
José Manuel Sánchez Duarte

josemanuel.sanchez@urjc.es
Profesor de Comunicación
Política. Universidad Rey Juan
Carlos. Facultad de Ciencias de
la Comunicación. España.

Recibido

23 de noviembre de 2015

Aprobado

9 de marzo de 2016

© 2016

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.29.3.sp.33-47

www.communication-society.com

2016 – Vol. 29(3),

pp. 33-47

Cómo citar este artículo:

Sánchez Duarte, J.M. (2016). La red como espacio para la militancia política: tecnología y participación en campaña electoral. *Communication & Society* 29(3), 33-47.

La red como espacio para la militancia política: tecnología y participación en campaña electoral

Resumen

La definición de participación política ha transitado desde una concepción institucional (limitada en muchas ocasiones al voto y a la afiliación a partidos políticos) a otras formas más amplias como la asistencia a manifestaciones o la pertenencia a movimientos sociales. Estas categorías están siendo superadas por formas latentes de participación más flexibles y modulares que definen nuevos modos de compromiso y se amplían con el uso de la red. En el presente trabajo se exploran estas tendencias durante las elecciones a la alcaldía de Madrid en mayo de 2015 y en torno al partido instrumental “Ahora Madrid”. A partir de 24 entrevistas en profundidad con ciudadanos que participaron en la campaña se intenta definir el perfil de la militancia así como sus usos digitales con el objetivo de identificar prácticas de participación y repertorios digitales de acción. Como conclusión se muestra cómo la red asumió los nuevos patrones de militancia, contribuyendo a su desarrollo y renovación en el marco de una campaña electoral.

Palabras clave

Comunicación política, participación, Internet, redes sociales, campañas, hibridación, democracia

1. Estado de la cuestión

1.1. Desafiliación y participación en los partidos políticos

Los datos de participación electoral muestran una abstención elevada e irregular dependiendo de las convocatorias (Fábregas, 1995; Riera: 2012)¹. El escepticismo, el cinismo y la falta de confianza en los representantes², con independencia de la generación que los valore

¹ En el caso español, y analizando las tres últimas convocatorias a las Elecciones Generales (2008, 2011 y 2015) la abstención se ha mantenido entre el 25% y el 29%. En el caso de los tres últimos comicios europeos (2004, 2009 y 2014) los datos de abstención oscilan entre el 55% y el 57%.

² Tomando como referencia los meses de celebración de las tres últimas elecciones generales en España, la suma de la percepción como un problema de los políticos y la corrupción (casi siempre ligada a los representantes) ha aumentado del 7,6 en 2008 al 28% en 2011, llegando hasta el 53,6% en 2015. Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas: <http://www.cis.es/cis/export/sites/default/>

Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html [Consultado el 14/02/2015]

(Amná & Ekman, 2014: 2) podría estar incidiendo en la disminución del compromiso cívico, así como en la pérdida de afiliación de los partidos políticos. La baja pertenencia formal a estas organizaciones se explicaría por la profesionalización de la política, la simbiosis con, y dependencia de, los partidos con el Estado, y su progresiva conversión en burocracias empleadoras.

Entre las funciones de los partidos se encontraba su capacidad para conectar las demandas de la ciudadanía con los representantes políticos. La labor de ejercer como cadena de transmisión resaltaba el papel de la militancia como “agentes electorales” a pie de calle. La profesionalización de las campañas y la conversión de estas en “permanentes” a lo largo de toda la legislatura (Blumenthal, 1982) repercutió en la subcontratación de expertos en marketing y *spin doctors* que se hicieron cargo de muchas de las tareas ejecutadas por voluntarios y “demócratas aficionados” (Van Biezen & Poguntke, 2014: 2) El aumento progresivo del poder de los consultores y su alta dependencia de la tecnología desdibujaron la función y el papel de los militantes (Gibson, 2013: 2)

En paralelo los afiliados también han perdido utilidad en términos de financiación. La cercanía con el Estado, así como una legislación propicia, desplazan los costes de funcionamiento interno desde los militantes a la ciudadanía que sustenta con sus impuestos el mantenimiento de estas organizaciones (Whiteley, 2011: 25) Los líderes de los partidos tienen pocos incentivos para reclutar y retener nuevos miembros si los contribuyentes pagan los costes de la organización. La participación de los afiliados se limita a periodos electorales (de los que dependen los ingresos futuros) surgiendo un tipo de pertenencia que además de ideológica o social tiene aspiraciones profesionales (Van Biezen, Mair & Poguntke, 2012: 39) El interés de algunos militantes (en especial jóvenes) por vincular su futuro laboral a la política (como cargos públicos, asesores) (Bruter & Harrison, 2009: 1285) convierte a los partidos en agencias de colocación. Este proceso repercute en una progresiva “cartelización” de los partidos políticos. Las organizaciones ya no comunican a la sociedad civil con el Estado, si no que acaban formando parte de este y los afiliados, sin apenas derechos u obligaciones internas, son valorados sólo por su contribución a la legitimación del partido (Katz & Mair, 1995: 23)

1.2. Participación política latente, organizaciones híbridas y prácticas de subpolítica

Los partidos políticos han visto disminuir su capacidad para integrar distintos grupos sociales en sus filas contribuyendo a erosionar las lealtades partidistas (Van Biezen & Poguntke, 2014: 206) De manera contigua, las formas manifiestas de participación política extraparlamentaria, pese a su permanencia, muestran discontinuidades, pérdida de iniciativa y progresiva institucionalización. Sin embargo, esta pauta puede no significar una disminución de la calidad democrática. Como indica Ben Berger, las democracias pueden asumir niveles bajos de compromiso político si existe una ciudadanía con un alto nivel de compromiso social que pueda convertirse en un futuro en compromiso político (2009: 345).

