. Los activistas atribuyen tres sentidos principales a la calle: como *espacio de encuentro*, como *espacio común* y como *espacio de transformación* (Flores, 2015).

La presencia de los activistas en la red y las calles se articula también con los medios. Los grupos estudiados asumen que en el contexto latinoamericano la principal fuente de información para grandes segmentos poblacionales no es internet, sino los medios tradicionales. En Aguascalientes, como en otras ciudades del mundo, la cobertura mediática tiende a invisibilizar o, incluso, a criminalizar el activismo de protesta (Flores, 2013; Rovira, 2013). La relación es distinta con el activismo que opta por el trabajo cotidiano, puesto que estos grupos no suelen ser criminalizados, pero en muchos casos se invisibilizan. Los grupos que fueron abordados en esta investigación han ido ganando poco a poco espacios en los medios de comunicación, pero son tratados como actores secundarios, frente a otros actores políticos, económicos y religiosos, cuyas declaraciones acaparan diariamente los titulares de los medios locales. Hay una diferencia clave en estas lógicas: mientras que los activistas esperan que los medios contribuyan a difundir sus acciones, estos últimos prefieren enfocarse en las declaraciones.

Hay articulación entre la red y las calles. Los activistas convocan mediante internet a las actividades presenciales que realizan cotidianamente, a la vez, documentan sus acciones para hacer difusión en las redes, muchas veces en tiempo real. Hay también articulación entre las calles y los medios. Con frecuencia, los activistas convocan a los periodistas a espacios de acciones presenciales, con la finalidad de que puedan atestiguar estas acciones y dar cuenta de ellas. Finalmente, hay una articulación entre los medios y la red. Los activistas difunden en sus espacios digitales las noticias que consideran importantes, sea porque los asuntos tratados en los medios atañen a su labor, sea porque han sido entrevistados por algún medio. En ocasiones, las discusiones y posiciones que los activistas hacen públicas en internet han sido tomadas por periodistas como insumos para las noticias.

Esta articulación se vincula con las materialidades y los alcances de las prácticas y los medios de comunicación. Las acciones que los activistas realizan en el espacio público urbano tienen limitaciones en el alcance, puesto que se reducen a un ámbito de co-presencia física. Documentarlas y difundir las evidencias en internet expande el alcance de tales acciones. Sin embargo, el alcance no depende sólo de las materialidades, sino que se relaciona con otros elementos, como el contexto. La publicación de contenidos en las redes digitales no significa que el alcance de éstos sea automáticamente global, pero sí que hay mayores posibilidades de trascender lo local.

Visibilidad y coyunturas

Como fue señalado anteriormente, el espacio público ha adquirido tres sentidos principales: el interés común, la visibilidad y la accesibilidad. Este trabajo se concentra en la visibilidad (Martín Barbero, 2001; Thompson, 2011).

Los activistas buscan hacer visibles sus causas mediante distintas tácticas y en diferentes espacios. Sin embargo, hay acontecimientos no planeados que han atraído la atención hacia estos grupos en las redes. En los años recientes, Amigos Pro Animal se ha movilizado por distintas vías para visibilizar y exigir justicia en casos concretos de tortura animal en la ciudad. Asimismo, ha intervenido en movilizaciones digitales, locales y nacionales, para promover la prohibición de circos con animales, corridas de toros y otros espectáculos con animales. Ellos han expresado sus posiciones tanto ante las autoridades correspondientes como en sus espacios en internet. Las discusiones locales de este grupo se articulan con las de otras localidades, donde también se han propuesto y, en algunos casos, aprobado, legislaciones y reglamentaciones de protección animal, o bien donde se han procesado sujetos por casos de maltrato animal. El activismo del grupo en torno a estos temas, sobre todo cuando se abordan casos críticos de tortura animal, ha derivado en una mayor visibilidad en las redes —sus publicaciones son más vistas, marcadas como favoritas y compartidas— y en los medios locales.

