

YA NADA SERÁ LO MISMO. LOS EFECTOS DEL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA POLÍTICA, LOS PARTIDOS Y EL ACTIVISMO JUVENIL



YA NADA SERÁ LO MISMO: LOS EFECTOS DEL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA POLÍTICA, LOS PARTIDOS Y EL ACTIVISMO JUVENIL

Joan Subirats (dir.)

© FAD, 2015

Edita:

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud
Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)
Avda. de Burgos, 1 y 3
28036 Madrid
Teléfono: 91 383 83 48
Fax: 91 302 69 79

Director de la investigación:

Joan Subirats Humet. Catedrático de Ciencia Política e Investigador del IGOP/UAB

Coordinadores:

Marco Berlinguer. Investigador en IGOPnet/UAB
Anna Sanmartín Ortí. Coordinadora del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

Autores:

Nuria Vila Alabao. Doctora en Antropología Social (UB). Miembro de la Hidra Cooperativa (Fundación de los Comunes)
Eva Alfama Guillén. Polítóloga e investigadora. Universitat Autònoma de Barcelona
Marco Berlinguer. Investigador en IGOPnet/UAB, coordinador del proyecto
Jordi Bonet i Martí. Miembro de SÒCOL. Àrea de Ciencia Política - Universitat de Girona
Albert Cañigueral Bagó. Conector QuiShare por España y América Latina. Fundador de CosumoColaborativo.com
Aitor Hernández Carr. Miembro de SÒCOL. Àrea de Ciencia Política - Universitat de Barcelona
Albert Claret Fernández. Licenciado en Historia y experto en políticas juveniles, presidente del Consejo de la Juventud de Barcelona (CJB)
Marta Cruells López. Àrea de Ciencia Política - Universitat de Girona. Miembro Fundación Betiko
Ramón Andrés Feenstra. Investigador en Universitat Jaume I (Castellón)
Mayo Fuster Morell. Investigadora del IGOP. Coordinadora de IGOPnet: Internet, política y procomún
Gemma Galdon Clavell. Directora de investigación en Éticas, Research & Consulting
Francisco Jurado Gilabert. Jurista e investigador en el campo de la filosofía política y del derecho en IGOP/UAB y el LIPPO/UJO
Jorge Luis Salcedo Maldonado. Doctor en Políticas de la UAB, investigador IGOP. Profesor asociado de la UOC
Rubén Martínez Moreno. Investigador en IGOP/UAB. Miembro de la Hidra Cooperativa (Fundación de los Comunes)
Eduard Moreno Gabriel. Miembro de SÒCOL. Departament de Psicologia Social - Universitat de Barcelona
Jordi Muñoz Mendoza. Investigador "Ramón y Cajal". Departament de Dret Constitucional i Ciència Política (UB)
Pablo Rey Mazón. Investigador, desarrolla su trabajo en los proyectos colectivos Basurama y Montera34, de los que es cofundador
Adrià Rodríguez de Alós-Moner. Investigador y videodocumentalista. Colabora con la Fundación de los Comunes y desarrolla el Proyecto Kairós
Jaron Madirolas Rowan. Coordinador del área de arte de BAU, Centro Universitario de Diseño de Barcelona. Investigador en Objetologías/GREDITS
Joan Subirats Humet. Catedrático de Ciencia Política e Investigador del IGOP/UAB
Ona Tura Forner. Investigadora en Éticas, Research & Consulting

Diseño de cubierta:

Estudio Chimeno

Maquetación:

Ediciones Digitales 64

ISBN:

978-84-92454-36-5

PRESENTACIÓN DEL CENTRO REINA SOFÍA SOBRE ADOLESCENCIA Y JUVENTUD

Tras varios informes del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, ha quedado manifiesto de manera indubitable el repunte del interés de los jóvenes por la acción colectiva; pero también que ese interés no incluye a las formas tradicionales del hacer sociopolítico.

El “no nos representan” inevitablemente seguido de “somos nosotros quienes debemos decidir”, lleva al ejercicio del voto (para intentar que las cosas cambien), pero también, de manera fundamental, a la búsqueda de formas nuevas de intervenir en lo público: movimientos originales en espacios inexplorados, con reglas peculiares, con objetivos diferentes, con estrategias inéditas.

Así aparece Internet, como ámbito y como recurso, como plataforma, como red y como palanca para mover las cosas; Internet como herramienta poderosa y como modelo de actuación que responde a esas exigencias de objetivos, reglas, estrategias y criterios diferenciados; Internet como instrumento de comunicación y como mecanismo de acción directa.

Por eso, en coherencia con lo que hasta ahora conocemos, no podemos obviar la continuidad del análisis de ese formato, de ese medio, de esas formas que parecen apuntar que, desde ya, las cosas no volverán a ser lo que eran.

J. Ignacio Calderón Balanzategui
Director General
Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

PRESENTACIÓN DEL DIRECTOR DE LA INVESTIGACIÓN

Esta publicación es el resultado de un significativo trayecto de investigación y análisis sobre las relaciones entre jóvenes, Internet y política. El objetivo ha sido explorar hasta qué punto la irrupción de Internet en la realidad cotidiana de los jóvenes, en sus formas de relacionarse y actuar, habría generado otra forma de entender y hacer la política. Y no nos referimos sólo a la política institucional, sino también a los nuevos formatos de politización de sus problemas, de sus urgencias y preocupaciones. Hemos querido, por tanto, entender la política como el campo de debate y acción sobre los grandes dilemas sociales. Un campo en el que se forman coaliciones de fuerzas y se dirimen perdedores y ganadores frente a cada alternativa y en relación a cada decisión.

El Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, tras los acontecimientos del 15 de mayo del 2011 (15-M), con el evidente protagonismo del binomio “jóvenes-redes sociales”, quería analizar los cambios que seguro iban a producirse en el escenario político español. De esas tempranas intuiciones surgió un primer trabajo exploratorio, publicado por el Centro Reina Sofía: *Jóvenes, Internet y política*¹. En este trabajo se recogieron datos y se analizó la literatura existente en relación a cómo los jóvenes interactuaban con el escenario y la institucionalidad política. Con esos mimbres se construyeron las primeras hipótesis de la fase de investigación posterior, que condujeron a la realización de diversos *focus group* con jóvenes de Madrid y Barcelona.

Esas son las bases de las que surge el estudio que presentamos aquí. Un estudio realizado a lo largo del año 2014: un año que ha permitido contrastar el acierto y la oportunidad de la iniciativa. El sistema político español, con notables altibajos en la credibilidad y legitimidad de las instituciones y partidos políticos, está sometido a grandes sacudidas y dinámicas que apuntan a una alta volatilidad electoral. Todo ello plantea muchas dudas sobre cómo va a asentarse de nuevo el escenario tras el plural ciclo electoral que va a desplegarse a lo largo del 2015. Ese ha sido el contexto vivo y extremadamente dinámico de este trabajo de investigación. Un contexto de cambio de época, que enmarcamos desde la perspectiva de las relaciones entre jóvenes, Internet y política.

En el volumen que presentamos se recogen las principales conclusiones y hallazgos de la investigación. En primer lugar, en la introducción se presenta una breve panorámica de la situación política en España y de los impactos que supuso Internet desde la perspectiva de la “desintermediación política”, pluralizando actores y democratizando las posibilidades de acceso a la arena política e institucional. Posteriormente, se entra en el análisis de las relaciones entre política y jóvenes en el nuevo contexto. Así, Albert Claret y Jordi Muñoz ofrecen rasgos descriptivos y analíticos muy importantes para la comprensión actual de esas relaciones, siempre vistas con recelos desde las organizaciones políticas convencionales. El análisis de los datos de encuestas y del propio panel instrumentado por el Centro Reina Sofía (que se ha realizado en paralelo a

1. http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-internet-y-politica?category_id=2

esta investigación) permite asimismo ver las relaciones entre jóvenes e instituciones representativas, y los dilemas que esa interacción genera.

Dedicamos el siguiente capítulo al análisis de las organizaciones políticas y sociales juveniles que calificamos como convencionales (OPC), en la medida que son las que han ido existiendo y trabajando desde la transición política. Jordi Bonet y Eduard Moreno trazan los rasgos más importantes de las mismas, desde la perspectiva del uso que hacen de las TIC. Con ese objetivo, los autores analizan la penetración que tienen diferentes OPC, como partidos políticos o sindicatos, en la ecología digital. La pregunta de fondo es si ese uso está más determinado por los modos de organización y comunicación que han marcado la época anterior o si estas organizaciones empiezan a aprovechar —o tal vez a padecer— los efectos del actual cambio de época.

En el siguiente apartado hemos situado el trabajo de Nuria Alabao y Adrià Rodríguez sobre las que hemos denominado “organizaciones políticas no convencionales” (OPNC). Estas organizaciones, de nuevo cuño, son la principal muestra para ver cómo Internet está transformando las formas de hacer política, especialmente entre la gente joven. Para ello se ha realizado un extenso mapeo de OPNC del Estado español, y *a posteriori* se han desarrollado una serie de entrevistas para un análisis cualitativo de estas nuevas formas de hacer y entender la política. El objetivo principal es explicar cómo se están produciendo nuevas formas de organización colectiva a partir de modos de hacer que surgen de las TIC, por ejemplo, de qué manera la Red funciona como metáfora de organización política o cómo se valoran principios asociados a la cultura de la Red en estas prácticas políticas.

El capítulo siguiente lo ha elaborado Francisco Jurado, y está específicamente dedicado a analizar las relaciones e influencia entre las organizaciones políticas no convencionales y la política institucional. En las diferentes experiencias de retroalimentación que se dan en los espacios de tensión entre ambas formas de entender y hacer política, la institucional y la no convencional, se observan evoluciones significativas en el sentido de influencias cruzadas, sobre todo desde la arena no convencional hacia la convencional. Entendiendo que sigue siendo importante el papel de intermediación que los partidos políticos juegan en la relación entre sociedad e instituciones, pero que a su vez este papel está siendo sometido a presiones y tensiones de todo tipo que apuntan a la necesidad de renovación de prácticas, formas y contenidos al mismo nivel institucional.

En este bloque se expone una de las hipótesis principales que han ido emergiendo en esta investigación: en el más reciente ciclo de movilizaciones políticas en el Estado español han aparecido un conjunto de iniciativas políticas, que nacen de la experimentación producida previamente en las organizaciones políticas no convencionales (OPNC), y que empiezan a invadir la esfera institucional, relacionándose con la misma de manera no siempre plácida.

Actualmente se dan procesos híbridos, procesos que articulan aquello que se gestaba “fuera” de la política institucional con aquello que se solidifica “dentro” de las formas político-institucionales dadas. Si bien en las OPNC la cultura de la Red era central, en estos procesos híbridos se suman otros modos de hacer. Lo que nos enseñan los diferentes estudios de caso analizados es que a esa cultura de la Red se suma una cultura y práctica política más tradicional, esto es, los modos de hacer característicos de la arena política institucional.

Los estudios de caso se dividen en tres apartados. El primero incluye dos casos que muestran formas de usar la Red muy diferenciadas: Ciutadans (Jordi Bonet) con un uso muy instrumental de la Red en su área de juventud y Red Ciudadana Partido X (Ramón Feenstra) con un uso especialmente sofisticado y muy imbricada en la esfera tecnopolítica. El segundo apartado muestra los casos propiamente híbridos y más relevantes (Podemos y Guanyem) y que, junto a otra innovación política de estos últimos años —la Asamblea Nacional Catalana— nos ofrecen datos sobre las posibilidades, tensiones y retos de la emergente “nueva política”.

Este apartado incluye por un lado, un análisis desde la perspectiva de género sobre las nuevas organizaciones de carácter híbrido (realizado por Marta Cruells y Eva Alfama). Por otro lado, la presentación de un experimento de mapeo de lo que denominamos “ecologías tecno-políticas” con la construcción de un directorio que sugiere nuevas líneas de investigación sobre la expansión de nuevas formas de acción política través de la Red.

En el último bloque, propiamente sustantivo, se agrupan tres artículos que si bien tratan temas heterogéneos, comparten una premisa ineludible si queremos investigar la mutación política en curso y pensar en otras formas de hacer política. La política no es sólo lo que ocurre en el entramado institucional sino que necesariamente incorpora problemas cotidianos, de la vida en común, que muchas veces precisan ser abordados a través de la acción colectiva. En este sentido, entendemos que cada vez más, incluso por efecto de la irrupción y pervasividad de las TIC, la esfera política se solapa con la esfera vital.

Esa realidad a menudo queda desdibujada cuando se analiza el papel de las instituciones y de prácticas que buscan consolidarse en el espacio institucional. Aunque no pusimos estas dimensiones en el centro de nuestra investigación, no queríamos eclipsar este aspecto. Por eso, en estas aportaciones no se habla tanto de la política convencional, sino de lenguajes creados en la cultura digital (memes), nuevos desafíos debidos a la revolución digital (privacidad) que deberían ocupar la agenda pública, la aparición de espacios de interacción económica entre sujetos que prometen una libre cooperación y un modelo más distribuido (economía colaborativa).

Memes, privacidad y economía colaborativa son sólo algunos ejemplos de un amplio emergente abanico de temas políticos en tanto que no sólo ofrecen respuestas diferentes a las formas de comunicarnos, gobernarnos y colaborar, sino que cambian las preguntas y dejan obsoletas formas de regulación anteriores.

El volumen se cierra con un capítulo dedicado a extraer y sintetizar las principales conclusiones del conjunto del proyecto, en el que también se apuntan nuevos objetivos en una agenda de investigación que se hace cada vez más desafiante en la medida que crece el número de cosas que cambian y se transforman. No podía faltar el habitual aparato bibliográfico, que da cuenta de la literatura, referencias y *links* utilizados durante todo este tiempo.

Esperemos que el conjunto sea capaz de reflejar y de hacer compartir la pasión y el interés con que el amplio grupo de personas colaboradoras e investigadoras se tomaron esta aventura desde los momentos iniciales.