Este tipo de ciudadanía en *stand-by*, a la espera de que las instituciones asuman sus demandas y desarrollen canales para ello, describe un comportamiento “pre-político” en el cual discuten de política, consumen noticias relacionadas con este ámbito o hablan de temas sociales (Ekman & Amná, 2012: 288). Lejos de ser una ciudadanía al margen de los procesos de decisión muestra una mayor propensión a entablar conversaciones políticas que otros individuos asociados a organizaciones, mostrando altos niveles de confianza social con el entorno (Ganuza & Francés, 2013: 29) y confianza política (Amná & Ekman, 2014: 278). Un modo de hacer política con un menor grado de institucionalización “fuera y más allá” de las instituciones representativas del sistema político (subpolítica) (Holzer & Sørensen, 2003) y a veces sumergido en el ámbito de experiencias subjetivas y vida cotidiana (subactivismo) (Bakardjieva, 2009: 92).

De igual modo, esta tendencia puede condicionar los rasgos de una futura participación formal. Las identidades de compromiso híbrido no impiden la inclusión de estos perfiles en iniciativas en los márgenes de los partidos políticos y las organizaciones de la sociedad civil. Un nuevo perfil lejos del activista heroico y el afiliado retribuido, que tiende a evitar las organizaciones jerárquicas reemplazándolas por agrupaciones más informales y descentralizadas (Pudal, 2011: 29). El “militante distanciado” transitaría en un marco de organización postburocrático, que combina múltiples diseños, desdibuja jerarquías y estructura redes flexibles (Bimber, 2003), e híbrido, es decir, que fusiona diferentes elementos-modos institucionales que representan de una manera más o menos formal la adaptación a la incertidumbre ambiental (Minkoff, 2002: 382).

Se podrían identificar varias características de este tipo de militancia: intermitencia e intensidad modular, promiscuidad política y activismo puente. En primer lugar los nuevos tipos de militancia definen la posibilidad de establecer una hoja de ruta personal de prácticas políticas. La participación sería irregular transitando entre modos manifiestos y latentes y remarcando la autonomía de integración y salida de los ciudadanos. La presencia intermitente de esta militancia no implica su desaparición.

En segundo lugar, el compromiso total y duradero de quienes se entregan a una causa es remplazado por un compromiso puntual y específico (Pudal, 2011: 29) que transita sin problemas ni conflictos de un tema a otro. La “promiscuidad política” de este perfil de militancia permite “colaborar” de forma puntual con propuestas concretas, incluso sin un compromiso específico (Subirats, 2015a: 128), traspasando los límites de varios movimientos y causas. Así surgen los denominados “activistas de cruce” o “líderes puente”, militantes que pueden cumplir la función de intermediación entre distintos movimientos compartiendo experiencias y conectándolos entre sí (Heaney & Rojas, 2014: 1049) y que posibilitan coaliciones entre distintas redes.

1.3. Repertorios de acción digitales y política modular

Las prácticas políticas latentes, flexibles e intermitentes encuentran un campo de acción proclive y modifican su naturaleza en la red. La autonomía de los ciudadanos se potencia a través del uso de internet mejorando la capacidad para realizar acciones personales, potenciando el trabajo en el seno de comunidades difusas y mejorando la capacidad de acción dentro de las organizaciones formales (Benkler, 2014: 43). El uso de la tecnología implica mayores oportunidades para definir los problemas políticos en términos propios (Bennett & Segerberg, 2011: 773), movilizar a distintos tipos de público y planificar acciones de manera autónoma con un menor coste y al margen de organizaciones formales.

En paralelo, la noción de política se amplía (Sousa, Pinto & Costa e Silva, 2013: 10) hasta espacios y prácticas más allá de las réplicas unilaterales en la red de la política convencional (Sampedro, Sánchez Duarte & Campos, 2014: 80) La autonomía para configurar el modo y la intensidad de la participación define colectivos en los que no son necesarias ni credenciales para formar parte, ni excusas para abandonar la pertenencia (De la Cueva, 2015: 37) fuera de los procedimientos formales de “membresía” (Flanagin, Stohl & Bimber, 2006: 30). La participación asume la lógica modular de la red:

Propiedad de un proyecto que describe la medida en que este puede descomponerse en módulos más pequeños que es posible producir independientemente antes de ensamblarlos en un conjunto. Si los módulos son independientes, los colaboradores individuales pueden elegir cuándo y cómo contribuir con independencia de lo que hagan los demás, lo cual maximiza su autonomía y flexibilidad para definir la naturaleza, alcance y temporalidad de su participación en el proyecto (Benkler, 2014: 141)

Como indica Langdon Winner (2008: 13) la tecnología no sólo se introduce en la cultura en forma de instrumentos, procesos o artefactos, sino también en forma de metáforas. Las metáforas de la política en red se materializan con acciones micropolíticas (De la Cueva, 2015: 24) o empleando tecnologías cívicas (Magallón, 2014, 54; Bolaños et al., 2015) con el fin de suplir el déficit democrático y la incapacidad de respuesta de los actores tradicionales de la política. Internet permite el surgimiento de franquicias de acción mediante las que un colectivo con escasos recursos puede mantener estructuras de conexión (Tarrow, 2012: 14), creando comunidades de aprendizaje, liberando datos y proporcionando pautas de acción para su réplica. Los repertorios de acción en red emplean formas más atractivas y cada vez más convergentes, fomentan la confianza distribuida a través de grupos vinculados horizontalmente fusionando discursos y políticas subculturales y creando redes digitales sedimentarias: estructuras difusas conectadas y que pueden activarse ante nuevas demandas (Chadwick, 2007).

Sin embargo, estos modos de acción en red pueden no ser tan eficaces. La falta de institucionalización puede provocar mayores niveles de complejidad a la hora de establecer negociaciones políticas (Mancini, 2013: 56) así como restar coherencia a los mensajes colectivos ante la multiplicidad de actores intervinientes (Bennett & Segerberg, 2011: 773). Sus propuestas de acción serían incapaces de introducirse en los espacios de decisión y gestión política tradicionales (Christensen & Bengtsson, 2011: 900) quedando en simples propuestas estéticas (Dahlgren, 2005: 155) sin opción de continuidad y permanencia y reducidas a la red.