En 2013, Libros Vagabundos se enfrentó con la negación de un permiso del Ayuntamiento para instalar su biblioteca en la plaza pública, a pocos meses de comenzar su proyecto. Mientras los activistas seguían negociando el permiso con las autoridades municipales, algunos de sus seguidores difundieron un meme que decía “Paulina Rubio sí, ¿libros no?”, haciendo referencia al concierto que daría en ese mismo lugar la cantante de pop. La imagen se viralizó y los jóvenes obtuvieron expresiones de solidaridad desde distintos lugares del mundo. Pocos meses después, el proyecto comenzó a extenderse, primero hacia otras ciudades mexicanas y, después, hacia algunas ciudades de Centro y Sudamérica.

La visibilidad que han ganado estos grupos en internet se relaciona con las coyunturas, que condensan el interés en torno a determinados acontecimientos dentro y fuera de la localidad.

Por otro lado, estos dos grupos, que comparten el contexto sociocultural local, presentan lógicas muy distintas de visibilidad. Amigos Pro Animal tiene mayor cantidad de seguidores en las redes (sólo en Facebook cuentan con 464,393 seguidores⁶) y su lógica principal de visibilidad es mayoritariamente local. Diariamente, los rescatistas independientes de animales publican sus casos en el muro de Amigos Pro Animal en Facebook, para promover la adopción de los animales domésticos que han rescatado o bien para solicitar ayuda para cubrir los gastos veterinarios y de alimentación. El grupo difunde estas publicaciones, de modo que su página en Facebook se ha convertido en un espacio de encuentro para animalistas locales. En suma, se trata de un grupo activista compacto, con un número cada vez mayor de seguidores en internet, con un énfasis predominantemente local.

El caso de Libros Vagabundos es distinto, ellos tienen 12,750 seguidores en Facebook⁷ y su lógica de visibilidad es transnacional. Desde 2013, estos activistas han integrado una red de bibliotecas callejeras, que opera en más de 30 ciudades, en seis países latinoamericanos. En la mayoría de los casos, los jóvenes no conocen personalmente a sus compañeros de otras ciudades, pero interactúan, se capacitan unos a otros

⁶ Datos actualizados al 15 de enero de 2016.

⁷ Datos actualizados al 15 de enero de 2016.

y toman decisiones que conciernen a todos, a través de internet. Los espacios digitales de las réplicas de este proyecto en otros lugares no concentran gran cantidad de seguidores, pero mantienen la interacción en las redes. Se trata de un grupo activista muy extendido, con un número bastante menor de seguidores que el otro caso y con un énfasis predominantemente transnacional.

Me acuerdo cuando [un compañero activista] me dijo "alégrate conmigo, vamos a ser internacionales", todo fue por Face, pero yo sentía la emoción que él estaba sintiendo, entonces dije "no manches, internacionales". OK, te alegras cuando es gente de acá, "ay, Guadalajara; ay, Coahuila"... pero dices "¿Perú?, hasta dónde llegamos, ¿verdad?" Creo que a todos nos emocionó muchísimo... y sí, fue gracias a internet (activista, Libros Vagabundos, septiembre de 2013).

El abordaje de estos dos casos deja ver que, incluso cuando los activistas son cercanos en edad y recursos y comparten el contexto local donde viven y desarrollan sus proyectos, las lógicas de visibilidad son muy distintas. En los dos casos, los grupos ganaron visibilidad a partir de coyunturas específicas, pero esa visibilidad se ha mantenido de modos muy diferentes entre sí, a partir de la integración de comunidades de afinidad entre activistas y seguidores, entre la red y las calles. El acceso de actores no institucionalizados a la expresión pública por medio de internet no garantiza que su visibilidad sea global. Las materialidades de internet (Jensen, 2010) dejan abiertas las posibilidades de que esto ocurra, pero es necesario considerar otros aspectos, como la lógica interna de los espacios, así como los intereses y referentes culturales de los activistas y sus seguidores.