Joan Subirats Humet
Catedrático de Ciencia Política
Investigador del IGOP/UAB

INTRODUCCIÓN. EL CONTEXTO DE CRISIS Y EL CAMBIO DE ÉPOCA	10
Joan Subirats	
I. JÓVENES Y POLÍTICA	26
1. Asociaciones, movimientos y redes. El <i>continuum</i> de la participación juvenil ..	28
Albert Claret	
2. Ni contigo ni sin ti. Los jóvenes ante la crisis política: legitimidad de las instituciones, despolitización y politización alternativa	46
Jordi Muñoz	
II. LAS TIC TRANSFORMADORAS DE LA ACCIÓN POLÍTICA	74
3. Organizaciones políticas convencionales y TIC	76
Jordi Bonet y Eduardo Moreno	
4. Organizaciones políticas no convencionales. La emergencia de una nueva cultura política	127
Nuria Alabao y Adrià Rodríguez	
5. Tensiones, relación e influencia entre organizaciones políticas no convencionales y la política institucional	174
Francisco Jurado	
III. LOS PROCESOS HÍBRIDOS. ALGUNOS CASOS RELEVANTES	213
6. Dos maneras de entender la Red. Los casos de Ciudadans y Red Ciudadana Partido X	215
A. Jóvenes de Ciudadanos – Partido de la ciudadanía	215
Jordi Bonet i Martí	
B. Red Ciudadana Partido X: trabajo en red por la democracia y la transparencia	222
Ramón Feenstra	

7. Tres casos híbridos relevantes. Guanyem, Podemos y Asamblea Nacional Catalana	231
A. Guanyem Barcelona / Barcelona en Comú	231
Nuria Alabao y Aitor Carr	
B. Podemos	246
Nuria Alabao y Francisco Jurado	
C. Asamblea Nacional Catalana	263
Marco Berlinguer y Jorge Luis Salcedo	
8. Más sobre la “nueva política”. La perspectiva de género y una propuesta de “mapeo”	283
A. Género y nuevas organizaciones políticas no convencionales	283
Eva Alfama y Marta Cruells	
B. Ecologías tecno-políticas. Un directorio	291
Marco Berlinger, Jorge Luis Salcedo y Pablo Rey	
IV. ANOTACIONES EN EL MARGEN: POLÍTICA COMO VIDA	296
9. Memes, jóvenes y política	298
Jaron Rowan	
10. Jóvenes, Internet y política ante el reto de la privacidad	304
Gemma Galdón y Ona Tura	
11. El futuro nunca estuvo tan presente. El ciudadano productor y la sociedad colaborativa	311
Albert Cañigueral	
V. CONCLUSIONES	323
BIBLIOGRAFÍA	338
ANEXOS	357
1. Personas entrevistadas	358
2. Guión cuestionarios y entrevistas	361
3. Fichas de los casos y tesoro de organizaciones políticas no convencionales	370
4. Libro de códigos y plantilla para vaciado entrevistas de organizaciones políticas (juveniles) convencionales	407
5. Características de las redes de difusión de la ANC, ANJI e Independencia ..	413

INTRODUCCIÓN.

El contexto de crisis y el cambio de época

INTERNET Y POLÍTICA

Este estudio parte de la convicción, ya anunciada, de que no atravesamos sólo una época de cambios, sino un cambio de época. Y que ello puede percibirse y constatarse analizando las relaciones entre Internet, política y jóvenes. Sabemos que la crisis económico-financiera de 2007, combinada con la revolución tecnológica que significa Internet, y las herramientas 2.0, son factores de cambio muy significativos. Pero, el cambio de época que atravesamos es más complejo y tuvo sus inicios en los años setenta del siglo XX. En esa parte final de siglo, se cuestionaron las formas de encarar el conflicto social, el protagonismo del Estado y sus formas de operar. Surgen desde ahí distintas líneas y vectores de cambio que poco a poco primero, y con gran rapidez últimamente, empiezan a sentar bases distintas de relación entre sociedad, Estado y mercado. Nos encontramos, a principios del siglo XXI, ante una nueva sociedad mucho más heterogénea, diversificada e individualizada, con unos problemas mucho más complejos. Las formas tradicionales de gobierno y los mecanismos convencionales de participación política, tienen un grave problema de funcionalidad frente a este nuevo y cambiante escenario.

Sin embargo, los problemas de funcionalidad no son los únicos que ponen en duda la viabilidad de dichas formas de gobierno. En paralelo a la incapacidad de los gobiernos para dar respuestas eficaces a los nuevos problemas se manifiesta también una crisis de legitimidad. El Estado del Bienestar acabó reforzando un modelo de “democracia por delegación” en el que la ciudadanía entrega a los responsables políticos una provisión tecnocrática de servicios públicos, mientras estos conciben a los ciudadanos únicamente como “clientes” de estos servicios. Unos “clientes” que cada cuatro años se convierten en votantes. Esta dinámica, aquí someramente descrita, ha contribuido a un creciente alejamiento entre “la política de las instituciones” y la ciudadanía.

Si bien es cierto que el Estado del Bienestar y las formas de gobierno tradicionales fueron problematizados desde el último tercio del siglo XX, la realidad es que este modelo de Estado ha sobrevivido hasta nuestros días, aunque con alteraciones importantes en algunos países. Sin embargo, la crisis actual pone en evidencia las enormes dificultades para mantener y reforzar esa lógica de bienestar colectivo y de redistribución como respuesta a las desigualdades. Al mismo tiempo, los problemas de legitimidad se han acentuado también como consecuencia de la situación actual, en la que la crisis económico-financiera de 2007 ha descosido mucho de los equilibrios trabajosamente construidos entre mercado, Estado y sociedad.

La crisis impactó directamente sobre el equilibrio logrado por el Estado del Bienestar entre la economía de libre mercado y las políticas sociales de redistribución, poniendo de manifiesto las dificultades para sostener un modelo de Estado basado en la generación de bienestar colectivo desde bases fiscales propias del Estado-nación. Y, por tanto, poco preparadas para asumir los

efectos de la mundialización económica y el mercado global financiero. Las políticas de austeridad adoptadas por la gran mayoría de los gobiernos europeos han multiplicado los efectos de la recesión, incrementando las desigualdades sociales. Con ello se ha incrementado exponencialmente la percepción de la ciudadanía sobre la incapacidad de la política institucionalizada (de los gobiernos) para dar respuesta a sus problemas cotidianos. En otras palabras, la crisis de funcionalidad de la política institucionalizada ha aumentado hasta tal punto que, hoy en día, una gran mayoría de los ciudadanos del sur de Europa percibe a “los políticos” como parte del problema y no como parte de la solución. La falta de transparencia en la gestión de la crisis y en muchos de los procesos que la originaron, la proximidad entre intereses políticos e intereses del sector financiero y la aparición de múltiples casos de corrupción han contribuido, sin duda alguna, a que se hable no sólo de una crisis económico-financiera sino también de una crisis del propio sistema democrático.

Mientras ambas crisis impactan significativamente en nuestras vidas, la revolución tecnológica de Internet llegaba a su punto álgido con las herramientas 2.0, y muy especialmente con la extensión de las redes sociales. Un cambio que, como mostraremos, no sólo está transformando nuestras formas de relación sino que, además, cuestiona todas las estructuras de intermediación (incluido el Estado) y abre la puerta a nuevas formas de participación política. Es evidente que la proliferación y generalización de Internet en el entorno más personal, lo han convertido en una fuente esencial para relacionarse, informarse, movilizarse o simplemente vivir. Como resultado de todo ello, los impactos han sido y empiezan a ser cada vez más significativos también en los espacios colectivos de la política y de las políticas. Internet está favoreciendo cambios en el proceso de elaboración, formación e implementación de las políticas públicas, y está obligando a resituar la posición y el rol de los poderes públicos y de las administraciones que de ellos dependen.

Aún así, las instituciones públicas, las políticas y las administraciones tienden a mantener sus pautas de acción, como si el nuevo contexto social y político fuera algo meramente temporal o no significara cuestionamientos esenciales a la forma de proceder. Las instituciones públicas, las políticas y las administraciones siguen en buena parte ancladas en la lógica que sintetizó Jellinek (1978): territorio, población, soberanía. Unos vínculos territoriales y de población que fijan las competencias y el marco regulatorio, pero que hoy resultan muy estrechos para abordar lo que acontece. Las causas, las consecuencias y las respuestas a los problemas colectivos hoy en día pasan, sin duda alguna, por la articulación de flujos y relaciones entre lo global y lo local, entrando constantemente en contradicción con las bases mismas y las lógicas de actuación de los Estados-nación. Frente a ello, los nuevos formatos de participación ciudadana promovida por las instituciones públicas ya no funcionan. De hecho, hemos observado recientemente cómo muchas de las administraciones públicas que habían liderado este tipo de experiencias de gobernanza participativa han dejado de promoverlas y/o han reducido su intensidad, ya sea como consecuencia de las crecientes restricciones presupuestarias o por un cambio de sus prioridades. Simultáneamente, observamos también como cada vez proliferan más los ejemplos de iniciativas ciudadanas que, ya sea desde el “no nos representan” del movimiento 15-M o desde la percepción de que la administración no está siendo capaz de resolver sus problemas cotidianos, optan por nuevas formas de auto-organización basadas en la cooperación y la colaboración entre ciudadanos al margen (o en contra) del Estado.

Constatamos, pues, que ni las formas tradicionales de gobierno propias de las democracias liberales-representativas ni las nuevas formas de gobernanza, que han incorporado elementos de democracia participativa, se vislumbran hoy en día como capaces de dar respuestas satisfactorias frente a la crisis y reducir el distanciamiento entre la sociedad y las instituciones públicas. Está emergiendo, en cambio, un modelo de democracia basado en la aceptación y reconocimiento de la diversidad, en el que el interés público (general) no tiene por qué imponerse de manera jerárquica a los múltiples intereses colectivos. Se entiende, pues, que los intereses colectivos, aunque no sean mayoritarios, son también intereses comunes, compartidos entre diversos ciudadanos y ciudadanas que colaboran entre sí pensando en lo común y no en lo individual.

En síntesis, y en contraposición a las formas de gobierno precedentes, podemos distinguir los siguientes rasgos característicos de estas nuevas formas de participación política desde abajo y con amplio uso de Internet y de las redes sociales:

- Radicalidad democrática. Se inspiran en un modelo de democracia basada en el respeto a la diversidad y la gestión de “lo común” en base a la agregación de intereses colectivos, sin que éstos sean oprimidos por las visiones dominantes del Estado y del mercado.
- Colaboración. Estas nuevas formas de participación política huyen de la jerarquía y tienen un carácter horizontal y compartido, estructurándose a partir de la colaboración entre ciudadanos que comparten preocupaciones, visiones, objetivos... Así, ya no hablamos de actores con intereses particulares que establecen entre sí unas relaciones más jerárquicas o más horizontales, sino de actores y ciudadanos que se relacionan y colaboran entre sí porque tienen objetivos comunes.
- Conectividad. Una de las características más esenciales de estas nuevas formas de participación desde abajo es la minimización (o eliminación) de las estructuras de intermediación. Lo relevante no es la organización sino la agregación de ciudadanos con intereses comunes y, en consecuencia, el factor clave es la capacidad para conectar esos ciudadanos. Internet es la plataforma que hace que esas formas organizativas sean posibles.
- Presión e implementación. Las nuevas formas de participación política desde abajo se fundamentan en una determinada visión del mundo, comparten preocupaciones y objetivos y buscan tener una incidencia sobre la esfera pública. En este sentido, movilizaciones como las de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca o contra la llamada “Ley Sínde” son un claro ejemplo de ello. Al mismo tiempo, sin embargo, muchas de estas experiencias tienen una lógica claramente implementativa, buscando resolver los problemas colectivos que el Estado no es capaz de solucionar. Iniciativas como las cooperativas de distribución energética o agroalimentaria, los huertos urbanos, la autogestión de espacios vacíos, u otras experiencias colaborativas ejemplifican esta dimensión implementativa.
- Glocalización. Muchas de estas experiencias de innovación social actúan desde una lógica que combina la escala local con la global. Así, encontramos iniciativas locales para gestionar las consecuencias de problemas globales, iniciativas que buscan re-escalar y ubicarse en escalas superiores, e iniciativas de distintos territorios que entran en contacto o que se reproducen por encima de los Estados-nación y sin tener en cuenta la organización geográfica de las administraciones públicas.

Parece pues claro que, en paralelo a la multiplicación y la diversificación de las formas de hacer política, las relaciones entre la administración y la ciudadanía se están transformando. El Estado parece estar perdiendo buena parte del protagonismo político que había alcanzado en la época de bienestar, al mismo tiempo que se refuerzan otras formas de implicación de la ciudadanía en los asuntos públicos, otras formas de participación política y de acción colectiva. Algunas de estas formas de participación política son bien conocidas (como las huelgas, las manifestaciones...), aunque quizás hayan ido perdiendo peso en los últimos años. Muchas otras, sin embargo, son innovadoras y responden a las características de una sociedad mucho más diversa y fragmentada que dispone de nuevos instrumentos de relación y que está experimentando con nuevas formas de organización social.

Como ya hemos ido avanzando, uno de los factores de transformación más significativos de las últimas décadas ha sido la aparición de Internet, un cambio tecnológico que ha propiciado, facilitado y acelerado muchas de las transformaciones que hemos comentado. Pero, ¿ha sido realmente significativo el impacto de Internet en los procesos de intervención política y administrativa?

Más allá de la poca capacidad de adaptación de las instituciones públicas a ese nuevo escenario global, observamos cómo éstas tampoco están aprovechando el gran potencial que se deriva del cambio tecnológico. Así, en la mayoría de los casos, las administraciones públicas tienden a utilizar Internet meramente como una nueva herramienta para seguir haciendo lo que ya hacían pero de forma más eficiente, pues a través de los medios digitales ahorran tiempo, papel e incluso recursos humanos. Sin embargo, no están utilizando las nuevas tecnologías para transformar profundamente la forma de organizarse y de producir políticas públicas, sino que se utiliza Internet como una forma más para mejorar las rutinas operativas, en la línea del paradigma de la “nueva gestión pública”.

Es cierto que desde las administraciones públicas se ha buscado incorporar Internet en su proceder, incluso con voluntad de profundización democrática con expresiones como “e-democracy” o “e-government”. Sin embargo, el potencial democratizador de estos paradigmas se limita a las posibilidades de Internet para mejorar los mecanismos de información y de transparencia a disposición de la ciudadanía, a fin de que puedan ejercer de manera más completa y eficaz sus posibilidades de elección y disponer asimismo de más influencia en sus relaciones con las burocracias públicas. En la gran mayoría de casos, pues, no se pone en cuestión ni lo que se hacía, ni la forma de hacerlo, sino que únicamente se busca en el nuevo recurso tecnológico una forma más eficiente, más ágil, más rápida de llevar a cabo las rutinas procedimentales previas.