La movilización e inmediatez sustituirían a la organización estratégica (Mozorov, 2011: 195) ignorando la construcción de procesos a largo plazo y favoreciendo el surgimiento de espacios de encuentro polarizados y muy homogéneos internamente (Sunstein, 2000) lo que fomentaría la fragmentación del discurso público.

Como señala Jaron Lanier, la cultura digital suele trocear en exceso la red preocupándose más por la abstracción del modelo que por las personas reales conectadas (Lanier, 2011: 32) El “descuento de ilegitimidad” con el que se acusa a las “organizaciones híbridas”, basado en la percepción (sobre todo de la audiencia más atenta) de que una identidad débil resta coherencia y fortaleza a las opciones políticas (Heany & Rojas, 2014: 1048), podría trasladarse a las nuevas militancias en red reproduciendo los mismos patrones existentes fuera de ella.

2. Metodología

2.1. Breve contexto de participación política en España

La ciudadanía española presenta unos niveles de participación política formal reducidos y que han permanecido estables en las últimas tres décadas (Ramiro & Morales 2014: 9). La significativa falta de implicación en los partidos políticos (Torcal, Montero & Teorell, 2006: 17) se combina con otras formas de participación con mayor implantación entre la ciudadanía. Tomar parte en ciertas formas de protesta ha aumentado significativamente desde 1980 (Morales, 2005: 70-71) En especial la participación en manifestaciones como forma habitual de expresión política (Sánchez Jiménez, 2011: 22).

En paralelo, la opinión acerca del funcionamiento de la democracia, así como la aprobación y confianza en las instituciones políticas y sus gestores fue sufriendo una progresiva erosión desde 2008 (Lobera, 2015: 99). En este marco el movimiento indignado en torno al 15-M surgido en 2011 supuso un punto de inflexión en cuanto a prácticas, iniciativas y actores políticos despertando un nivel de aceptación muy elevado entre todos los grupos de población (Sampedro & Lobera, 2014).

Como indica Sindney Tarrow, los movimientos sociales suelen tener a largo plazo consecuencias indirectas sobre la ciudadanía en términos de politización y contribución a la cultura política (2012: 376-377). La movilización horizontal, dinámica y sin liderazgos de mayo del 2011 (Sampedro & Sánchez Duarte: 2011: 240) resultó valiosa en términos de ampliación de los repertorios de participación política, repolitización de segmentos sociales insatisfechos con los réditos políticos del sistema y demostración de los límites de los movimientos sociales a la hora de establecer demandas (Politikon, 2014: 205). Así el 15-M se convirtió en un meta-marco, generalista y casi inoperativo, pero que permite vincular iniciativas diversas y específicas dotándolas de fuerzas renovadas (Lobera, 2015: 102) con expresiones políticas distribuidas y en red.

2.2. Caso de estudio y método de investigación

El estudio se centra en analizar los diferentes tipos de militancia en torno a la candidatura de la formación Ahora Madrid. Este partido, de carácter municipalista, concurre a las elecciones locales al Ayuntamiento de Madrid celebradas el 24 de mayo de 2015³. Autodefinido como “candidatura ciudadana de unidad popular”⁴ presenta varias características que justifican su elección para este análisis. En primer lugar no responde a los patrones tradicionales de una organización política convencional en España. Su modelo de confluencia supera los límites de una mera coalición electoral describiendo un intento de pospartido (Gutiérrez, 2015) o una organización posburocrática (Bimber, 2005) más horizontal, sin excesivas jerarquías y replicable. Ahora Madrid, al igual que las iniciativas similares surgidas en ciudades como Barcelona o Zaragoza, se conforma como un espacio de experimentación institucional con algunas características novedosas en cuanto a la forma-partido (Subirats, 2015a: 130) Como indican Eduardo Romanos e Igor Sádaba, lo que comparten todas estas nuevas propuestas políticas es una dimensión organizativa reticular, agregadora desde lo local, acumuladora de microparticipaciones sin centros gestores muy visibles (2015: 24) y que experimenta una nueva institucionalidad combinando la práctica política en la arena institucional con las formas de organización y funcionamiento de los movimientos sociales (Alabao & Carr, 2015: 245).

Enmarcado en esta tendencia los procesos para la elaboración del programa electoral, así como la selección de los miembros de la candidatura, se llevó a cabo con prácticas colaborativas y abiertas a la ciudadanía con independencia de su pertenencia formal al partido. En estos procesos el uso intensivo de las tecnologías digitales fue determinante en términos organizativos, de difusión e inclusión de agentes externos al partido. Tanto la estructura de funcionamiento con el empleo de la red guardan similitudes, y suponen una continuación, con prácticas políticas iniciadas por el movimiento el 15-M (Martín, 2015: 111; Lobera, 2015: 105).

El estudio se realizó en los cuatro meses posteriores a las elecciones municipales (entre el 24 de mayo y el 24 de septiembre de 2015) en la ciudad de Madrid. El método de selección de los sujetos entrevistados se guió por la técnica de “bola de nieve” a partir de tres personas que colaboraron, con diferentes niveles de implicación, en la campaña. Tras el desarrollo de la entrevista semiestructurada estas personas proporcionaron el contacto con

³ La candidatura de “Ahora Madrid” estuvo liderada por la ex jueza Manuela Carmena obteniendo la segunda posición en los comicios con el 31,85% de los votos (20 concejales) por detrás del Partido Popular (34,55% y 21 concejales). Tras un acuerdo de investidura con el PSOE (15,28% y 9 concejales) Manuela Carmena se hizo con la alcaldía de Madrid el 13 de junio de 2005.

⁴ <https://ahoramadrid.org/> [consultado el 10/12/15]. El partido está compuesto por miembros de movimientos sociales, organizaciones de la sociedad civil y formaciones políticas como Equo y Podemos, ex militantes de Izquierda Unida así como por participantes en la iniciativa municipalista Ganemos Madrid, plataforma ciudadana germen de la confluencia.

otros tres sujetos proclives de ser incluidos en el estudio y así sucesivamente. El objetivo era tener el mayor número de perfiles y diferentes grados de militancia que si bien no respondía a un parámetro estadístico reflejaban una muestra múltiple y variada. La validez de este tipo de investigación no se deriva de su generalidad o extrapolabilidad absolutas, si no de su referibilidad y aplicabilidad concretas (Alonso, 2003: 107).