La comunicación como espacio de desacuerdos

La expresión pública de los activistas en la red también permite discutir acerca de internet como medio y la comunicación como práctica, en torno a las desigualdades. El marco jurídico internacional y nacional establece el derecho a la libertad de expresión, como una precondition para la democracia. Este derecho ha sido establecido internacionalmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Naciones Unidas, 1948), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 1966), así como la Convención Americana sobre Derechos Humanos (Organización de Estados Americanos, 1969). A nivel nacional, los derechos de libertad de expresión, información y acceso a la información están consignados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012).

Sin embargo, no hay condiciones reales para ejercer este derecho, puesto que las desigualdades están presentes en distintos espacios: el acceso a los medios tradicionales de comunicación suele estar restringido, puesto que la mayor parte de éstos son empresas privadas que operan bajo lógicas comerciales y se mantienen ajenos a la discusión de los asuntos comunes. Con frecuencia, estos medios se concentran en difundir visiones dominantes del mundo, mientras que las visiones críticas, como las de los activistas, son colocadas secundariamente y, en ocasiones, invisibilizadas y/o criminalizadas. En los dos casos estudiados, los grupos han sido cubiertos por los medios, pero son considerados como actores secundarios.

La calle y la red son percibidas por los activistas como espacios más libres. Sin embargo, en la calle el alcance es limitado a lo local y, en la mayoría de los casos, está sujeto a regulaciones por parte del Estado. Los grupos analizados negocian constantemente los permisos con las autoridades locales correspondientes. En la red el alcance es mayor, puesto que no se limita a lo local o regional. No obstante, está sujeto a condiciones de acceso, que en los países latinoamericanos es muy bajo. Asimismo, está sujeto a las afinidades que posibilitan que ciertos usuarios sigan y/o entren en contacto con determinados grupos. Incluso, está sujeto a los algoritmos de las redes y a las lógicas comerciales que persisten aun en los espacios digitales⁸. En ese sentido, la expresión pública de los activistas en internet evidencia el esfuerzo de éstos por incorporarse en la discusión de lo público, a la vez que permite observar las condiciones de desigualdad desde las que lo hacen.

En suma, la comunicación, que es un derecho de todos, es ejercida por los activistas en condiciones de desigualdad. Por esta razón, la expresión pública en internet cobra un sentido de lucha por el reconocimiento.

Conclusiones

El estudio de la expresión pública de los activistas en internet permite cuestionar las nociones de espacio público en la era global: si lo público se entiende como aquello de interés común, ¿puede hablarse de interés común en sociedades tan diversas? En estas sociedades no es posible pensar en un único interés general, sino en intereses de diversos sectores sociales, que pueden llegar a confrontarse entre sí.

Si lo público es aquello que goza de visibilidad, ¿puede hablarse de ésta en un espacio digital y mediático tan fragmentado? Lo que ocurre en el espacio público urbano es visible para un número limitado de sujetos. Lo que se transmite en los medios tradicionales de comunicación está sujeto al acceso que las audiencias tengan a ellos, al interés que estos productos mediáticos generen y a otras condiciones, como la cobertura, los horarios, el rating, entre otros. Lo que circula en internet está sujeto al acceso que los usuarios tengan a las redes, así como al seguimiento de determinados espacios a partir de las afinidades. Sin embargo, la visibilidad es una precondition para el reconocimiento. Por muy relativa que sea la visibilidad de la expresión pública de los activistas en internet, se trata de un elemento clave que ha permitido incorporar a actores no institucionalizados y ha contribuido al reconocimiento de distintas visiones del mundo, algunas de ellas en franca oposición al orden social.

A partir del estudio de la expresión pública de los activistas en internet puede observarse la comunicación como un espacio de desacuerdos y desigualdades. Los desacuerdos son inherentes a las sociedades democráticas contemporáneas, cada vez más diversas. El desafío para éstas no tendría que ser buscar acuerdos absolutos, sino aprender a asumir las diferencias y los desacuerdos.