Así, si Internet no ha transformado las administraciones públicas, ¿cuál ha sido su impacto en la política? A nuestro entender, tal y como afirma Mark Poster (2007), Internet no es un nuevo “martillo” para clavar mejor los “clavos” de siempre. Internet modifica la forma de relacionarnos e interactuar, altera profundamente los procesos y posiciones de intermediación, y genera vínculos y lazos mucho más directos y horizontales, a menores costes. En consecuencia, el cambio que está significando para nuestras sociedades (y las implicaciones políticas de este cambio) van mucho más allá de una simple modernización tecnológica del instrumental operativo de las administraciones públicas. Internet posibilita la alteración de las relaciones de poder, el cambio en las estructuras

organizativas, en los procedimientos administrativos y en las jerarquías e intermediaciones establecidas. En este sentido, no sería descabellado decir que Internet podría estar dibujando un nuevo orden social y político.

Más que las administraciones públicas, es la sociedad civil la que está aprovechando mejor las nuevas oportunidades que ofrece Internet para alterar el orden pre-establecido. En este sentido, el primer impacto que queremos destacar de Internet sobre la política es que ha contribuido (aunque no sea el único factor explicativo) a cambiar la concepción y la práctica de la política más allá de las instituciones de carácter público. Cada vez es más habitual encontrar experiencias de carácter político que desbordan el marco constitucional propio de las democracias parlamentarias. Se trata de vías alternativas que no surgen de las instituciones del Estado sino que nacen desde la ciudadanía y beben de una concepción plural y abierta de las responsabilidades colectivas, partiendo de la base de que estas responsabilidades compartidas deben perseguir la resolución de problemas de carácter colectivo sin que esto quiera decir que el Estado deba ser quien necesariamente asuma la única responsabilidad en el abordaje de “lo común”. En otras palabras, estamos delante de una concepción amplia de la política en la que la gestión de lo colectivo (de lo público) no se limita exclusivamente a lo institucional (entendiendo aquí lo institucional como lo que atañe al Estado). En este sentido, Internet no sólo estaría abriendo la puerta a nuevas formas de participación política al margen del Estado sino que, sobre todo, estaría posibilitando que se ponga en cuestión la forma de operar de la democracia constitucional y parlamentaria, con sus mecanismos de participación centrados esencialmente en partidos y elecciones.

INTERNET, POLÍTICAS Y ACCIÓN COLECTIVA

Pero, ¿realmente está Internet modificando la escena política, alterando las relaciones de poder, incidiendo en la forma de entender la producción de políticas públicas y obligando a repensar los procesos de acción colectiva tal como los habíamos caracterizado?

En primer lugar, entendemos que Internet ha permitido que se produzca una multiplicación y una diversificación de los actores políticos. El propio concepto de actor se ha utilizado tradicionalmente en la Ciencia Política como el de un “intermediador” organizado capaz de estructurar determinados intereses. Los partidos políticos son, en este sentido, los actores políticos más claramente reconocidos como tales por parte del entramado institucional y constitucional de las democracias contemporáneas. Justamente por su rol de intermediación entre la ciudadanía y las esferas de toma de decisiones, los actores políticos han jugado un papel clave en la elaboración de las políticas públicas. Su capacidad organizativa les ha permitido incidir en la política. Así, en el esquema clásico de elaboración de políticas públicas se articulaban redes de actores (*policy networks*) con intereses sobre la política en cuestión. Estas redes de actores estaban configuradas por actores públicos (instituciones públicas) que tenían la responsabilidad de acción y actores no-públicos que buscaban influir en la política y que interactuaban entre sí y con los actores públicos para determinar la política concreta que finalmente sería implementada. Internet transforma totalmente este escenario ya que la articulación de personas con intereses compar-

tidos es más fácil, al no requerir de un alto grado de organización. Así, convertirse en un nuevo actor es mucho más fácil, hasta el punto que el propio concepto (estable y organizado) de “actor” puede llegar a ponerse en duda. Esto no significa que los actores tradicionales desaparezcan. Se mantienen en la escena política pero tienen que compartir ese escenario con nuevos actores y nuevas formas de actuar, mucho más flexibles, dinámicas y de rápida creación. Al mismo tiempo, la facilidad con la que pueden crearse conglomerados de ciudadanos/as con objetivos comunes facilita que éstos se agrupen alrededor de intereses mucho más específicos, pues no es necesario que compartan nada más que aquello que les ha unido en ese momento concreto. Con ello, no sólo se multiplican los actores, sino que también se diversifican los intereses que consiguen entrar en juego.

En segundo lugar, Internet ha logrado reducir de forma muy significativa los costes de la acción colectiva. La ciudadanía tiene hoy menos costes de organización y movilización (capacidad de identificar intereses comunes, de difundir mensajes, capacidad de comunicación, decisión-liderazgo mediante procesos de inteligencia colectiva y coordinación), así como una menor necesidad o dependencia de recursos monetarios, de acceso a los medios de comunicación de masas y de grandes inversiones de capital para organizarse. Con Internet, el recurso principal pasa a ser la conectividad y la capacidad de relacionarse con otros a través de la Red, mientras que otros recursos que tradicionalmente eran muy relevantes (como la disponibilidad de tiempo o de dinero) hoy pasan a un segundo nivel.

En tercer lugar, Internet está permitiendo una redistribución de los recursos entre los actores y, en consecuencia, una alteración de las relaciones de poder. Antes era necesario un alto grado de organización y una buena dotación de recursos de distinta índole para lograr entrar en la arena política e incidir en las políticas públicas. Hoy en día eso ya no es necesario ya que con Internet es posible movilizar a muchos ciudadanos e incidir en la opinión pública sin un alto grado de organización y con pocos recursos. La Red facilita el acceso al conocimiento, facilita compartir recursos y facilita la colaboración. Con ello la ciudadanía (y también los actores colectivos) cuentan con más recursos cognitivos y con una mayor capacidad de producción conjunta de conocimiento, de información y de estrategias de acción. Así, se redistribuyen los recursos y pueden alterarse las relaciones de poder. La capacidad para influir en la política ya no está sólo en manos de los actores tradicionales más organizados. Estos están perdiendo poder en favor de ciudadanos y ciudadanas anónimos que, a través de Internet, no sólo están logrando jugar un papel en determinadas políticas públicas sino que también están logrando empoderarse y actuar al margen del Estado, con una lógica implementativa, en la resolución de problemas colectivos.

Y por último, aunque no por ello menos importante, se diversifican los repertorios de acción colectiva. La redistribución de recursos y la alteración de las relaciones de poder, en gran medida, se produce por efecto de los nuevos repertorios de acción colectiva que permite Internet. Con Internet se abre un gran abanico de oportunidades para innovar con nuevas formas de acción colectiva basadas en la conectividad de ciudadanos y ciudadanas con objetivos compartidos: difusión y convocatorias a través de las redes sociales, recogida de firmas *online*, mensajes masivos a responsables políticos, etc. En términos de Bennet y Segerberg (2012) se está pasando de la acción colectiva a la acción conectiva, un tipo de acción que con un coste mucho menor permite

agregar a un número mucho mayor de ciudadanos y colectivos, pudiendo lograr unos niveles de visibilización pública y de impacto político mucho más grandes. Las nuevas formas de acción colectiva están muy vinculadas a las características de los nuevos actores que emergen: no disponen de una estructura organizativa propia, no están permanentemente en un proceso de interacción y su acción está más basada en la relación que en el interés compartido. En consonancia con ello, la acción que desarrollan se produce a través de momentos de agregación colectiva en Red, sin interlocutores estables y claramente definidos. Su fuerza no está en la cantidad de gente que puedan “representar”, sino en su capacidad de “interconectar” y aglutinar la opinión pública en Internet, acrecentando la presión ciudadana (en Internet y más allá de Internet).

En definitiva, Internet permite agregar intereses comunes de forma directa y a un coste bajo. Ello está facilitando el surgimiento de nuevos actores que agregan ciudadanos en base a intereses muy diversos y, al mismo tiempo, está redistribuyendo los recursos entre los distintos actores, permitiendo que con pocos recursos se puedan lograr grandes impactos. Esta mayor capacidad de agregación de intereses comunes en red ha permitido a los nuevos actores no depender obligatoriamente de los intermediarios o actores tradicionales que venían representando los intereses sociales (sindicatos, partidos políticos, ONGs, etc.). De esta manera pueden tener presencia directa en los debates de conformación de la agenda pública y disponer de una capacidad de incidencia mucho más directa sobre el proceso de elaboración de las políticas públicas. Al mismo tiempo, Internet también está desbordando a los medios de comunicación de masas como *gatekeepers* privilegiados y está abriendo nuevas vías tanto para incidir directamente en la agenda pública como para alterar la agenda de los propios medios de comunicación de masas.

La movilización ciudadana a través de Internet es capaz de introducir temas en la agenda política que de otra forma no habrían entrado; puede configurar la definición de los problemas a los que se enfrenta una determinada política a través de la difusión mediante Internet de contenidos y argumentos, puede movilizar a la ciudadanía proponiendo respuestas u oponiéndose a las acciones planteadas por las instituciones públicas y puede permitir un seguimiento de la acción institucional, desde fuera de las administraciones públicas y con acciones colaborativas de evaluación de sus resultados. Por todo ello, los procesos de conformación de las políticas son hoy mucho más complejos e impredecibles (Subirats, 2011).

Aún no disponemos de instrumentos analíticos suficientemente afinados para seguir, desde la perspectiva de la investigación en Ciencias Sociales, los procesos surgidos de Internet que inciden en la política y en la formulación de las políticas públicas. Al no existir espacios claros de intermediación, al margen del propio Internet, la interacción se produce de manera aparentemente caótica y agregativa, con flujos poco predecibles y con capacidades de impacto que no pueden, como antes, relacionarse con la fuerza del actor o emisor de la demanda, sino con su grado o capacidad para conseguir distribuir el mensaje, presentarlo con el formato adecuado, y conseguir así alianzas que vayan mucho más allá de su “hábitat” ordinario. Obviamente, la gran pluralidad de intervinientes (dada la dimensión potencialmente universal del perímetro implicado), hace que la importancia que se dé a un problema pueda ser mucha o poca, con notables dosis de aleatoriedad. La tendencia a convertir en “nuevos” ciertos temas de largo recorrido, es también visible, dada la novedad del propio medio en que circula la información y el hecho que el grado de

expertise sobre cualquier asunto puede ser de lo más variado imaginable. Algunas investigaciones se han llevado ya a cabo y pueden ser útiles en el futuro desde el punto de vista metodológico (Salcedo, 2012; Fuster Morell, 2010).

Por último, las nuevas formas de experimentación democrática en el abordaje de “lo común” desde abajo, sin que el Estado ocupe un papel de centralidad, requieren también de nuevos enfoques analíticos que vayan más allá del análisis y la evaluación de políticas institucionales y conciban “lo público” como lo común y no únicamente como lo que atañe a las administraciones públicas. Desde esta perspectiva, la participación de la ciudadanía en la esfera pública ve reforzada su dimensión como “práctica social” y, en consecuencia, las Ciencias Sociales deberán desarrollar nuevos marcos conceptuales y analíticos que entiendan la participación en un sentido más amplio y que focalice su atención en cuestiones como las características, los factores explicativos, las posibilidades de *scaling up* o los impactos de todas esas nuevas prácticas de innovación social. El trabajo en el que se encuadra esta introducción, quiere ser precisamente un ejemplo de ello.

¿Y LOS JÓVENES?

En el estudio previo a esta investigación (Equipo IGOPnet, 2014) incorporamos ya algunos elementos (que aquí recogemos en parte), que pueden ahora servirnos para situar el universo de los jóvenes en el escenario hasta aquí descrito. La tradición analítica en las Ciencias Sociales apunta a que el interés de los jóvenes por la política es más bien escaso y, que desde la perspectiva electoral, el porcentaje de participación de los jóvenes es significativamente inferior al del resto de la población. Algunos autores lo explican como consecuencia de una cierta desafección general de la ciudadanía hacia la política (Norris, 1999; Pharr y Putnam, 2000). Mientras que otros apuntan la posibilidad de que los jóvenes se sientan poco atraídos hacia la política “institucional” pero que, en cambio, si estén dispuestos a utilizar otras formas y mecanismos de participación política (Norris, 2002, 2011; Lagos y Rose, 1999). No se trataría por tanto de una cuestión de apatía o de desafección política en general, sino de una clara diferenciación en la forma de relacionarse con la política. En España, algunas investigaciones apuntan que, ya antes de la actual situación de crisis, los jóvenes tendían a protestar más que los adultos (Morales, 2005; Caínzos, 2006).

Todo depende pues de cómo conceptualizamos la “participación política”. Si tendemos a limitarla a prácticas institucionales o extendemos su significado a prácticas no estrictamente institucionales, como las distintas formas de protesta política, el consumo político, la objeción fiscal, la participación en organizaciones políticas no convencionales o el uso político de Internet. En nuestra investigación, hemos querido reflejar ambas formas de participación, relacionándolas con el uso y la incorporación de Internet. No tenemos muchos estudios previos que apunten a ese objetivo, si bien en algunos casos se hablaba de “buenas prácticas” que promovían la participación de los jóvenes a través de Internet (Livingstone, 2003).

Se fueron sucediendo iniciativas por parte de los gobiernos, de la industria, o de las propias organizaciones juveniles, aprovechando el entusiasmo de los jóvenes hacia las nuevas tecnologías digitales (Montgomery, 2008). Los resultados de las evaluaciones realizadas sobre estas iniciativas

(Robles, 2006; Bennett, 2008), evidenciaron una gran distancia entre la voluntad y la retórica de las iniciativas institucionales y la efectiva capacidad de transformación social. En general, se constató que Internet no era más efectivo que los métodos tradicionales para implicar políticamente a los jóvenes desafectos, pero en cambio permitía incrementar la movilización de aquellos jóvenes que ya tenían un interés político (Levine y López, 2004). La lógica era más cercana a entender Internet como nueva herramienta (Poster, 2007), que no una mirada de cambio general del escenario relacional y social.