En total se entrevistaron a 24 personas. Aproximadamente en la entrevista número 20 se alcanzó el punto de saturación del discurso en torno a los temas planteados en el guion. Pese a que en muchas ocasiones añadir indiscriminadamente unidades de análisis no aumenta la calidad de la información (Alonso, 2003: 106) se incluyeron 4 perfiles más para certificar la reiteración de los argumentos expuestos por los sujetos anteriores. Como indica Javier Callejo, cuando se aprecia la saturación del discurso se indica el punto a partir del cual puede darse por finalizado una parte o el conjunto del trabajo empírico de una investigación ante la práctica iterativa de conceptos e ideas (1998: 96).

Los 24 sujetos entrevistados (13 hombres y 11 mujeres) presentaban diferentes edades comprendidas entre los 19 y 61 años aunque con una mayor representación de personas situadas entre los 20 y los 40⁵. Sus ocupaciones laborales eran diversas prevaleciendo los perfiles profesionales con estudios universitarios y alta cualificación. En relación a las prácticas políticas previas casi la totalidad de los componentes de la muestra habían colaborado en otros partidos políticos y movimientos sociales siendo su nivel de implicación en la campaña elevado, participando como apoderados en las mesas electorales, en asambleas del partido o prestando apoyo logístico: pegada de carteles, reparto de papeletas, elaboración de propaganda, etc. Del mismo modo, y pese a la alta participación en la campaña, presentaban niveles de uso político de la red moderados, no tanto en intensidad como en diversificación de prácticas y empleo de herramientas, más allá de las redes sociales convencionales como Facebook o Twitter.

Los componentes de la muestra respondieron a una batería de preguntas agrupadas en tres bloques temáticos. Estos se dividían a su vez en una serie de preguntas con el fin de garantizar coherencia en todo el grupo entrevistado. Los tres bloques transitaban desde la participación política previa a la experiencia personal y colectiva en la campaña de Ahora Madrid y al uso de la tecnología para la acción política.

3. Análisis

3.1. *Militar desde la militancia previa: participación y estructuras de reserva*

El perfil de las personas que participaron, con diferentes grados de implicación, en la campaña de Ahora Madrid presenta varias experiencias de militancias previas. Su “hoja de servicio” de participación muestra un hartazgo con las formas convencionales de acción política manifiesta, no sólo dentro de partidos sino también de movimientos sociales, así como otros modos de hacer política en los márgenes de las actividades concebidas como más convencionales. Como indicaba uno de los entrevistados: “uno no se levanta por la mañana y monta un partido” (Entrevista 17). El aprendizaje político de los militantes había sido en su mayoría intensivo, alternando distintas estrategias y metodologías y combinando diferentes modos de acción.

La evaluación crítica de los partidos *clásicos* o de *toda la vida* indicaba las limitaciones para participar a través de estas organizaciones. Un número significativo de las personas entrevistadas tenían un relato de indignación en torno a su experiencia en los partidos por su incapacidad de integrar nuevas personas y propuestas y su obsesión por la supervivencia

⁵ Para consultar los perfiles de los sujetos entrevistados consultar el Anexo I.

como organización. Pero no sólo eso. A esta percepción se le unía una crítica con la labor de los movimientos sociales desde dos vías. En primer lugar por su escasa incidencia en las agendas políticas y mediáticas al estructurarse en modos obsoletos y en segundo lugar por el control, por parte de los militantes más implicados, de los procesos.

Como medidas alternativas a estas estructuras varios de los intervinientes canalizaron su militancia en proyectos de innovación ciudadana al margen de la política más institucional, experiencias de barrio, iniciativas ligadas a la cultura libre y digital o intervenciones estéticas⁶. Acciones “muy políticas pero sin una vinculación ideológica y a ningún partido” (Entrevista 2) que combinaban con periodos de política latente en los que sólo se limitaban a seguir informados de la política o realizaban acciones en el ámbito de su vida cotidiana (subpolítica - subactivismo). En el caso de la militancia de Ahora Madrid, este tipo de política no es tanto una fuente para generar un espíritu cívico, sino más bien prácticas de retirada temporal ante el cansancio por una participación más activa o la disconformidad con las acciones planteadas por partidos o movimientos.

El surgimiento de Ahora Madrid supuso en parte la activación de “estructuras de reserva” (Tarrow, 2014: 240) o “redes sedimentarias” (Chadwick, 2007) conformadas en su mayoría por exmilitantes de partidos y movimientos sociales con experiencia previa de afiliación, redes latentes de participación, prácticas constantes pero intermitentes y escasas dificultades para pasar de un proyecto a otro (activistas-puente).

En resumen, tan solo dos de los sujetos, de los 24 analizados, admitía haber comenzado a participar en política en y a partir de la campaña de Ahora Madrid. Los participantes en la campaña mostraban experiencias de militancias previas tomando el movimiento 15-M como referencia pero demandando nuevas estructuras que superasen los límites de dicha participación. Este hecho complementa la idea del 15-M como un “meta-marco” (Lobera, 2015: 102) del que surgieron múltiples iniciativas que incluyeron a los no movilizados hasta entonces y que tal vez no han sabido incluir, o tienen dificultades para hacerlo, a los que se mantienen al margen ahora.

3.2. Autonomía y “hoja de ruta personal” en una campaña-comunidad

El modo de participar en la campaña electoral de Ahora Madrid combinaba las prácticas convencionales de actividad política en un periodo similar (asistencia a mítines, pegada de carteles, etc.) con otro tipo de repertorios que si bien no pueden definirse como nuevos destacaron por su intensidad e importancia en el desarrollo de ese periodo. El proceso de convergencia de estos dos modos de hacer, y de las características de los nuevos repertorios, acabó por definir los distintos niveles de implicación de la militancia.