Las desigualdades atraviesan estas sociedades y se hacen cada vez más evidentes en tiempos de globalización. Sin embargo, mientras los desacuerdos pueden hablar de sociedades más diversas, las desigualdades evidencian sociedades más injustas, donde los ciudadanos no comparten una base común para ejercer sus derechos. En ese sentido, la expresión pública de los activistas en internet contribuye a la

⁸ Por ejemplo, Facebook, Twitter e Instagram promueven la compra de publicidad por parte de las organizaciones. Las publicaciones y cuentas de aquellos que han invertido en publicidad son más visibles que las otras.

incorporación de visiones distintas del mundo, a partir del esfuerzo de actores sociales que luchan por el reconocimiento. A la vez, evidencia el espacio de profundas asimetrías comunicativas que se ha sostenido incluso ahora, en la era digital.

Referencias Bibliográficas

- Arditi, B. (2013). Las insurgencias no tienen un plan—ellas son el plan: Performativos políticos y mediadores evanescentes. *E-misférica*, 10(2).
- Bakardjieva, M. (2011). Reconfiguring the mediapolis: New media and civic agency. *New Media & Society*, 1-17.
- Benasayag, M. & Del Rey, A. (2007). *Éloge du conflit*. París: Éditions La Découverte.
- Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7(1), 14-25.
- Burgat, F. (2011). Anatomie des printemps arabes. En B. Badie & D. Vidal, *Nouveaux acteurs, nouvelle donne: L'état du monde 2012* (pp. 97-107). París: La Découverte.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2012). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Última reforma publicada DOF 09-02-2012)*. México: H. Congreso de la Unión.
- Cardon, D. (2011). *La démocratie internet. Promesses et limites*. Paris: La République des Idées / Seuil.
- Cardoso, G. & Di Fátima, B. (2013). Movimento em rede e protestos no Brasil. Qual gigante acordou? *Eco Póis*, 16(2), 143-176.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture. Essays on media and society*. New York / London: Routledge.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cefaï, D., Carrel, M., Talpin, J., Eliasoph, N. & Lichterman, P. (2012). Ethnographies de la participation. *Participations*, 3(4), 7-48.
- Coleman, G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual Review of Anthropology*, 39, 487-505.
- Corsín, A. & Estalella, A. (2011). #spanishrevolution. *Anthropology Today*, 27(4), 19-23.
- Couldry, N. (2008). Media and the problem of voice. En N. Carpentier & B. De Cleen, *Participation and media production. Critical reflections on content creation* (pp. 15-25). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.