Si aplicamos elementos propios de la literatura que relaciona la tecnología con los comportamientos sociales (Jasanoff *et al*, 2001; Mongili, 2007), podemos entender que existan dos grandes aproximaciones que acostumbran a usarse en la relación entre Internet y la participación política de los jóvenes: las tecno-deterministas y las voluntaristas. Desde la lógica tecno-determinista se considera que la tecnología condiciona y transforma la participación política, de tal manera que los grupos que más usan Internet (los jóvenes) van a ser los que más participen políticamente. En cambio, desde las visiones voluntaristas se defiende que es la participación política la que guía el uso de la tecnología. Es decir, se cree que los jóvenes que no sean políticamente activos en el escenario analógico, tampoco lo serán en el digital. Y, al mismo tiempo, se argumenta que las formas de participación *online* van a acabar siendo un reflejo de las formas de participación *offline*. Algunos estudios recientes hablan de una combinación de las dos aproximaciones. Argumentan que Internet revitaliza la participación política de los jóvenes pero no desencadena un cambio de viejas a nuevas formas de participación porque la política tradicional ha repensado sus formatos comunicativos para continuar jugando un papel relevante en el uso político que los jóvenes hacen de Internet (Calenda y Meijer, 2009). Pero más bien se constata que el uso que los jóvenes hacen de los sitios web propios de la política tradicional son extremadamente bajos. Se observa que, a diferencia de los adultos, el uso que hacen los jóvenes de Internet está muy desvinculado de la política tradicional (instituciones públicas y partidos) (Soler, 2013).

La conclusión de diversos estudios (Albero, 2010; Banaji y Buckingham, 2010) es que, si bien los jóvenes se preocupan por cuestiones cívico-políticas, sus intereses políticos no coinciden con el de los políticos. Los jóvenes muestran preocupaciones por problemas de carácter colectivo, sobre todo aquellos que les afectan más directamente, y tienen interés por la política (en sentido amplio) en la medida en que se preocupan por la resolución de estos problemas. En cambio, muestran una gran desconfianza y un gran desinterés por la política de partidos y tienen la percepción de que éstos no responden a sus preocupaciones y sus necesidades. Esa concepción de la política, con interés político pero desinterés por la política tradicional, sería el principal factor explicativo del uso político que los jóvenes hacen de Internet.

A partir de las movilizaciones de la primavera árabe, el 15-M o el movimiento *occupy*, en las que los jóvenes y las nuevas tecnologías jugaron un papel muy relevante, algunas investigaciones recientes están centrando su atención en Internet (y sobre todo en las redes sociales) como un mecanismo de movilización de los jóvenes hacia la participación política (Cortés, 2011; VVAA, 2012; Freixa y Nofre, 2013; Iwilade, 2013). Aun así, estos estudios son todavía muy incipientes y es del todo necesario profundizar en el análisis de las relaciones entre los jóvenes, Internet y la participación política.

JÓVENES, PARTIDOS Y MOVIMIENTOS

Cuando se pregunta a la mayoría de la gente (y sobre todo a los más jóvenes) sobre su interés por la política, la respuesta suele ser más bien descorazonadora: se muestran muy poco interesados, la opinión sobre esta actividad es negativa y la reputación de los políticos profesionales está por los suelos. Lo mismo ocurre si se les pregunta sobre su percepción de los partidos políticos. Y lo cierto es que si miramos la evolución histórica de las series de estudios de opinión, esa tendencia no ha hecho sino empeorar.

Los partidos políticos desde su aparición hasta los años setenta del siglo pasado respondieron, entre otras cuestiones, a la necesidad de ofrecer a sus afiliados una identidad que se vinculaba a un espacio de solidaridad, unas actitudes, unos códigos y unos símbolos determinados. En este sentido, durante una buena parte de su historia, los partidos absorbieron y parasitaron otras formas de participación (como por ejemplo diversas prácticas asociativas), que sólo se legitimaban por el hecho de vincularse a una organización partidaria. Estos partidos de naturaleza “integrativa” no sólo pedían el voto o exigían el pago de la afiliación, sino que desarrollaban también una notable influencia en todas las esferas de la vida cotidiana, elaborando identidades colectivas y focalizando aquellos temas que acababan figurando en la agenda política. De esta manera, podríamos decir que ordenaban u organizaban el debate político desde sus mismas raíces. Con ello los partidos ofrecían recursos de identidad tanto a sus élites como —y sobre todo— a sus bases. Tal como expone Cacciagli (1991) aludiendo al caso italiano, estos partidos de masas “generaban un mundo ‘rojo’ o ‘blanco’ donde no sólo se definían las cuestiones políticas, de solidaridad o apoyo mutuo, sino que también elaboraban la identidad de los ‘camaradas’, en la que éstos se reconocían y eran así percibidos por el resto de la sociedad.”

Si comparamos lo que acabamos de describir con la realidad partidaria de hoy, es fácil observar cómo los partidos se han separado notablemente de la sociedad y han concentrado cada vez más su atención en lo que diversos teóricos califican como “tareas eficientes” de la política representativa, es decir: intentar atraer la voluntad mayoritaria de la población, reclutar élites, administrar recursos, formular y llevar a cabo políticas públicas, organizar elecciones periódicas y simbolizar la autoridad. Es posible afirmar por tanto, que, cada vez más, los partidos han ido abandonando su anterior faceta “integrativa” para volcarse en las cuestiones institucionales. Por todo ello, hoy, la participación política cotidiana de los que no forman parte de ese mundo, el surgimiento de nuevos temas o inquietudes, la generación de identidades y la movilización de los ciudadanos son tareas que se han desplazado hacia otro tipo de actores políticos colectivos con más vocación socializadora, y cuya actividad gravita sobre aquellas cuestiones “no eficientes” de la democracia representativa. Y en ese escenario los jóvenes tienen un protagonismo evidente. Los nuevos debates que surgen entre los jóvenes, sus inquietudes, el debate sobre sus identidades, la falta de perspectivas o proyectos y sus malestares cotidianos se han ido desarrollando a espaldas de la dinámica partidaria. Así, las fracturas y los conflictos se han ido redefiniendo a través de preferencias individuales sobre temas específicos que, probablemente, no coinciden con los dilemas habituales presentes en el sistema de partidos ni en el debate electoral y, como resultado de todo ello, se ha ido alejando el mundo de la política convencional del universo de los jóvenes.

En efecto, las perspectivas de futuro son más bien escasas. En el caso de que logren encontrar empleo, en muchos casos su labor está por debajo de sus calificaciones, y casi siempre sus condiciones laborales están muy por debajo (en salario y en continuidad) con las de las personas de más de 35 o 40 años. La dualidad del mercado laboral es evidente y ello hace que no se sientan tampoco especialmente atraídos por unos sindicatos vistos como organizaciones que defienden a los ya instalados (en grandes empresas o en el sector público).

En la medida en que Internet pone en cuestión los equilibrios existentes, erosiona la estabilidad de las empresas y administraciones, propicia de alguna manera la apertura de nuevos espacios de actividad, nuevas oportunidades disponibles para aquellos que las sepan utilizar. Sobre todo, aquellos que tienen más conocimiento y más facilidad para usar las nuevas herramientas, y que están mejor dispuestos a aceptar la meritocracia más que la tradición, la horizontalidad más que la jerarquía, y el trabajo en red más que la especialización segmentada. Y ello es así, no sólo en la actividad profesional en general, sino también en la actividad política de nuestros días.

La dinámica expuesta ha dado como fruto dos fenómenos en apariencia opuestos. Por un lado, el incremento de la distancia, apatía y cinismo de los ciudadanos en general y de los jóvenes en particular frente a la actividad política (y partidaria) y, por otro, la revitalización de espacios de activación política que canalizan el interés de los jóvenes por lo público a partir de una lógica movimentista: no convencional, con escasos contactos institucionales, sin una organización rígida, con un discurso de fuerte contenido ético y con una notable carga identitaria. De esta forma una posible hipótesis a desarrollar es que el vacío que poco a poco han ido dejando los partidos políticos tradicionales ha ido siendo ocupado por un archipiélago de organizaciones y entramados sociales que, por convención, podemos denominar movimientos sociales, pero que no acaban de responder a los parámetros con que tradicionalmente la academia los ha analizado.

Desde hace ya algunos años, uno de los activos más importantes de las nuevas experiencias de acción colectiva ha sido su continuada creatividad para generar nuevas formas de articulación y acción con las cuales comunicar y transmitir demandas, generar solidaridad e identidad entre sus miembros y, sobre todo, desafiar a sus adversarios. Así, los movimientos que hoy centran nuestro interés han incorporado al "repertorio" de acción colectiva tradicional formas nuevas que, al ser aprendidas, experimentadas, vividas y asimiladas han terminado por integrarse en la nueva cultura política. En este sentido cabe destacar la incorporación de tecnologías como Internet (que supuso ya hace muchos años la aparición de la primera "guerrilla virtual" ubicada en las profundidades de la selva Lacandona y con ésta cientos de Comités de Solidaridad con Chiapas y los zapatistas), o la convocatoria de miles de jóvenes en las ciudades donde se celebraron foros internacionales con el objetivo de bloquearlos, tal como se observó en Seattle, Washington, Praga, Niza o Davos donde gentes disfrazadas de tortugas ninja, de árboles, o vestidos de *tutte bianchi* actuaban como "nubes de mosquitos" en los accesos de los edificios donde se desarrollaban las convenciones o en los hoteles en que los funcionarios internacionales se alojaban. Esos son, sin duda, precedentes muy significativos de los actuales formatos de acción política y ahí es donde pueden rastrearse los orígenes y primeras acciones de muchos de los referentes actuales de lo que algunos llaman "nueva política".

Para que este tipo de acciones tuvieran trascendencia, aquellos movimientos sociales, fuertemente protagonizados por jóvenes, tuvieron que aprender a generar una relación simbiótica con los medios de comunicación de masas (con todas sus ventajas e inconvenientes). Así, como resultado de esta dinámica, la mayoría de movimientos presentes en el tejido social han experimentado los efectos de la lógica de los *mass media* en sus repertorios de acción colectiva. Una vez convencidos que el éxito o el fracaso de la protestas o acciones está condicionada por el interés que muestren los medios sobre las mismas no cabe duda que la organización, el repertorio, el discurso y la simbología de los movimientos se ha adaptado a la nueva realidad mediática tal como lo ejemplifican muchas acciones paradigmáticas de los últimos años. Pero, al mismo tiempo, con la difusión y generalización de los instrumentos propios de la Web 2.0, estos movimientos han sido capaces de generar sus propios contenidos, de propiciar su propia agenda comunicativa, utilizando de manera intensiva y profesional las capacidades y potencialidades de las redes sociales y la democratización de los instrumentos de difusión.

En cuanto a tamaño y organización, los movimientos sociales que están en el origen de las nuevas configuraciones políticas, tendieron a articularse en forma de maraña entrelazada de pequeños grupos, redes sociales y con múltiples conexiones. El desencanto de los nuevos y jóvenes activistas con los formatos tradicionales de encuadramiento, daba una extraordinaria importancia a las lógicas asamblearias, horizontales, sin jerarquía y sin delegación. En muchos casos se empezaba con ámbitos sociales de micro-movilización, que era donde se establecían los vínculos a partir de los cuales la gente se comprometía, generaba lazos y decidía emprender determinadas movilizaciones. Lo que iba estando en juego era la voluntad de crear organizaciones que fueran suficientemente firmes como para persistir, pero al mismo tiempo lo bastante flexibles como para cambiar con arreglo a las circunstancias y nutrirse de la energía de sus bases, en un contexto en el que generalmente no existía un cuadro permanente de activistas. Es en ese contexto en el que se han señalado las ventajas que ofrece Internet a ese peculiar entorno organizativo, ya que permite vínculo sin lazo fuerte, latencias que se activan cuando surge la oportunidad, compartir recursos a distancia, etc.

Es ya un lugar común exponer que hoy la mayor parte de movimientos sociales del mundo utilizan Internet como una forma privilegiada de acción y de organización. Internet confiere a los movimientos una capacidad de comunicación que permite la flexibilidad y la temporalidad de la acción, manteniendo al mismo tiempo un carácter de coordinación y una capacidad de debatir los distintos enfoques de esa movilización. Permite también la difusión extensiva de códigos culturales y de valores a través de la transmisión instantánea de ideas en un marco que posibilita la coalición y la agregación. Y permite finalmente proponer estrategias de resistencia a temas globales en ámbitos o sociedades locales, sin peligro de aislamiento. Hace ya años que se percibió (Castells, 1998) que Internet permitía convertir en relevantes las experiencias cotidianas en el resto del mundo y hacer posible su articulación con muchas otras protestas que acababan aterrizando en cualquier otro lugar.

Otra de las características de los nuevos formatos de acción y movilización política de los jóvenes que ha ido consolidándose a lo largo de estos últimos diez años, es la capacidad de “generar discurso”. Es decir, la capacidad de construir “concepciones” compartidas. No basta con que se

den las condiciones objetivas para que se produzca un proceso de movilización política. Es necesario que se dé la conciencia de esa situación y una cierta capacidad de construir un discurso que relaciona la acción política con una perspectiva de solución o mejora. En este sentido, lo significativo de la última oleada de movilizaciones contra la crisis económica y sus efectos ha sido la capacidad de conseguir que se viera como injusto lo que para algunos era simplemente una situación desafortunada. Una tarea fundamental ha sido pues convencer de que las indignidades de la vida cotidiana no responden a un designio fatal, ni están escritas en las estrellas, sino que pueden ser atribuidas a alguna política, autoridades o grupo de interés, y que, por tanto, pueden cambiarse o modificarse por medio de la acción colectiva.

En este sentido, Internet ha dado la posibilidad a los nuevos movimientos y grupos de acción política a desafiar a gran escala (vía redes sociales) un discurso dominante que tendía a considerar como inevitable o imposible de modificar la realidad circundante. Lo normal fue y sigue siendo considerar que ese tipo de movilizaciones son muy arriesgadas, sirven para muy poco o que acaban provocando efectos contrarios a los que se buscaban. Es lo que Hirschman (1991) denominó como “retórica intransigente”. En efecto, la retórica intransigente apela a tres temas fundamentales: el riesgo, la futilidad y los efectos perversos. El riesgo supone exponer que cada vez que intentamos cambiar algo se corre el peligro de perder lo que ya se tiene, y que por tanto, la inactividad es la postura más prudente puesto que el riesgo de perder lo acumulado es mucho más previsible que las posibles ganancias. La futilidad expresa que no existen oportunidades de cambio y, desde esta óptica, cualquier tipo de acción no es sino una pérdida de tiempo y recursos. Y los efectos perversos están relacionados con la idea de que cualquier tipo de actuación pensada para el cambio no hará sino empeorar las cosas. Es a esa “retórica intransigente” a la que se ha sido capaz de levantar una “retórica de la movilización” que en España ha simbolizado el lema “Sí se puede”.