En primer lugar se advierten rasgos de auto-organización en el desarrollo de la campaña. Si bien la estructura del partido fue necesaria para lanzar un *crowdfunding* para la financiación u organizar actos con la candidata, surgieron múltiples experiencias no sólo desde las asambleas de los barrios, si no a partir de propuestas individuales o grupales. De manera autónoma, y al margen de la estructura central, se diseñaron carteles, repartieron panfletos o difundieron mensajes tanto en la calle como a través de la red con carácter amateur y replicable.

“Fui al Reina Sofía porque me habían dicho que había gente repartiendo carteles de Manuela. Como no quedaban decidí imprimirlos yo con mi ordenador y salirlos a pegar por mi

⁶ Como indican Casilda Cabrerizo, Azucena Klett y Pablo García Bachiller muchas de estas iniciativas, surgidas en una atmósfera inestable de continuidad y previas al lanzamiento de la candidatura de Ahora Madrid, han funcionado como verdaderas herramientas de cambio (2015: 163).

barrio. La sorpresa vino cuando me encontré a algunos vecinos haciendo lo mismo que había hecho yo” (Entrevista 9)

Dicha autonomía para la participación también sirvió para definir el nivel de implicación así como el tipo de vinculación o la forma de expresarla. La posibilidad de participar sin tener que estar sujeto a las directrices de una organización evitaba los conflictos de militancias previas y permitía diseñar una participación personal y en base a las necesidades individuales. De igual modo esta autonomía potenciaba una implicación por temas y sectores. El perfil del militante “total” o “generalista” se entrelazaba con otra participación por causas en donde Ahora Madrid era el marco de acción para depositar una reivindicación concreta (causas LGTB, feminismos, problemas concretos en un barrio). Todo este proceso vino acompañado por formas de expresión estéticas y lúdicas que contribuyeron a construir una imagen fuerte de la campaña y la candidata lejos del formalismo de otras candidaturas electorales más “adecuadas” o “normalizadas”.

En definitiva, la implicación personal, enraizada en lo cotidiano, autónoma y personalizada, contribuyó a activar no sólo una comunidad emocional en torno a un posible cambio de gobierno en el Ayuntamiento de Madrid (“por primera vez sentíamos que nuestro voto podía servir para algo y que éramos muchos haciendo algo precioso” [Entrevista 21]) sino a la configuración de la candidata, Manuela Carmena, como líder icónico. Los discursos de los participantes en la campaña recurren a un resumen épico de los hechos en los que la posibilidad de triunfo se mezcla con expresiones como *adrenalina*, *emoción* o *esperanza* de manera constante. Sentimientos de apropiación del relato de un colectivo que construyó una campaña-comunidad con identidad, rituales e iconografía propios, y que confirma la importancia del sentimiento de pertenencia y la emotividad también en organizaciones más difusas y no permanentes (Alabao & Rodríguez, 2015: 148)

3.3. La red como amalgama: modularidad, permeabilidad, renovación y convergencia

Al final todo está más *linkado* de lo que parece (Entrevista 10).

El uso de la red durante la campaña resultó crucial para configurar el perfil y las prácticas de militancia en Ahora Madrid. Las herramientas digitales sirvieron como aglutinadoras de espacios y perfiles, así como de adhesivo con el que vincular repertorios de acción convencionales, prácticas políticas digitales y experiencias previas de afiliación. Los argumentos de los participantes en campaña resaltaban cómo el uso de la red facilitó el desarrollo de una acción política modular, la permeabilidad de prácticas y discursos, su renovación y la convergencia entre distintos repertorios y modos de hacer política⁷.

Como se indicó antes, muchas de las prácticas de los militantes en la campaña se caracterizaron por su auto-organización. Esta característica asumía la condición de modularidad de la red y la trasladaba a la estrategia de acción política en la que los nodos de una red contribuyen al conjunto con independencia de lo que hagan los demás (Benkler, 2014: 141). Las redes sociales (en especial *Facebook* y *Twitter*) se convirtieron en las plataformas más relevantes para el desarrollo de esta autonomía. La creación de contenidos originales sobre la campaña y su posterior difusión a través de los perfiles personales se acompañaba con la participación en grupos y eventos, convocados o no por el partido, e incluso con la realización de convocatorias para desarrollar acciones, en especial por parte de los entrevistados más implicados.

⁷ Si bien la red fomentó estas formas más flexibles y dinámicas de participación política no debe señalarse como el único factor para el surgimiento de otros tipos de militancias. Como se indicó antes, el contexto político español posterior al 15-M (erosión de las lealtades a los partidos tradicionales, surgimientos de nuevas opciones políticas, desarrollo de formas alternativas de organización etc.) supone un precedente igual de relevante que el uso de la red para la acción política.

La voluntad de pertenecer, pero sin hacerlo de manera formal, es más factible a través de la red y en especial por las redes sociales. Estas no sólo permitían conocer y participar sin formar parte de la estructura, si no también mantener una línea estratégica dando continuidad a prácticas que permitían una participación más episódica y puntual en campaña. Junto a esto, aquellos entrevistados que solicitaban una mayor inclusión en el periodo electoral “privatizaron” su participación en grupos de herramientas como *whatsapp* o *telegram* o en listas de *e-mails*. Espacios en los que la autonomía ya no era tal y existía una línea de participación diseñada y potenciada desde la organización. La proliferación de uso de estas aplicaciones contribuía a desarrollar un circuito de comunicación integrado y multicapa similar al empleado por el partido político Podemos (Toret, 2015: 131).

Por otra parte el uso de la red en campaña sirvió como herramienta para permeabilizar redes en *stand-by* (sin activar pero con un fuerte compromiso cívico y, a veces, político) e incluso partes de la ciudadanía y espacios al margen de la política. En el primer caso el consumo constante de información digital y la saturación de mensajes en las redes sociales despertó la voluntad de parte de los entrevistados por *hacer campaña*. En segundo lugar, el flujo constante de información sobre las elecciones acabó permeando canales y espacios de comunicación que en muchos casos estaban fuera de la política. La acción modular no sólo saturaba con mensajes si no que llegaba a ámbitos ajenos a la participación convencional.