- Couldry, N. (2012). *Media, society, world. Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.
- De León Vázquez, S. (2012). *Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en el periodismo local. Un estudio situado*. Aguascalientes: UAA.
- Dragomir, M. & Thompson, M. (2014). Mapping the world's digital media. En O. S. Foundations, *Mapping digital media. Global findings* (pp. 11-19). New York: Open Society Foundations.
- Escobar, A. (2009). Other worlds are (already) possible: Self-organisation, complexity, and post-capitalist cultures. En J. Sen & P. Waterman, *World Social Forum. Challenging empires* (pp. 393-404). Montréal: Black Rose Books.
- Fahmi, W.S. (2009). Bloggers' street movement and the right to the city. (Re)claiming Cairo's real and virtual 'spaces of freedom'. *Environment and Urbanization*, 21(1), 89-107.
- Ferry, J.M. (1992). Las transformaciones de la publicidad política. En J.-M. Ferry & D. Wolton, *El nuevo espacio público* (pp. 13-27). Barcelona: Gedisa Editorial.
- Flores, D. (2010). Estar con los otros: Presencias, proximidades y sentidos de vínculo en las redes de bloggers. *Mediaciones Sociales*, 6, 145-161.
- Flores, D. (2013). From internet to the streets: An approach to activism in Aguascalientes, Mexico. *Selected Papers of Internet Research - IR 14.0, Resistance + appropriation*. Denver: AoIR.
- Flores, D. (2015). *Imaginar un mundo mejor: La expresión pública de los activistas en internet* (tesis doctoral). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México.
- Fraser, N. (1995). *From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a 'Post-Socialist' Age*. Recuperado de Critical North Western Theory Research University Workshop: <http://groups.northwestern.edu/critical/Fall%202012%20Session%204%20-%20Fraser%20-%20From%20Redistribution%20to%20Recognition.pdf>
- Gómez, R. & Sosa Plata, G. (2011). *Los medios digitales: México*. New York: Open Society Foundations.
- Gómez, R. & Treré, E. (2014). The #YoSoy132 movement and the struggle for media democratization in Mexico. *Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*, 20(4), 1-15.
- Gómez Cruz, E. & Ardèvol, E. (2013). Ethnography and the field in media(ted) studies: A practice theory approach. *Westminster Papers*, 9(3), 27-41.
- Grimson, A. (2014). Comunicación y configuraciones culturales. *Versión, Estudios de Comunicación y Política*, 34, 116-125.
- Grossberg, L. (2012). *Estudios culturales en tiempo futuro. Cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. México: Taurus.
- Garza Lavalle, A. (2000). *Estado, sociedad y medios. Reivindicación de lo público*. México: Universidad Iberoamericana / Plaza y Valdés.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Madrid: Espasa.
- Harlow, S. (2011). Social media and social movements: Facebook and online Guatemalan justice movement that moved offline. *New Media & Society*, 14(2), 225-243.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Hine, C. (2009). Question one. How can qualitative Internet researchers define the boundaries of their projects? En A. N. Markham & N. K. Baym, *Internet inquiry* (pp. 1-19). Thousand Oaks: Sage.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday*. London / New York: Bloomsbury Academic.
- Honneth, A. (2011). *La sociedad del desprecio*. Madrid: Editorial Trotta.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014a). *Hogares con televisor por entidad federativa, 2014*. Recuperado de INEGI. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de de las Tecnologías de la Información en los Hogares: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin242&s=est&c=26490>
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014b). *Hogares con radio por entidad federativa, 2014*. Recuperado de INEGI. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de de las Tecnologías de la Información en los Hogares: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin236&s=est&c=26495>
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014c). *Usuarios de las tecnologías de información por entidad federativa, 2014*. Recuperado de Módulo sobre Disponibilidad y Uso de de las Tecnologías de la Información en los Hogares: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin239&s=est&c=26487>
- International Telecommunications Union (2014). *Percentage of individuals using the internet*. Recuperado de International Telecommunications Union: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- Jensen, K. B. (2010). *Media convergence. The three degrees of network, mass and interpersonal communication*. New York: Routledge.

- Khasnabish, A. (2007). Insurgent imaginations. *Ephemera. Theory & politics in organization*, 7(4), 505-525.
- Lins Ribeiro, G. (2002). *El espacio público virtual*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Mansilla Hernández, C. (2014). Democracia digital: Redes sociales y movimientos ciudadanos en Chile durante el año 2011. En J. C. Valencia Rincón & C. P. García Corredor, *Movimientos sociales e internet* (pp. 223-236). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Martín-Barbero, J. (2001). Reconfiguraciones comunicativas de lo público. *Análisi*, 26, 71-88.
- Mastrini, G. & Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Instituto de Prensa y Sociedad / Prometeo Libros.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles: Sage.
- Milan, S. (2013). *Social movements and their technologies. Wiring social change*. London: Palgrave Macmillan.
- Morley, D. (2012). On living in a techno-globalised world: Questions of history and geography. *Telematica and Informatics*, 30, 61-65.
- Naciones Unidas (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperado de: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Nueva York: Naciones Unidas.
- Organización de los Estados Americanos (1969, noviembre). *Convención Americana sobre Derechos Humanos*. San José, Costa Rica: OAS. Recuperado de Organización de Estados Americanos: http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm
- Paquot, T. (2009). *L'espace public*. Paris: La Découverte.
- Petray, T.L. (2011). Protest 2.0: Online interactions and aboriginal activists. *Media, Culture & Society*, 33(6), 923-940.
- Pleyers G. (2013) Militantisme en réseau. Des mouvements Facebook aux mouvements des places, *Réseaux* (181),9-21.
- Pleyers, G. & Glasius, M. (2013). La résonance des "mouvements des places": Connexiones, émotions, valeurs. *Socio*, 2, 59-79.
- Postigo, H. (2010). Information communication technologies and framing for backfire in the Digital Rights Movement: The case of Dmitry Sklyarov's advanced e-book processor. *Social Science Computer Review*, 28(2), 232-250.