¿DÓNDE ESTAMOS?

Nuestra investigación, por tanto, se plantea analizar de manera concreta, cómo se está materializando este cambio de época, esta nueva manera de entender la acción política por parte de los jóvenes y de los nuevos movimientos sociales surgidos en los últimos años. Para ello hemos tratado de ver tanto el impacto que ha tenido ese cambio de escenario en las organizaciones políticas ya existentes. Y, por otro lado, cómo se han ido conformando las nuevas plataformas, movimientos y organizaciones políticas surgidas ya desde los parámetros tecnológicos y de articulación distinta que hemos venido comentando.

En este sentido, las cuestiones relevantes a las que hemos tratado de buscar respuesta tienen que ver con nuevas maneras de entender la intermediación y representación política; el desbordamiento de los escenarios tradicionales en los que se encajaba la política de corte institucional; como se logran operacionalizar formatos más directos de decisión y participación en el funcionamiento de las nuevas estructuras organizativas; el uso de las redes sociales más allá de las dinámicas de información y comunicación; la capacidad de poner en práctica lógicas más horizontales que permitan el acercamiento de personas y colectivos “no expertos” en el debate

y la acción política; o el grado en que se puede hablar de nuevas formas de liderazgo y de implicación activista.

En el sustrato de nuestra investigación está la duda de si podemos hablar realmente de cambios en los formatos de representación y de hasta qué punto todo ello apunta a nuevos protagonistas de los jóvenes y de otros colectivos tradicionalmente alejados de la política institucional. En el fondo, queremos contribuir al debate que está planteado en todo el mundo acerca de la capacidad de la democracia de adaptarse y aprovechar los nuevos escenarios tecnológicos y de globalización.

BIBLIOGRAFÍA

Albero, M. (2010). *Internet, jóvenes y participación cívica política*. Barcelona: Octaedro.

Banaji, S. y Buckingham, D. (2010). "Young People, the Internet, and Civic Participation: An Overview of Key Findings from the CivicWeb Project". *International Journal of Learning and Media*, 2(1): 15-24.

Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2012). "The Logic of Connective Action". *Information, Communication & Society*: 1-30. doi: 10.1080/1369118X.2012.670661.

Bennett, W. L. (2008). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. Mit Press.

Cacciagli, M. (1991). *¿Condenada a gobernar? La democracia cristiana en el sistema político*. WP, ICPS, 41. Barcelona

Caínzos, M. A. (2006). "Participación de los jóvenes españoles en manifestaciones. Comparación con los jóvenes europeos y análisis de sus determinantes". *Revista de Estudios de Juventud* (75): 121-153.

Calenda, D. y Meijer, A. (2009). "Young people, the Internet and political participation". *Information, Communication and Society*, 12(6): 879-896.

Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. Madrid: Alianza.

Cortés, P. (2011). "Redes sociales: ¿Apoyo o boicot para la participación política?" *Congreso AECPA*, Murcia, 7-9 septiembre.

Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: FAD-CRS. Disponible en: <http://adolescenciayjuventud.org/es/publicaciones/monografias-y-estudios/item/jovenes-internet-y-politica> (12 marzo 2015).

Freixa, C. y Nofre, J. (2013). *#Generación Indignada*. Barcelona: Milenio Editorial.

Fuster Morell, M. (2010). *Governance of Online Creation Communities: Provision of Infrastructure for the Building of Digital Commons*. Tesis disponible: <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/14709> (13 marzo 2015).

- Hirschman, A. (1991). *The Rethoric of reaction*. Cambridge: Harvard University Press.
- Iwilade, A. (2013). "Crisis as Opportunity: Youth, Social Media and the Renegotiation of Power in Africa", *Journal of Youth Studies*. <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2013.772572>
- Jasanoff, S.; Markle, G. E.; Peterson, J. C. y Pinch, T. (2001). *Handbook of Science and Technology Studies*. SAGE Publications.
- Jellinek, G. (1978). *Fragmentos de Estado*. Madrid: Civitas.
- Lagos, M. y Rose, R. (1999). "Young People in Politics: a Multi-Continental Survey". *Studies in Public Policy-University of Strathclyde Centre for the Study of Public Policy*.
- Levine, P. y Lopez, M. H. (2004). "Young People and Political Campaigning on the Internet". Fact Sheet. <http://www.eric.ed.gov>, 80. disponible en: <http://www.civicyouth.org/PopUps/CampaigningonInternet.pdf> (13 marzo 2015).
- Livingstone, S. (2003). "Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda". *New Media & Society*, 5(2): 147-166.
- Mongili, A. (2007). *Tecnologia e società*. Roma: Carocci.
- Montgomery, K. C. (2008). "Youth and Digital Democracy: Intersections of Practice, Policy, and the Marketplace". *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, 1: 25-49.
- 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.
- Norris, P. (1999). "Introduction: the Growth of Critical Citizens?". *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*: 1-27.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge University Press.
- Norris, P. (2011). *Critical Citizens Revisited*. 2011th ed. Cambridge Univ Press. Disponible en: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Books/Critical%20Citizens%20Revisited.htm> (20 septiembre 2011).
- Pharr, S. J. y Putnam, R. D. (2000). *Disaffected Democracies: What's Troubling the Trilateral Countries?* Princeton University Press.
- Poster, M. (2007). "Internet Piracy as Radical Democracy". *Radical Democracy and the Internet: Interrogating Theory and Practice*: 207-225.
- Robles, J. M. (2006). "Los jóvenes y las nuevas formas de participación política a través de Internet". *Revista de Estudios de Juventud* (75): 155-169.
- Salcedo, J. L. (2012). *La visibilidad mediática de actores políticos en la red. La política de gestión de contenidos digitales y la propiedad intelectual en España y en el Reino Unido*. info.eu-repo/se

mantics/tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/96483> (21 novembre 2013).

Soler, R. (2013). *Democràcia, participación i joventut. Una anàlisi de l'Enquesta de participación i política 2011*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Subirats, J. (2011). *Otra sociedad. ¿Otra política?* Barcelona: Icaria.

VVAA (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones. Sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria.

I. JÓVENES Y POLÍTICA

En una fase previa de esta investigación, iniciamos el análisis de las relaciones entre jóvenes y política con un estado del arte sobre jóvenes y participación (Parés, 2014) y una serie de *focus group* centrados en las percepciones de los jóvenes sobre la política (Berlinguer y Martínez, 2014). Los artículos del presente bloque siguen esta misma línea de investigación y comparten un doble objetivo. Por un lado, analizar la relación de los jóvenes con la política institucional. Por otro, entender mejor las formas de hacer política que son propias de los jóvenes.

El texto de Albert Claret hace un recorrido por la literatura más reciente y ofrece una radiografía respecto al papel que tienen las asociaciones juveniles en los procesos de participación política. Una forma de actuar políticamente que a menudo no se tiene en cuenta, minusvalorando las aportaciones sociales de la gente joven. La organización colectiva no es monopolio de generaciones adultas, menos en la actual sociedad-red, e intentar ver cómo funcionan las organizaciones juveniles puede ayudar a dibujar un escenario más rico y alejado de tópicos.

Jordi Muñoz, a partir de datos recopilados previamente a través de una encuesta que se ha realizado en paralelo a esta investigación —Ballesteros, Rodríguez y Sanmartín (2015). *Política e Internet. Una lectura desde los jóvenes (y desde la Red)*— busca entender los patrones de relación que los jóvenes establecen con la política y las instituciones representativas, así como las formas de organización alternativa.

Parés, M. (2014). Jóvenes, Internet y política: estado de la cuestión". En: Equipo IGOpnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). "Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable". En: Equipo IGOpnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Ballesteros, J. C.; Rodríguez, E. y Sanmartín, A. (2015). *Política e Internet. Una lectura desde los jóvenes (y desde la Red)*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

1. ASOCIACIONES, MOVIMIENTOS Y REDES.

El *continuum* de la participación juvenil

1.1. JÓVENES: ¿CIUDADANOS EN LA RESERVA?

El análisis de la participación juvenil no puede desligarse del conocimiento sobre la situación y las condiciones de vida de la gente joven, las cuales impactan directamente en su capacitación y oportunidades de tomar parte en la vida social y política. Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que, en términos generales, la sociedad de hoy tal y como está configurada reserva a las generaciones jóvenes un papel fundamentalmente periférico tanto en el ámbito económico-productivo como en el político-simbólico. Esa es una constatación que ya elaboraron algunos teóricos de la juventud en la convulsa década de los años sesenta del siglo pasado, que caracterizaron ésta como un colectivo portador de cambio y contracultura, destinado a oponerse a los valores dominantes de la sociedad adulta (Roszak, 1968). Años más tarde se cuestionó esa confrontación generacional desde un análisis sociológico de la lucha de clases, llegando a afirmar que el concepto de juventud no era más que “una palabra” (Bourdieu, 1978) acuñada para justificar y reproducir la posición de las personas de menor edad como mano de obra en la reserva alejada de todas las formas de poder, una parcela sólo al alcance de la población adulta.

Más recientemente y en nuestro contexto se ha definido a los y las jóvenes de hoy como “un segmento social (casi una nueva clase social) con un grado de conciencia difusa, pero con una posición estructural común” articulada a partir de “un consenso y una legitimidad moral, que atribuye al hecho de ‘ser joven’ la correspondencia con una posición de ‘espera pasiva’ a la expectativa de que, en un futuro más o menos largo, se podrá acceder a la plena ciudadanía y a la condición de adulto” (Comas, 2011: 12). Lo cierto es que en el ámbito de la Sociología y la Antropología se ha discutido mucho sobre ese particular, y cada nueva época del desarrollo histórico ha promovido el uso de unos términos u otros, pero en todas las interpretaciones subyace un elemento coincidente, referente a la subalternidad que ocupa la juventud en las sociedades contemporáneas, en la que es concebida como un objeto pasivo receptor de una prolongada acción educativa, en camino de un eventual y lejano traspaso final al estatus de persona adulta.

Los datos socioeconómicos disponibles refuerzan esta última tesis. Las cifras de desempleo entre la gente joven doblan —en determinados lugares y sectores incluso triplican— las de la población mayor de 30 años, y la precariedad, la dependencia familiar y la sobrecualificación son realidades ampliamente compartidas por aquellos afortunados que disponen de un trabajo (Taberna y Campos, 2014). La temporalidad sigue siendo la principal modalidad de la nueva contratación

a jóvenes trabajadores, que cobran de término medio la mitad de sueldo por realizar el mismo empleo que una persona adulta. Ello no sólo conduce a un empobrecimiento generalizado entre la juventud, sino que además impacta en muchas otras esferas de la vida cotidiana, agravando las dificultades crónicas de acceso a la vivienda que han caracterizado el Estado español y que motivaron en su momento grandes movilizaciones y protestas juveniles, bajo el explícito lema "No tendrás casa en la puta vida". Sólo una de cada cinco personas jóvenes menores de 30 años vive emancipada de su hogar familiar (CJE, 2014: 2), algo que contrasta vergonzosamente con los altos niveles de autonomía domiciliar que existen en las latitudes septentrionales de la Unión Europea.

La crudeza de la situación, que ya era perjudicial para la juventud española antes del estallido de la crisis financiera, y el discurso reiterativo sobre la necesidad de flexibilizar cada vez más las condiciones de trabajo para jóvenes no son fruto de la casualidad. Desde los tiempos de la reconversión industrial en los años ochenta hasta el fenómeno actual de exilio laboral juvenil, pasando por la implantación de las empresas de trabajo temporal (ETT) en los noventa, la acción de las políticas públicas para con la juventud ha seguido una pauta precarizadora y desreguladora alineada con las ideas del neoliberalismo pujante. Esa amarga trayectoria en el tiempo nos permite hablar en propiedad de una exclusión social programada (Claret, 2013) que ha operado y sigue operando, con más fuerza si cabe, sobre el colectivo de personas jóvenes, que sufren una superposición de diversas formas de exclusión que conducen a una cristalización de su condición de ciudadanía de segunda categoría.

En efecto, el proyecto neoliberal sueña con una sociedad sin los mecanismos ni las instituciones que ofrecen ciertas garantías en los países provistos de los llamados regímenes del bienestar. El desarrollo histórico de las últimas décadas ha dado lugar a un marco social mucho más complejo e incierto en el que se desvanecen el conjunto de dispositivos rígidos y previsibles que conocieron las generaciones precedentes, en un nuevo paradigma que algunos han denominado "sociedad del riesgo" (Beck, 1986) o "modernidad líquida" (Bauman, 2003). En este contexto plagado de incertidumbre y procesos de individualización, las trayectorias vitales de la gente joven se han modificado enormemente, pasando de la antigua lógica lineal y acumulativa a una nueva dinámica discontinua e intermitente, donde el progreso personal —biológico, formativo, familiar— no siempre se corresponde con el progreso social —laboral y económico—, al cual se accede a partir de aproximaciones sucesivas (Casal, 1996; Furlong y Cartmel, 2001). Se trata de una juventud compuesta por "viajeros sin mapa" (Bontempi, 2003) que deben improvisar constantemente a la búsqueda de oportunidades en un entorno movedizo con pocas referencias sólidas, siempre a la espera de nuevos *big-bangs* que relancen sus trayectorias vitales hacia destinos imprevisibles: "The young generation lives its life in a state of perpetual emergency [...] to promptly catch the sights and sounds of the new: the 'new' known to be approaching constantly, and at a speed matched only by the rapidity of dashing-by and vanishing. There is no moment to spare. Slowing down equals waste." (Bauman, 2008: 46-47).

Esa veloz licuación de los resortes sociales de antaño ha conllevado también una dilución de la cultura del trabajo en la sociedad posindustrial, donde la preparación para ejercer una profesión ha sido desplazada como elemento central de la construcción de la identidad adulta. En ese

sentido, las generaciones de jóvenes han naturalizado plenamente la condición precaria como un elemento consustancial al hecho de trabajar, lo que ha propiciado la emergencia de nuevas subjetividades laborales que ya no pretenden una inserción definitiva ni estable en el sistema productivo (Miró y Ortiz, 2001; Albaigés *et al.*, 2004). Esa integración de la precariedad y la consiguiente afirmación personal al margen de la ocupación profesional, sin embargo, no implica de ninguna manera una aceptación sin consecuencias en la psique juvenil, sino todo lo contrario: dejando de lado las consecuencias palpables de la exclusión y el paro de larga duración en la salud mental (Espluga, Baltiérrez y Lemkow, 2004), las investigaciones sobre la “felicidad” de las personas jóvenes concluyen que aquellas que disfrutan de trabajo fijo o están emancipadas se declaran significativamente más satisfechas que las que tienen un contrato temporal o viven con sus padres (Ahn, Mochón y De Juan, 2012).