A veces me corto al enviar información política. Muchos de mis amigos están aburridos de todos estos rollos. Sin embargo, en la campaña no paraban de circular fotos de la alcaldesa con frases suya por todos mis grupos de *whatsapp* y nadie protestaba. Era como si no fuesen cosas de política (Entrevista 6).

Quizá la clave de esta permeabilidad resida en la renovación de los discursos y repertorios de acción a partir de su desarrollo en la red. El agotamiento de fórmulas y procesos convencionales expresado por los entrevistados era respondido con formas más atractivas y con menor implicación. Prácticas más superficiales, lúdicas, alegres y estéticamente atractivas que lejos de conformar militantes de segunda categoría definían un canal preciso de integración en la campaña y a partir de la red. Los “memes” irónicos sobre los distintos candidatos y, sobre todo, las fotos, montajes y videos de la candidata Manuela Carmena se configuraron como bienes comunales de segundo orden (Bimber et al., 2005: 371) siendo recursos informativos que traspasaron fronteras discursivas, institucionales y tecnológicas (Baym & Shah, 2011: 104) y que contribuyeron a crear una comunidad de pertenencia.

Por último hay que resaltar cómo la red sirvió como amalgama para la convergencia de prácticas diversas. Los militantes en Ahora Madrid describían una militancia de soportes múltiples para la información sobre la campaña (redes sociales, grupos de *whatsapp/telegram*, medios de comunicación digitales) en los que se mezclaban canales institucionales (listas de correo) con perfiles “auto-organizados” en redes (Movimiento de Liberación Gráfica⁸, Madrid con Manuela⁹) y que cumplieron la misión de aglutinar, filtrar y difundir las experiencias estéticas y artísticas en campaña. De igual modo estas prácticas se combinaban con formas convencionales de militancia como encuentros con la candidata. En definitiva una campaña inclusiva y multisaporte.

⁸ <https://www.facebook.com/MLGM-Movimiento-de-Liberaci%C3%B3n-Gr%C3%A1fica-Madrid-663597840432462/timeline/>

[consultado el 10/12/15] y <http://mlgmadrid.tumblr.com/> [consultado el 10/12/15]

⁹ <https://www.facebook.com/Madrid.con.Manuela>

[consultado el 10/12/15] ; <http://madridconmanuela.tumblr.com/> [consultado el 10/12/15]

4. Discusión y conclusiones

Algunas de las tendencias actuales de participación política, menos institucionalizadas y burocráticas y al margen de partidos y movimientos, encuentran un campo de acción relevante en la red. La importancia de internet no reside en establecer una relación directa entre conexión y calidad/cantidad de la participación, si no en articular un espacio favorable para el desarrollo de actividades políticas más latentes y modulares así como para proporcionar patrones para la acción y renovación de los existentes.

Como se aprecia en este trabajo, la red se había convertido en un espacio para la acción ante el hartazgo de la política convencional y la continua desafiliación. Los participantes en la campaña de Ahora Madrid, en un número importante provenientes de otras experiencias de militancia, habían encontrado en internet espacios de retirada en los que siguieron conectados con la política pero sin una participación formal. Este hecho fue determinante para la activación de esa ciudadanía en *stand-by* (Ekman & Amnå, 2012: 288) de las estructuras de reserva (Tarrow, 2014: 240) o las redes sedimentarias (Chadwick, 2007). Sujetos potencialmente en activo que se incorporaron a la campaña ante nuevas oportunidades y que empleaban la red para tener una continuidad de acción desde una discontinuidad de afiliación voluntaria.

La autonomía para la participación no sólo se apreciaba en la auto-organización. Su importancia residía en la posibilidad de los colaboradores en la campaña para determinar distintos niveles de implicación y configurar su propia hoja de ruta militante. Pero no sólo en cuanto a tiempo o esfuerzo, sino también vinculándose por temas y causas más que por contenidos o programas generalistas.

Esta militancia múltiple, flexible y difusa convivió en una permeabilidad de espacios, soportes y prácticas en red. Herramientas destinadas en exclusiva al entretenimiento o la mera comunicación se convirtieron en plataformas híbridas donde el ocio y la comunicación cotidiana y afectiva convivían con la información política. La “verdadera” participación (acudir a actos electorales, pegar carteles) convivió con procesos multitarea y tecnologías para la acción, organización y coproducción (Galdon, 2015: 115) en los que realizar un comentario en un foro político se mezclaba con difundir un “meme” por grupos de *telegram* o actualizar un perfil en Facebook con cuestiones relativas a la campaña. El “militante total y heroico” (Pudal, 2011) dio paso a otro tipo de colaborador sin una definición normativa y prescriptiva de la participación en campaña. El desarrollo de modos más inclusivos de hacer política posibilitaba la formación de comunidades emocionales más amplias que fusionaron discursos y políticas subculturales (Chadwick, 2007) y que se aproximaban a una democracia de apropiación: basada en procesos de implicación colectiva y personal en los asuntos públicos y con extensión más allá de lo estrictamente electoral-institucional (Subirats, 2015b: 325)

Por último es preciso indicar las limitaciones y potencialidades de este trabajo. En cuanto al método de investigación, si bien es cierto que el número de entrevistas realizadas fueron suficientes para apreciar una saturación del discurso, sería necesario emplear métodos complementarios con los que obtener una tipología de perfiles a partir de las prácticas identificadas. Un estudio cuantitativo sería valioso para identificar la relevancia de algunas variables sociodemográficas en los modos de participar en la campaña. De igual manera sería necesario planificar un estudio similar en un periodo posterior. La cercanía con el proceso, y sobre todo con sus resultados, tiene el valor de describir la campaña con más profundidad y detalle pero también pueden condicionar la construcción del relato desde una visión triunfalista y edulcorada. Por último sería recomendable estudiar otro tipo de experiencias similares (también en el ámbito de la campaña electoral y con resultados similares) como “Barcelona en Comú” o “Zaragoza en Común” con el fin de identificar similitudes y diferencias en los procesos y las prácticas.