- Postill, J. (2014). A critical history of internet activism and social protest in Malaysia, 1998-2011. *Asiascape: Digital asia*, 1-2, 78-103.
- Rabotnikof, N. (2010). Discutiendo lo público en México. En M. Merino, *¿Qué tan público es el espacio público en México?* (págs. 25-56). México : Fondo de Cultura Económica.
- Reguillo, R. (2002). El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada. *Análisis*, 29, 63-79.
- Reguillo, R. (2010). De los estudios culturales a la perspectiva sociocultural (documento de trabajo). Tlaquepaque: ITESO.
- Reguillo, R. (2013). Disidencia: Frente al desorden de las cajas abiertas - México, breve y precario mapa de lo imposible. *Emisférica*, 10(2).
- Roulston, K. (2014). Analysing interviews. En U. Flick, *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 297-312). London: SAGE.
- Rovira, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta: Medios y movimientos sociales en México. *Convergencia*, 61, 35-60.
- Rovira, G. (2014). El #YoSoy132 mexicano: La aparición (inesperada) de una red activista. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 105, 47-66.
- Saintout, F. (2011). Política y juventud: Transformaciones en el cruce de siglos. En M. C. Chardon, *Transformaciones del espacio público. Los actores, las prácticas, las representaciones* (pp. 53-64). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Sánchez Ruiz, E. (2012). Diversidad y concentración en el espacio audiovisual iberoamericano. En Del Valle, C., F.J. Moreno & F. Sierra (coords.). *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana* (pp. 63-88). Barcelona: Gedisa.
- Sawyer, R. K. (2002). Unresolved tensions in sociocultural theory: Analogies with contemporary sociological debates. *Culture & Psychology*, 8(3), 283-305.
- Seongyi, Y. & Woo-Young, C. (2011). Political participation of teenagers in the information era. *Social Science Computer Review*, 29(2), 242-249.
- Tamayo Gómez, C. (2014). Ciudadanías transnacionales y comunicativas en contextos contemporáneos: Acciones político-comunicativas de algunos movimientos sociales de Birmania e Irán. En J. C. Valencia Rincón & C. P. García Corredor, *Movimientos sociales e internet* (pp. 157-182). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Theocharis, Y. (2012). Cuts, tweets, solidarity and mobilisation: How the internet shaped the student occupations. *Parliamentary Affairs*, 65, 162-194.

Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. California: Stanford University Press.

Thompson, J. B. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM Xochimilco.

Thompson, J. B. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. *Comunicación y Sociedad*, 15, 11-42.

Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: La potencia de las multitudes conectadas. El sistema 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: Internet Interdisciplinary Institute / Universitat Oberta de Catalunya.

Touraine, A. (2006). Los movimientos sociales. *Revista Colombiana de Sociología*, 27, 255-278.

Trejo Delarbre, R. (2009). Internet como expressão e extensão do espaço público. *Matrizes*(2), 71-91.

Trejo Delarbre, R. (2010). Muchos medios en pocas manos. *Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 33(1), 17-51.

Wolton, D. (1989). La communication politique : Construction d'un modele. *Hermès*, 4, 27-42.