La superposición de niveles de exclusión social no estaría completa sin tener en cuenta, al mismo tiempo, la clara infrarrepresentación política de la juventud, tanto en lo que se refiere a su presencia en las instituciones como en la prioridad que toman las problemáticas específicas del colectivo dentro de la dinámica general de la acción de los poderes públicos. En términos generales, la representación política está copada por personas de edad media y avanzada, quizá como correlación evidente con la propia senectud de un sistema que ha evolucionado poco desde su instauración en los años de la transición a la democracia, y que sigue teniendo como protagonistas, cuarenta años después, a las mismas estructuras cerradas de entonces (partidos, patronales y sindicatos), cuando no incluso a las mismas personas. El orden constitucional de la recuperada democracia española —raquíta y amnésica, pero democracia al fin y al cabo— perdió pronto su ímpetu renovador y se instaló en el inmovilismo más pétreo, siendo incapaz de adaptarse a nuevos tiempos y nuevas formas de entender el ejercicio del gobierno y de la ciudadanía.

Ese mismo bloqueo institucional ha dado lugar a un sinfín de espacios participativos que sin embargo no cuentan con la más mínima capacidad de influencia, y que se corresponden más con la categoría de simulacros de democracia que con la de la toma real de decisiones. Una interpretación empobrecida del proceder democrático y temerosa de la acción popular ha entronizado el monopolio político en manos de muy pocos agentes, la mayoría de los cuales no tienen ningún interés en generar espacios más amplios de co-decisión ciudadana. Las experiencias de la gente joven en procesos y cuerpos normativos que ofrecen una participación de muy baja calidad e intensidad suele conducir a la frustración y el cinismo respecto a esas vías de implicación. Además, la pérdida de autoridad moral del sistema de representación política debida a la corrupción generalizada, la subordinación de la soberanía nacional en favor de marcos supranacionales (instituciones europeas, organizaciones económicas y financieras) y la manifiesta incapacidad de integrar las propuestas surgidas de procesos de movilización de la ciudadanía, refuerzan la desconexión. En términos generales, los y las jóvenes perciben muy poca eficacia política en las estructuras formales (Ferrer, 2009; Soler, 2013: 60).

Por su lado, las políticas públicas de juventud se han consolidado notablemente en el plano discursivo en las dos últimas décadas, pero su aplicación práctica tanto a nivel estatal como autonómico y local adolece aún de una falta de resultados tangibles en el ámbito de las condiciones

de vida juveniles y las transiciones a los niveles de más estabilidad asociados a la vida adulta (Comas, 2007). El desarrollo de los planes de intervención se ha hecho en el común de las veces sobre un potente aparato analítico y de diagnóstico que no obstante disponía de muy pocos recursos —humanos y presupuestarios— para su implementación real. La exclusión social que padece el colectivo joven, y su agravamiento evidente desde el estallido de la crisis, debería provocar un profundo replanteamiento de ciertas prioridades políticas y situar la cuestión de la juventud en el centro de las estrategias de recuperación.

A la par que esa cierta dejación de los poderes públicos hacia una condición juvenil en continua erosión de sus derechos, cabe reseñar también la tendencia social, reiterada e incrustada en el imaginario colectivo, a descalificar y minimizar la aportación social de la gente joven, así como su frecuente estigmatización a partir de estereotipos negativos que se suceden de una época a otra a partir de la generalización de fenómenos muy minoritarios: de los *quinqüis* de los ochenta a la *generación ni-ni* de los dos mil (Serracant, 2012), pasando por las “peligrosas” *bandas* juveniles de los noventa. Todo ello siempre retratado desde la desconfianza generacional (Bauman, 2008: 9-10) como un elemento dañino que pone en entredicho el discurrir pacífico del cuerpo social y que con su sola presencia tensiona y pone en crisis la viabilidad del espacio público, en su dimensión física y simbólica (Delgado, 1999 y 2011; Canellas, 2007). La participación de las instituciones y de los medios de comunicación de masas en la consolidación de esas visiones sesgadas de la realidad juvenil es fundamental (Figueras y Mauri, 2010) y especialmente hiriente en una sociedad democrática, que insiste en demonizar y culpabilizar a las víctimas de su iniquidad.

En definitiva, la juventud como segmento particular del conjunto de la población sufre una discriminación múltiple que fácilmente puede ser vivida como una desafección hacia el sistema económico y político vigente, por cuanto las promesas del Estado del Bienestar y de la democracia liberal parlamentaria con las que ha sido educada parecen no concretarse nunca en su horizonte vital. La sociedad de consumo que dio lugar al *teenager* en la posguerra como depositario de un sueño de progreso y prosperidad sin fin (Wolf y Savage, 2011) ya no sabe qué ofrecer a una generación que ha asumido que vivirá peor que la de sus padres. No debe resultarnos extraño, así pues, que las personas jóvenes destilen un cierto temor hacia el futuro y un marcado pesimismo respecto a sus expectativas a medio y largo plazo, ante un escenario en el que el contrato social parece haberse interrumpido indefinidamente para ellas (Rodríguez y Ballesteros, 2013). El divorcio clamoroso entre la teoría y la praxis del modelo social conduce primero al desencanto individual y luego al descontento generacional. Con un poco de suerte, el siguiente paso será la activación política y la protesta.

1.2. CARACTERIZACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL

La participación de la población joven constituye en sí misma un tema de estudio que ha merecido muy numerosas y autorizadas aproximaciones, y sigue siendo hoy objeto de interés e investigación por parte de quienes se preguntan por las estrategias de futuro y la calidad de las sociedades democráticas. No hay duda de que hay algo de peculiar, de específico, en las formas y actitudes con las que la juventud decide involucrarse en los asuntos públicos, sea por su tendencia genética

a la innovación o por su posición estructural no asimilable al núcleo del sistema. En cualquier caso, existe un amplio consenso —por lo menos en el plano discursivo— respecto al fomento de la participación juvenil en el desarrollo social, que en el caso de España constituye además un mandato constitucional del artículo 48 de la Constitución Española y que a la vez está presente en numerosas políticas comunitarias y recomendaciones de la Unión Europea (Goig y Núñez, 2011).

Aunque es evidente, por todo lo descrito en el apartado anterior, que esos preceptos legales y normativos no suelen pasar de buenas intenciones que no logran sobreponerse a una realidad mucho más displicente, cuando no agresiva, hacia la aportación de los jóvenes, ello no implica, pese a todo, que la gente joven se desentienda de los asuntos públicos o de su implicación en la vida política y social. Más bien al contrario, las encuestas comparativas sobre la opinión política entre jóvenes y adultos parecen indicar que los primeros tienen un interés incluso ligeramente mayor por las cuestiones políticas (Soler, 2013: 57), aunque las formas de participar que contemplan y realizan son sensiblemente diferentes. En efecto, lo que sí es común a todos los segmentos de la población es una insatisfacción importante respecto al sistema político en general, cuya mejora total o parcial es vista como necesaria por una amplísima mayoría social. De hecho, es pertinente hacer mención del hecho que nos situamos en un contexto —el español— caracterizado por una cultura democrática reciente y aún muy frágil, herencia del miedo y la represión vivida durante cuatro décadas de dictadura franquista. Los niveles de asociación, sindicalización y organización cívica son, en términos generales, muy bajos en comparación con los estados más desarrollados de la Unión Europea (Marcuello y Marcuello, 2014), en consonancia con la media de los países mediterráneos y del Este que sufrieron un efecto de repliegue social propio de los regímenes autoritarios.

Esta tendencia tiene su reflejo, como es lógico, en los índices de participación juvenil, aunque como avanzábamos más arriba, la correspondencia con los niveles de implicación de la población adulta no es simétrica. En ese sentido, se vislumbra una clara disociación entre el instrumental participativo de las generaciones mayores —voto en elecciones, pertenencia a partidos y sindicatos— y los métodos preferidos por la juventud, que incluyen habitualmente el apoyo a protestas y movilizaciones más o menos espontáneas y vinculadas específicamente a una causa u objetivo, el llamado *clicktivismo* o implicación digital a través de redes sociales y plataformas de firmas online, etcétera. Desde hace un tiempo se ha identificado un cierto desplazamiento del activismo “militante” por un activismo “de impacto”, que propicia vínculos más tenues y fluctuantes, así como una tendencia general por la que la aportación de los y las jóvenes se vehicula a través de agrupaciones y dinámicas de naturaleza juvenil, con una clara dimensión lúdica e informal (González *et al.*, 2007: 272-273). Se trata, en resumen, de una lógica tendente a “participar desde los márgenes” propia de una juventud que en todos los aspectos ocupa posiciones periféricas y alejadas del centro social (Soler, 2013: 261-264).

De hecho, los resultados preliminares de algunos recientes proyectos europeos de investigación comparada¹ presentan unos elevados índices de participación de la juventud española en for-

1. Nos referimos aquí al proyecto MYPLACE (Memory, Youth Policial Legacy and Civic Engagement) financiado por el European Union's Seventh Framework Programme. El trabajo de investigación realizado en dos poblaciones catalanas (Vic y Sant Cugat) ha sido dirigido por la profesora Mariona Ferrer de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

Más información y documentos disponibles en www.fp7-myplace.eu

mas no electorales, muy por encima de la media continental, especialmente en los métodos de protesta y activismo, como manifestaciones, huelgas o ocupaciones de espacios (Pollock, Grimm y Ellison, 2014). Esos niveles de contestación, sin embargo, se combinan con una valoración muy baja de la significación de la historia contemporánea reciente para entender el contexto político actual, así como una desconfianza hacia las instituciones políticas sólo superada por la que expresan jóvenes de Croacia y Grecia. El cinismo respecto a la honestidad de los representantes políticos y el interés de éstos por los problemas de la gente es especialmente alto entre la juventud procedente de los países de la Europa meridional y oriental. En resumen, la frustración con el funcionamiento actual de la democracia es muy alto, aunque en general no se pone en duda la legitimidad e idoneidad del sistema democrático como régimen social y de gobierno.

Este último es un elemento central para la comprensión de la percepción política de los y las jóvenes, que han popularizado la expresión “democracia real” para cualificar ese deseo de una sociedad regida por los intereses del común de la población a partir de instituciones abiertas, transparentes y participadas continuamente por la ciudadanía, complementariamente a (o incluso al margen de) la existencia de partidos u otras organizaciones políticas y sindicales. Se ha catalogado esa perspectiva, muy pregonada durante las movilizaciones del 15-M en 2011, como una articulación del discurso de tipo populista por contraponer “el pueblo”, por un lado, y las “élites de poderosos” o “casta” por el otro (Equipo ICGOPnet, 2014: 42-43), aunque lo cierto es que los últimos barómetros del CIS son muy coincidentes y sitúan la corrupción y el fraude (42%) y los partidos y la política (23%) como problemas principales en España, después del paro (76%).

Resulta interesante destacar, no obstante, que las protestas juveniles —no sólo en España— se orienten habitualmente a reivindicar más y mejor democracia, lejos de algún cliché interesado que tacha la juventud de nihilista y de haber perdido los valores propios de las sociedades democráticas. Incluso el tópico de la desafección también debe ponerse en duda, por el mismo motivo: conviene no maquillar la frustración y el desencanto, comprensibles y pertinentes a la luz de las empobrecidas expectativas vitales de que dispone la gente joven, de un falso desinterés por los asuntos colectivos, cuya transformación y resolución fueron las principales demandas de la juventud que transitó “del estigma a la indignación” y volvió a ubicar la política en su acepción más amplia en el centro del ágora ciudadana, esto es, en las plazas de pueblos y ciudades (Trilla, 2011). Algo que sí se constata es, por otra parte, una identificación política mayoritaria en el centro-izquierda y una clara oposición al modelo económico capitalista y las consecuencias de sus crisis sistémicas como la actual, por lo menos entre los activistas juveniles encuadrados en organizaciones políticas no convencionales (Mir *et al.*, 2013: 39-42).

Precisamente, más allá de esta fractura muy aparente en el ámbito de las metodologías y repertorios de participación individual o espontánea, existe también una gran multitud de espacios de auto-organización juvenil que actúan y pretenden influir en la esfera pública, con poca o ninguna relación con otras entidades o instrumentos de participación formados mayoritariamente por gente adulta. Estos espacios presentan una gran variedad de tipologías y modos de funcionamiento, y su clasificación en categorías es materia de un vivo debate académico. Algunos, dentro de lo que ha dado en llamarse asociacionismo juvenil, vienen de lejos y poseen una larga trayectoria a sus espaldas, presentando formas de organización muy sólidas y estructuradas, así como una

notable capacidad estratégica y planificadora, y una gran variedad de métodos de actuación. Lo cierto es que calcular la cifra real de jóvenes que participan directa o indirectamente en esa gran constelación de entidades es siempre difícil, pero las evidencias atestiguan que hay cientos de miles de personas jóvenes encuadradas en movimientos educativos (grupos de tiempo libre, escultismo, *esplais*), en proyectos e iniciativas culturales y sociales, de intercambio o ecologistas, en el movimiento estudiantil de secundaria y universitario, además de las juventudes de partidos políticos y sindicatos y un largo etcétera de campos diferentes. Sin embargo, a nivel estatal se detecta un descenso paulatino del volumen total de jóvenes pertenecientes a alguna asociación, pasando del 36% de los encuestados en el año 1991 al 22,1% en 2012 (Moreno y Rodríguez, 2013: 231).