Este artículo supone un estudio inicial en torno a los perfiles de militantes y usos digitales en campaña electoral y centrado en Ahora Madrid. Cabría preguntarse si las tendencias identificadas serían replicables en contextos de baja movilización, fuera del periodo electoral, o en un marco sin tanta erosión de las instituciones y la política.

Anexo I. Descripción de la muestra

Variables sociodemográficas				Variables para la investigación		
	Sexo	Edad	Profesión	Militancia previa *	Nivel de implicación **	Uso político de la red ***
Sujeto 1	H	36	Arquitecto	No	Bajo	Bajo
Sujeto 2	H	39	Diseñador	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 3	M	22	Estudiante	Sí	Alto	Alto
Sujeto 4	M	45	Maestra	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 5	H	29	Sociólogo	Sí	Bajo	Bajo
Sujeto 6	H	25	Estudiante	Sí	Bajo	Alto
Sujeto 7	H	50	Auxiliar	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 8	M	43	Técnica	Sí	Alto	Alto
Sujeto 9	H	31	Freelance	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 10	M	19	Estudiante	No	Alto	Alto
Sujeto 11	H	35	Profesor	Sí	Bajo	Alto
Sujeto 12	M	36	Profesora	Sí	Alto	Alto
Sujeto 13	H	40	Administrativo	Sí	Bajo	Bajo
Sujeto 14	M	22	Periodista	Sí	Alto	Alto
Sujeto 15	H	61	Jubilado	Sí	Bajo	Bajo
Sujeto 16	M	41	Funcionaria	Sí	Alto	Alto
Sujeto 17	H	27	Técnico de igualdad	Sí	Alto	Alto
Sujeto 18	H	35	Abogado	Sí	Bajo	Bajo
Sujeto 19	H	51	Maestro	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 20	M	30	Publicista	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 21	H	28	Teleoperador	Sí	Alto	Bajo
Sujeto 22	M	33	Parada	Sí	Alto	Bajo

Sujeto 23	M	42	Vendedora	Sí	Bajo	Bajo
Sujeto 24	M	37	RR.HH.	Sí	Bajo	Bajo

* Participación previa en partidos políticos, movimientos sociales, organizaciones de la sociedad civil...

** -Alto: apoderados en mesas electorales, participación en asambleas del partido, apoyo logístico: pegada de carteles, reparto de papeletas, elaboración de propaganda electoral.

-Bajo: difusión de información por redes sociales (Facebook, Twitter), participación en el *crowdfunding* de financiación de la campaña...

*** -Alto: Pertenencia a grupos de acción política en *whatsapp/telegram*/listas de distribución, convocatoria y organización de eventos por la red, uso de otras herramientas digitales (además de las redes sociales convencionales) para la organización y la acción política (*titanpad*...)

-Bajo: Difusión de información por redes sociales o grupos de *whatsapp*, consumo de información política.

Referencias

- Alabao, N. & Carr, A. (2015). Guanyem Barcelona / Barcelona en Comú. Organizaciones políticas no convencionales. La emergencia de una nueva cultura política. In: Subirats, J. (Ed.) *Ya nada será lo mismo. Los efectos del cambio tecnológico en la política, los partidos y el activismo juvenil*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. FAD.
- Alabao, N. & Rodríguez, A. (2015). Organizaciones políticas no convencionales. La emergencia de una nueva cultura política. In: Subirats, J. (Ed.) *Ya nada será lo mismo. Los efectos del cambio tecnológico en la política, los partidos y el activismo juvenil*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. FAD.
- Alonso, L.E. (2003). *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*. Madrid: Fundamentos Editorial.
- Amnå, E. & Ekman, J. (2014). Standby citizens: diverse faces of political passivity. *European Political Science Review* 6(02), 261-281. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S175577391300009X>
- Baym, G. & Shah, C. (2011). Circulating Struggle. *Information, Communication & Society* 14(7), 1017-1038, DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2011.554573>
- Bakardjieva, M. (2009). Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet. *The Information Society* 25(2), 91-104. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/01972240802701627>
- Benkler, Y. (2014). *La riqueza de las redes. Cómo la producción social transforma los mercados y la libertad*. Barcelona: Icaria.
- Bennett, L. & Segerberg, A. (2011). Digital media and the personalization of collective action, *Information, Communication & Society* 14(6), 770-799. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2011.579141>
- Berger, B. (2009). Political theory, political science and the end of civic engagement. *Perspectives on Politics* 7(2), 335-350. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S153759270909080X>