Los datos disponibles para el caso de Cataluña², donde el movimiento asociativo ha tenido históricamente una fuerte raigambre, apuntan a un 64% de jóvenes asociados frente al 72,6% de adultos, aunque las cifras bajan a un 46,5% y 66,3% respectivamente si descontamos las entidades deportivas. Un 20,6% de jóvenes declara un asociacionismo múltiple en más de una entidad. Por categorías, el 16% participa en una entidad cultural o de ocio, el 12% en una organización educativa de tiempo libre y una cifra muy similar en asociaciones de defensa de los derechos humanos. El 9% dice pertenecer a una asamblea o sindicato de estudiantes y el 6,5% a un grupo ecologista o animalista. Las organizaciones estrictamente políticas quedan por debajo del 5%, ya sean partidos (3,6%) o plataformas alternativas y/o anticapitalistas (4,6%), al igual que los sindicatos (4,3%) y las organizaciones religiosas (3,8%). Esta gran variedad de entidades se presenta como un extenso mosaico formado por distintas constelaciones o *cluster* de tipologías afines, muchas veces capaces de agruparse en federaciones y otras estructuras de agregación (plataformas y coordinadoras, consejos de juventud, etcétera). Abundando en el caso catalán, el número de personas englobadas en las entidades miembro del Consell Nacional de la Joventut de Catalunya, un referente de la organización juvenil en la historia reciente del país (Domènech, 2008), se ha estimado en más de 128.000 —incluyendo la franja infantil en el caso de las educativas de tiempo libre— repartidas en una gran cantidad de organizaciones, colectivos y proyectos a escala local, comarcal y autonómica (CNJC y OTS, 2013: 11).

No hay duda de que la contribución del fenómeno asociativo al desarrollo social de la democracia, pero también a la emancipación de la juventud, es de primer orden. Incluso la de aquellas entidades cuya finalidad principal no es propiamente el ámbito de la política, porque igualmente fortalecen la sociedad civil, actuando como escuelas de participación y ofreciendo recursos y estrategias de apoderamiento individual y colectivo a unos jóvenes que son sistemáticamente excluidos de los ámbitos formales (Vidal, 2006; Claret, 2013). Funcionando como espacios de autogestión y autoorganización, suplen muy a menudo la dramática ausencia de mecanismos efectivos para incorporar a las nuevas generaciones en el debate social. Asimismo, su nivel de auto-consciencia como grupo de presión (*lobby*) destinado a la defensa de los derechos e intereses del colectivo juvenil es muy notable, y particularmente intenso en ciertas plataformas de segundo o tercer grado sectoriales o transversales como las coordinadoras asociativas, las asam-

2. Direcció General de Joventut i Direcció General de Relacions Institucionals i amb el Parlament. Generalitat de Catalunya (2012). *Enquesta de participació i política a Catalunya 2011. Avançament de resultats*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

bleas de jóvenes o los consejos de juventud. Su existencia no puede explicarse sin una clara voluntad de interlocución y negociación con los poderes públicos, los medios de comunicación y la opinión ciudadana. De hecho, es esa capacidad de actuar conjuntamente a través de espacios compartidos lo que le convierte en un potente generador de capital social y le confiere un carácter de red formada por muchos nodos, aunque cada uno de ellos o cada subconjunto pueda ser independiente y autosuficiente del resto.

En paralelo al conjunto descrito, e incluso en muchas ocasiones de forma coordinada y concomitante, en los últimos años han aparecido nuevas organizaciones políticas que, según algunas interpretaciones, se rigen por un paradigma distinto y que no pueden ser consideradas parte del asociacionismo “tradicional”, lo que en nuestra opinión no siempre puede justificarse suficientemente desde un punto de vista sin apriorismos. Es, en cierta medida, un fenómeno recurrente en la literatura académica de las últimas décadas, obstinada en identificar y describir los elementos de novedad y transgresión de las prácticas sociales, en una búsqueda constante y algo precipitada de patrones insólitos y nuevos paradigmas. Evidentemente, no es nuestra intención negar que se han producido modificaciones en las formas de organización colectiva y en los valores y planteamientos ideológicos que las motivan, pues es algo que además de ser empíricamente comprobable obedece a la lógica cambiante y en permanente evolución de las sociedades humanas. Pero justamente por eso, porque resulta normal y previsible que las prácticas sociales sufran transformaciones, algunas veces por mutación y otras por hibridación, es preciso anteponer una cierta prudencia que contenga el comprensible entusiasmo por lo nuevo y diferente, pero que sin embargo sigue manteniendo la mayor parte de características previas.

Ya cuando despuntaba el auge de las ONG en los años ochenta y noventa fue anunciada la muerte del asociacionismo “clásico” (*sic*), y después se volvió a augurar su defunción con la aparición de los *novísimos* movimientos sociales y antiglobalización. Pero el tiempo pasó y las nuevas formas de participar y organizarse demostraron ser complementarias a las anteriores, plenamente compatibles en muchos casos, cuando no directamente recíprocas. Resultó que los movimientos sociales forman y se nutren también de la vida asociativa, y viceversa. Así lo atestiguan las biografías de muchos activistas y dirigentes que empezaron sus trayectorias participativas en un sindicato estudiantil, en una asociación de vecinos o en un grupo de scouts (Mir *et al.*, 2013: 36-38). Eso no quiere decir, por supuesto, que esas nuevas expresiones no merezcan toda la atención y el estudio para poder comprender su funcionamiento y su alcance. Pero debería concebirse como un proceso de mayor complejidad y variedad del elenco participativo disponible, teniendo en cuenta que la contraposición no suele encontrarse entre implicarse de un modo u otro, sino en tomar partido y activarse políticamente o no hacerlo. Esa es la contradicción fundamental.

Lo que a todas luces adolece de un desgaste cada vez mayor es, como decíamos, el sistema estanco de la representación política y el papel por ahora monopolístico que en él juegan los partidos políticos convencionales. Se ha afirmado que existe un desplazamiento de formas de participación institucionalizadas propias de estructuras más jerárquicas y de funcionamiento rígido, en favor de movimientos más flexibles y horizontales, en los cuales se participa de manera puntual y selectiva, denominados organizaciones políticas no convencionales o colectivos de organización política autoconstituidos (COPA) (Mir *et al.*, 2013: 19). Pueden clasificarse en varias cate-

gorías, que coinciden y a la vez amplían las que hemos descrito anteriormente, y los motivos para su creación son, fundamentalmente, la voluntad de abordar libremente y de forma colectiva y estable una o más problemáticas presentes en la comunidad, con el fin de contribuir al cambio social y el empoderamiento político de las personas participantes, muchas veces a partir de la construcción de identidades compartidas. Desde este punto de vista su definición es, en esencia, asimilable a la del conjunto del movimiento asociativo, donde los métodos de organización interna y externa se han venido desarrollando enormemente en las últimas décadas, superando en muchos casos la verticalidad y la rigidez que a menudo se les supone. El modelo jurídico de asociación, es cierto, sigue estando muy condicionado por la legislación vigente y mayoritariamente se corresponde con una entidad registrada que legalmente está obligada a escoger cargos directivos —presidencia, tesorería, secretaría, etc.— pero, en el ámbito concreto de las entidades juveniles, existe una gran variabilidad de adaptaciones y de realidades operativas, que en muchos casos no tienen mucha relación, o directamente ninguna, con ese concepto anquilosado de la experiencia asociativa.

Quizás lo más reseñable como diferencia o elemento específico de esos colectivos sea su carácter eminentemente político y politizador, tal vez menos sutil y especializado que en otro tipo de entidades, y su distancia actual respecto a los espacios y lugares de encuentro del asociacionismo juvenil precedente, como son las plataformas o consejos de juventud, aunque están generando nuevos sistemas de coordinación y trabajo en red, que tal vez converjan más adelante —o no— pero que en modo alguno son ajenos a la tradición asociativa. En todo caso, si el encuadramiento político de la gente joven en un futuro no muy lejano debe pasar más por una pléyade de COPA que por las estructuras partidarias clásicas, es posible que debamos hablar más de un proceso de asociacionización de la política que de una simple competencia entre lo que puede entenderse como formas distintas de un mismo asociacionismo juvenil.

De hecho, la irrupción de un nuevo tipo de fenómenos participativos extensos y aparentemente *espontáneos*, cuyo caso más reciente y notorio es sin duda el movimiento del 15-M o de los *indignados* que levantó en pie de guerra a decenas de miles de jóvenes en las plazas de muchas localidades españolas, no puede explicarse sin el poso previo que sedimentan las formas más estructuradas de acción colectiva, aunque es evidente que generan situaciones y realidades muy diferentes y con potencialidades de incidencia política muchísimo mayores. Para desarrollar dicha relación dialéctica puede sernos útil plantear una arriesgada metáfora de los sistemas hídricos partiendo de la disposición de los cursos fluviales y los pantanos artificiales construidos en su descenso por comarcas, pueblos y ciudades. Supongamos que la participación, como concepto abstracto y no reducido a un sólo tipo de acción, es en esta representación alegórica el agua, elemento fundamental que circula y da sentido a toda la estructura. Su proceso responde a una lógica cíclica e infinita, podríamos decir que consustancial al ecosistema (natural y político). En un escenario ideal, su ciclo se desarrolla sin fricciones, retroalimentando el circuito y adaptándolo en cada segmento al caudal disponible, sin límites preestablecidos.

Sin embargo, en las sociedades modernas y estructuradas el poder del Estado ejerce una gran influencia e interviene directamente en todo el sistema, ya sea fijando los canales por los que se debe circular, ya sea construyendo presas que retengan el volumen existente para gestionarlo a

voluntad. Algo así pasa con la canalización de la participación en los espacios formales e institucionalizados: en ellos ésta sigue fluyendo, pero sólo con la intensidad y la regularidad permitida. El asociacionismo, por su carácter estable y constante, es capaz de adaptarse a esos condicionantes, y podría decirse que a gran escala representa el flujo organizado y regular de participación, que toma nombre propio y el cual partiendo de una gran capilaridad discurre por los circuitos establecidos y mantiene activo todo el complejo sistema, no sólo moviendo los engranajes de la participación formal (e incluso los molinos y turbinas del aparato productivo) sino también irrigando y distribuyéndose por los innumerables campos de la sociedad civil organizada, tornándolos fértiles y garantizando su florecimiento. Su paso, siguiendo un patrón propio del drenaje fluvial en que los cursos pequeños confluyen en otros mayores, a lo largo de las décadas consolida sus espacios de confluencia y sus recorridos habituales, sirviendo también de memoria viva para el país y sus habitantes.

Sin embargo, demasiado a menudo las vías constrictoras de la participación funcionan como auténticos diques de contención de muchas otras potencialidades no tan adaptables, que al no tener salida fácil se acumulan en los márgenes del engranaje y en espacios recolectores, o circulan por vías subterráneas esperando el momento de tornarse visibles y de irrumpir en la superficie. Esa situación puede alargarse durante mucho tiempo, pero tarde o temprano se producen nuevas situaciones en las que se hace imposible retener por más tiempo ese caudal latente: cambios climatológicos imprevisibles (aparición de nuevas tecnologías, fenómenos globales, hechos aislados que actúan como detonantes), una política excesivamente conservadora que tensiona hasta el extremo la viabilidad de los sistemas de canalización existentes, agresiones o cambios súbitos en el trazado consolidado de la vida comunitaria, etcétera.

Cuando los condicionantes se modifican o desaparecen, se desata todo el potencial retenido y acumulado hasta el momento, desbocando los cauces establecidos, arrollando a su paso procesos e instituciones poco sólidas, explorando nuevos circuitos y lugares, inundando la tierra y llegando donde nunca llegan las aguas habitualmente, incluso borrando del mapa algunos meandros excesivamente forzados. Es un bello espectáculo de creación y destrucción, que transitoriamente da al terreno un nuevo relieve, depositando nuevos aluviones, generando espacios inexistentes y modificando las categorías y planificaciones precedentes. Se sobrepone el nuevo caudal al lecho asociativo, ensanchándolo, asumiendo consuetudinariamente su trazado secular pero a la vez desbordando sus límites y multiplicando exponencialmente por doquier su efecto transformador y fertilizante.

Tras la riada, que puede durar días o semanas (incluso más en algunos casos), se va atenuando otra vez el volumen fluvial. Como el discurrir más o menos pacífico de la corriente asociativa, el horizonte final es siempre una evaporación de la acción participativa una vez realizada, que sirve de base para su posterior condensación y reabsorción para mantener en funcionamiento las sociedades humanas. Al cabo de un tiempo las aguas torrenciales dejan de circular, pero en su camino han dejado un rastro visible y reconocible, que a menudo implica cambios importantes en la configuración de las poblaciones, en la política de contención y en los canales establecidos para su gestión. Algunos diques y puentes derribados ya no se reconstruirán, otros lo harán tomando en cuenta esa crecida como precedente. Quizás se estime conveniente repensar el circuito

de canalización para darle más amplitud (o para reforzar sus limitantes, tentando irresponsablemente la suerte para la próxima vez). Pero seguramente su impacto más destacable y percedero sea el hecho de pasar a ocupar un lugar en la memoria colectiva y de incitar a nuevas realidades, puesto que algunos campos y parajes inundados durante ese tiempo extraño sin duda fructificarán como nunca antes lo hicieron.

1.3. PARTICIPAR EN UNA SOCIEDAD-RED

Se ha escrito y se sigue escribiendo mucho sobre unas generaciones actuales de jóvenes que han nacido ya en un entorno y una era digitales, donde las dimensiones *online* y *offline* se entremezclan y confunden, tornando sus límites borrosos y propiciando una forma inédita de desarrollar las relaciones humanas en todas sus múltiples facetas: personales y afectivas, profesionales y productivas, políticas y participativas. Todo ello ha llevado a diversos teóricos de la sociedad posmoderna a preguntarse acerca del digitalismo y de los cambios que este nuevo paradigma puede conllevar en las sociedades contemporáneas. Si es cierto, como atestiguan algunos estudios, que la edad es un factor determinante para medir la penetración de la sociedad-red (Feixa, 2014: 191), cabe preguntarse si es posible que la brecha digital esconda, en el fondo, una ruptura generacional producida por una situación histórica sin precedentes, en la que los más jóvenes disponen de más habilidad y competencias en el desarrollo tecnológico que la población adulta aún situada en el poder político, económico y simbólico.