- Bimber, B. (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Blumenthal, S. (1982). *The permanent campaign*. New York: Simon and Schuster.
- Bolaños, V., Anderica, V., Magallón, R. & Sánchez Duarte, J.M. (2015). Evolución y desarrollo de las tecnologías cívicas en España. Entre el activismo y el periodismo. In XXI Congreso Internacional de la SEP, Zaragoza.
- Bruter, M. & Harrison, S. (2009). Tomorrow's leaders? Understanding the involvement of young party members in six European democracies. *Comparative Political Studies* 42(10), 1259-1290. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0010414009332463>
- Cabrerizo C., Klett, A. & García Bachiller, P. (2015). De alianzas anómalas a nuevos paisajes políticos. Madrid, Lavapiés y otras geografías de lo común. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales* 5(2), 163-178.
- Callejo, J. (1998). Los límites de la formalización de las prácticas cualitativas de investigación social: la saturación. *Sociológica. Revista de Pensamiento Social* 3, 93-120.
- Chadwick, A. (2007). Digital network repertoires and organizational hybridity. *Political Communication* 24(3), 283-301. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600701471666>
- Christensen, H. & Bengtsson, Å. (2011). The political competence of internet participants. *Information, Communication & Society* 14(6), 896-916. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2011.566931>
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication* 22, 147-162. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600590933160>
- De la Cueva, J. (2015). *Manual del ciberactivista. Teoría y práctica de las acciones micropolíticas*. Madrid: Bandaàparte Editorial.
- Ekman, J. & Amnå, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs* 22(3), 283-300. DOI: <http://dx.doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>
- Fábregas, J. (1995). La abstención electoral en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 71-72, pp. 11-37.
- Flanagin, A., Stohl, C. & Bimber, B. (2006). Modeling the Structure of Collective Action. *Communication Monographs* 73(1), 29-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/03637750600557099>
- Galdon, M. (2015). Podemos y la política de la tecnología. *Revista Teknokultura*, vol. 12(1), 111-119.
- Ganuzá, E. & Francés, F. (2013). *Rethinking the Sources of Participation in Europe* (IESA Working paper). Instituto de Estudios Sociales Avanzados. Retrieved from: <http://goo.gl/mN5IcD>
- Gibson, R. (2015). Party change, social media and the rise of 'citizen-initiated' campaigning. *Party Politics* 21, 183-197. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354068812472575>
- Guitérrez, B. (2015, mayo 22). Diez claves sobre la innovación de la #Manuelamania. *Yorokobu*. Retrieved from: <http://goo.gl/ETokx7>
- Holzer, B. & Sørensen, M. (2003). Rethinking Subpolitics: Beyond the 'Iron Cage' of Modern Politics? *Theory Culture & Society* 20(2), 79-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0263276403020002005>
- Jiménez, M. (2011). *La normalización de la protesta: El caso de las manifestaciones en España (1980-2008)*. Madrid: CIS.
- Katz, R. & Mair, P. (1995). Changing models of party organization and party democracy: the emergence of the cartel party. *Party Politics* 1(1), 5-28. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354068895001001001>
- Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital. Un manifiesto*. Barcelona: Debate.
- Lobera, J. (2015). De movimientos a partidos. La cristalización electoral de la protesta. *Revista Española de Sociología* 24, 97-105.

- López, G., Lara, T. & Sánchez Duarte, J.M. (2011) “Los Websblog como mecanismos de reafirmación ideológica: la blogosfera española antes las Elecciones Generales de 2008”. In V. Sampedro (Ed.). *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense.
- Mancini, P. (2013). Media Fragmentation, Party System and Democracy. *The International Journal of Press/Politics* 18(1), 44-60. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1940161212458200>
- Magallón, R. (2014). Tecnologías cívicas y participación ciudadana. *Revista de Estudios de Juventud* 105, 53-70.
- Martín, I. (2015). Podemos y otros modelos de partidos-movimiento. *Revista Española de Sociología* 24, 107-114.
- Minkoff, D.C. (2002). The emergence of hybrid organizational forms: Combining identity-based service provision and political action. *Nonprofit and voluntary sector quarterly* 31(3), 377-401. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0899764002313004>
- Morales, L. (2005). ¿Existe una crisis participativa? La evolución de la participación política y el asociacionismo en España. *Revista Española de Ciencia Política* 13, 51-87.
- Mozorov, E. (2011). *The Net Delusion: The dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.
- Politikon (2014). *La urna rota. La crisis política e institucional del modelo español*. Barcelona: Debate.
- Pudal, B. (2011). Los enfoques teóricos y metodológicos de la militancia. *Revista de Sociología* 25, 17-35.
- Ramiro, L. & Morales, L. (2014). Examining the ‘demand’ side of the market for political activism Party and civil society grassroots activists in Spain. *Party Politics* 20(4), 506-520. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/135406881436057>
- Riera, P. (2012). La abstención diferencial en la España de las Autonomías. Pautas significativas y mecanismos explicativos. *Revista Internacional de Sociología* 70(3), 615-642. DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/ris.2010.10.07>
- Romanos, E. & Sádaba, I. (2015). La evolución de los marcos (tecno) discursivos del movimiento 15M y sus consecuencias. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales* 32, 15-36. DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/empiria.32.2015.15307>
- Sampedro, V. & Lobera, J. (2014). The Spanish 15-M movement: a consensual dissent? *Journal of Spanish Cultural Studies* 15(1-2), 61-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2014.938466>
- Sampedro, V., Sánchez Duarte, J.M. & Campos, E. (2014). “Participación ciudadana en las campañas electorales. Debates teóricos y una aproximación tipológica”. In R. Cotarelo, & J.A. Olmeda (Coords.), *La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales* (pp. 51-78). Madrid: Centro de Estudios Políticos y Consitucionales.
- Sampedro, V. & Sánchez Duarte, J.M. (2011). 15-M. La Red era la Plaza. In V. Sampedro (Ed.) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid, Editorial Complutense.
- Sousa, H., Pinto, M. & Costa e Silva, E. (2013). Digital public sphere: weaknesses and challenges. *Comunicação e Sociedade* 23, 9-12.
- Subirats, J. (2015a). Todo se mueve. Acción colectiva, acción conectiva. Movimientos, partidos e instituciones. *Revista Española de Sociología* 24, 123-131.
- Subirats, J. (Ed.) (2015b). *Ya nada será lo mismo. Los efectos del cambio tecnológico en la política, los partidos y el activismo juvenil*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. FAD.
- Sunstein, R.C. (2007). *Republic.com. 2.0*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

- Torcal, M., Montero, J.R., & Teorell, J. (2006). La participación política en España: modos y niveles en perspectiva comparada. *Revista de Estudios Políticos* 132, 7-41.
- Toret, J. (2015). Una mirada tecnopolítica al primer año de Podemos. Seis hipótesis. *Teknokultura* 12(1), 121-135.
- Van Biezen, I. & Poguntke, T. (2014). The decline of membership-based politics. *Party Politics* 20(2), 205-216. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354068813519969>
- Van Biezen, I., Mair, P. & Poguntke, T. (2012). Going, going....gone? The decline of party membership in contemporary Europe. *European Journal of Political Research* 51(1), 24-56. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-6765.2011.01995.x>
- Whiteley, P.F. (2011). Is the party over? The decline of party activism and membership across the democratic world. *Party Politics* 17(1), 21-44. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354068810365505>
- Winner, L. (2008). *La ballena y el reactor. Una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología*. Barcelona: Gedisa.