De esa interiorización del carácter de la sociedad-red surgen nuevas cosmovisiones que a su vez conllevan renovados modelos de conducta y de referentes morales, como lo son las bases ideológicas de la llamada ética *hacker* o *nética* (Himanen, 2002) compuesta por la defensa de la libertad de expresión, los derechos civiles y la libre circulación de información, el rechazo activo a la autoridad y la oposición al abuso de poder por parte de los Estados, una conciencia ciudadana emergente como actor de cambio y una economía política basada en la cooperación entre iguales. El debilitamiento de los mecanismos tradicionales de articulación social —familiar, laboral, política, comunitaria— sumado al estancamiento del modelo socioeconómico vigente y de las formas clásicas de ejercer el gobierno (Equipo IGO.net, 2014: 128-133) nos conducen a un escenario que precisa de profundas transformaciones para garantizar la viabilidad de las sociedades democráticas. No está muy claro cómo debe ser resuelto ese conflicto potencial entre generaciones, ni tampoco si esa nueva ética será hegemónica entre las nuevas juventudes, aunque algunas visiones alertan de la posibilidad de que nos estemos encaminando hacia un choque frontal entre concepciones antagónicas —nativos analógicos vs. nativos digitales— de entender la estructuración social. Siguiendo a Margaret Mead y a Don Tapscott sobre el papel de la juventud como vanguardia cultural, hay quien se pregunta: ¿qué aportación pueden hacer los y las jóvenes en este contexto, como profetas de un nuevo estadio del desarrollo social y cognitivo? (Feixa, 2014: 185-188).

En paralelo a estas consideraciones generales es preciso interrogarnos sobre los cambios que la Red de redes está provocando en las formas de organización y participación política. Resulta obvio que Internet proporciona un nuevo espacio virtual que altera y distorsiona las continuidades

físicas existentes, haciendo posible el acceso a un volumen de información casi infinito, y a la vez permitiendo a los usuarios pasar de simples consumidores ubicados al final del proceso comunicativo en productores de mensajes y nuevos códigos, en una nueva dimensión de interactividad multipolar que sin duda puede ejercer una influencia directa en las relaciones de poder de las sociedades desarrolladas. Volviendo a los jóvenes, muchos se han preguntado si la consolidación de estas nuevas tecnologías puede convertirse en un factor capaz de comprometer a las nuevas generaciones con los asuntos de la esfera pública, actuando como puerta de entrada a la activación de una conciencia social y política. Parece ser que hay una relación clara entre la participación en línea y la participación presencial, por cuanto la gente joven que toma parte en espacios del *clicktivism* suele hacerlo también en procesos en la vida real y viceversa, pero no está muy claro que la proliferación de plataformas digitales conlleve necesariamente a una ampliación y fortalecimiento *per se* de la cultura cívica entre la juventud que previamente no está implicada en lo más mínimo: “La idea de que la acción cívica en línea y la acción cívica fuera de línea residen en reinos separados con participantes por separado fue muy debatida, pero en última instancia, muchos la consideraron insostenible” (Banaji y Buckingham, 2011: 186). De hecho, la dicotomía *online/offline* no es tal, sino que es más preciso hablar de un mismo fenómeno sin solución de continuidad, como dos extremos de un *continuum* de formas de participación. Puede afirmarse, incluso, que aunque muchos movimientos sociales actuales nacieron en la Red, no devinieron tales hasta que ocuparon el espacio urbano de manera permanente, por medio de ocupaciones o manifestaciones continuadas, lo que refuerza el carácter territorial y espacial de las revoluciones a lo largo de la historia, pasando del espacio de los lugares al “espacio de los flujos” (Castells, 2012: 72). No hay que infravalorar el componente de experiencia vivencial que supuso para las personas participantes del 15-M coincidir en las plazas y escenarios de confrontación, sin el cual muy posiblemente no se hubiera producido el proceso masivo de politización que tuvo lugar.

En su dimensión más operativa, las tecnologías de la información y la comunicación también han tenido un impacto destacable entre las entidades juveniles, un particular que se aborda de forma más profunda en otros capítulos de esta publicación. En términos generales, se aprecia un replanteamiento de la producción y los circuitos que siguen los discursos de los distintos colectivos, que han integrado la Red como el mecanismo de comunicación interna y externa por excelencia gracias a su componente de eficiencia, rapidez y ahorro de recursos materiales y económicos.

Dentro del conjunto de las formas más *clásicas* de asociación, entre las cuales se encuentran las llamadas “organizaciones políticas convencionales”, la asimilación de las TIC es todavía de carácter preeminentemente instrumental, concebidas sobre todo como un canal para amplificar y extender la difusión y el alcance de su mensaje, que sigue respondiendo fundamentalmente a una lógica unidireccional de dentro hacia afuera, puesto que el motivo de existir de esas entidades es la producción de un sentido de identidad fuerte y la necesidad de una mínima coherencia ideológica del discurso. También se han incorporado nociones de digitalización en los procesos organizativos y de toma de decisiones, adoptando aplicaciones y herramientas que actúan como facilitadoras de la deliberación interna y que minimizan la necesidad de la presencialidad física de los y las participantes, tales como encuestas, cuestionarios, entornos de trabajo y documentos compartidos, etcétera. Sin embargo, es cierto que la *cadena de mando* sigue respondiendo a

un tipo de organigrama “cerrado”, que no implica necesariamente que tenga un carácter vertical y jerárquico, pero sí suele precisar de una asignación clara de cargos, competencias y responsabilidades de las diferentes partes de la estructura asociativa, en general con poca o muy poca permeabilidad a eventuales *inputs* externos que puedan producirse.

En el caso de las nuevas organizaciones políticas, organizaciones políticas no convencionales o COPA, la penetración de las lógicas nodales y autodistribuidas de las redes parece ser mucho mayor. En efecto, analizando los fenómenos de movilización e incidencia como el 15-M se puede llegar a la conclusión de que éstos funcionan como auténticos ecosistemas políticos en los que se condensan diversos experimentos y dinámicas propias de la *tecnopolítica*, definida como la capacidad grupal “de apropiación de herramientas digitales para la acción colectiva” (VVA, 2012: 8). La capacidad de usar redes sociales como Facebook o Twitter para la propagación viral del mensaje —según un esquema de distribución y replicación activa mucho más complejo que en el esquema unidireccional—, así como para gestionar la incorporación y la politización de cientos y miles de personas que hasta el momento no tenían ninguna vinculación con las causas, no tiene comparación con la de las organizaciones políticas más convencionales, incapaces por ahora de adaptarse a los ritmos y las topografías cambiantes de las movilizaciones-red. Está por ver, sin embargo, si ese aparente divorcio entre formas de implicación política acaba por convertirse en una competición irreconciliable entre modelos contrapuestos, o si por el contrario redundan en una acomodación de las diferentes experiencias y estructuraciones dentro de un contexto de más complejidad que permita, al menos en el ámbito de la participación juvenil, procesos de combinación e hibridación de las distintas modalidades (como empieza a producirse en los casos de “institucionalización” de colectivos nacidos en el seno del 15-M y la tecnopolítica, como Podemos, Guanyem Barcelona, los distintos Ganemos o el Partido X, toda vez que las organizaciones políticas más convencionales se afanan en integrar las tendencias metodológicas y organizacionales más novedosas de las llamadas “redes ciudadanas”).

El mayor conocimiento y el perfeccionamiento de la intuición sobre las características y potencialidades de Internet y las autopistas de la información digital hacen posible nuevas prácticas políticas, como en épocas pasadas lo hicieron otros avances de la técnica con los que se pudieron superar los estadios más simples de la acción colectiva. Sin embargo, debemos ser cautos en la asunción de un excesivo determinismo tecnológico que resulte reduccionista y simplificador. Algunas interpretaciones entusiastas de la revolución informática han querido ver en la expansión del uso de las redes sociales un elemento de liberación al servicio de la causa democrática, pero esa euforia por el supuesto *efecto democratizador* de las herramientas digitales no se apoya en datos empíricos y podría, de hecho, estar pasando justo lo contrario. El impacto de Facebook y Twitter en las Primaveras Árabes no fue, según algunos autores, más determinante que el de las emisiones de la MTV en las movilizaciones que llevaron a la caída del muro de Berlín, aunque en el relato político y periodístico que se difundió en un Occidente cegado por el “ciberutopismo” se hiciera un gran hincapié en la profusión de mensajes e información a través de esas redes sociales (Morozov, 2012). Quizá hemos sobreestimado con demasiada ligereza el papel redentor de Internet, convencidos de que esa fuente inagotable de datos y conocimiento era de forma consustancial enemiga del poder omnipresente del Estado, cuyas estrategias de dominación política en el siglo XX se caracterizaron por el control sobre la circulación de información. Sin em-

bargo, los gobiernos autoritarios de todo el mundo están aprendiendo también a usar la Red en su favor, aplicando nuevos tipos de censura y de promoción de contenidos tolerados, y la sobreinformación existente en la actualidad, que hace muy difícil la identificación de fuentes rigurosas y fiables, juega en favor de una igualación de los discursos disponibles, induciendo a un cierto relativismo moral. De hecho, también las agrupaciones humanas que se generan a partir de la esfera digital suelen ser redes instantáneas de composición débil y reactiva, construidas por afinidades que sin embargo pueden no ser suficientes para la construcción de proyectos políticos concretos en el medio y largo plazo (Castells, 2012).

Al mismo tiempo, todo apunta a que las desigualdades sociales existentes en el mundo físico (fundamentalmente las diferencias de clase) se reproducen con tanta o más intensidad también en la dimensión virtual (Banaji y Buckingham, 2011: 180-181; Feixa, 2014: 191-192) dibujando un contorno de la brecha digital alternativo al del abismo generacional, que consolida también en el ciberespacio las relaciones de poder propias de la economía capitalista. Esta constatación constituye una cuestión crítica para los movimientos sociales que se expresan y organizan a través de la Red, ya que una parte importante de la población a la que apelan podría no estar en condiciones de recibir, procesar y responder adecuadamente a su mensaje o propuestas de acción política. Hay ciertos perfiles que parecen ser más frecuentes en su núcleo —gente de 26-36 años, con estudios superiores y sólidos intereses sociales y comunitarios³— pero otros sectores demográficos no están aparentemente tan implicados y/o representados; entre ellos, también, queda fuera de cuadro una parte muy importante del segmento joven. La inquietante ausencia de los menores de treinta en los proyectos políticos nacidos de ese impulso regenerador con toda probabilidad está relacionada, todavía, con la exclusión social y el destierro secular de la juventud del ámbito de la política *stricto sensu*. Al igual que las capas más humildes y desposeídas de la sociedad, se han acostumbrado a proyectar su influencia política desde los márgenes, a través de entidades propias y procesos autónomos respecto del mundo adulto, y todo parece indicar que la fractura tardará un tiempo en cicatrizar debidamente. Cómo superar esas barreras invisibles debería ser, a nuestro juicio, una tarea primordial para garantizar la continuidad y la representatividad —aunque aquí puede resultar un término muy polémico— de estos nuevos colectivos políticos.

Tomando en cuenta todas estas reservas, sin embargo, no hay duda de que la revolución digital y la irrupción de novedosos procesos de politización abre ante nosotros un nuevo campo por recorrer, que tal vez reserve aún sus más sorprendentes e insospechadas realizaciones. En una sociedad que a menudo denuesta y menosprecia la aportación social de la gente joven, este escenario de nuevas emergencias y su más que probable consolidación en el futuro, así como su coexistencia e interrelación con otras formas de participación y empoderamiento juvenil, genera expectativas muy estimulantes y nos permite soñar con un horizonte donde los derechos sociales y políticos de la juventud, y por extensión de toda la ciudadanía, puedan satisfacerse de forma efectiva a partir de modelos más justos, igualitarios y cooperativos de organización colectiva.

3. Encuesta 15-M, 2013. Realizada por eldiario.es

Disponible en <http://es.scribd.com/doc/141608392/Resultados-Encuesta-15M-2013-Google-Docs-4300>

BIBLIOGRAFÍA RELACIONADA

- Ahn, N.; Mochón, F. y De Juan, R. (2012). "La felicidad de los jóvenes". *Papers. Revista de Sociologia*, 97/2: 407-430.
- Albaigés, B. (dir.); Sisto, V. y Román, J. A. (2004). *Crisi del treball i emergència de noves formes de subjectivitat en els joves*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Banaji, S. y Buckingham, D. (2011). "Los jóvenes y la participación cívica en línea. Principales conclusiones de un proyecto de investigación europeo", en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra: 175-191.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2008). *Una nova escena del drama entre vell i jove / New performance of the old vs. young drama*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Beck, U. (2006) [1986]. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Benedicto, J. (2011). Construint la ciutadania juvenil. Marc teòric per a les polítiques de joventut i ciutadania. *Ponencias de las XXIX Jornades de Polítiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Bontempi, M. (2003). "Viajeros sin mapa. Construcción de la juventud y trayectos de la autonomía juvenil en la Unión Europea", *Revista de Estudios de Juventud*, 63: 25-44.
- Borja, J. (2011). "Espacio público, jóvenes y derecho a la ciudad", en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra: 69-90.
- Bourdieu, P. (2002) [1978]. "La 'juventud' no es más que una palabra", en Bourdieu, P. *Sociología y cultura*. México DF: Grijalbo: 163-173.
- Canellas, N. (2007). "Joves i espai públic. Ens han pres la plaça?", en *Joventut i polítiques de joventut. 25 aportacions*. Barcelona: Diputació de Barcelona: 163-169.
- Casal, J. (1996). "Modos emergentes de transición a la vida adulta en el umbral del siglo XXI: aproximación sucesiva, precariedad y desestructuración", *REIS*, 75: 295-317.
- Casal, J. (2008). "L'emancipació dels joves com a qüestió social, sociològica i política". *Ponencias de las XXVI Jornades de Polítiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza.
- Claret, A. (2013). *Tot el poder als joves! Apoderament juvenil i democràcia avançada en temps de crisi*. Barcelona: Edicions Els Llum.
- Consejo de la Juventud de España (2014). *Observatorio de Emancipación nº 6, segundo trimestre de 2014*. Madrid: CJE. Disponible en <http://www.cje.org/descargas/cje5796.pdf>

Consell Nacional de la Joventut de Catalunya y Observatori del Tercer Sector (2013). *Estudi del moviment associatiu juvenil a Catalunya. Informe*. Disponible en http://www.cnjc.cat/documents/2013-04_informe_maj.pdf

Comas, D. (2007). *Las políticas de juventud en la España democrática*. Madrid: INJUVE.

Comas, D. (2011). "¿Por qué son necesarias las políticas de juventud?". *Revista de Estudios de Juventud*, 94: 11-27.

Delgado, M. (1999). *La violència com a recurs i com a discurs*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Delgado, M. (2011). "Distinción y estigma. Los jóvenes y el espacio público urbano", en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra: 27-42.

Direcció General de Joventut i Direcció General de Relacions Institucionals i amb el Parlament (2012). *Enquesta sobre participació i política a Catalunya 2011. Avançament de resultats*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Domènech, X. (2008). *Entre el poder i la societat. El Consell Nacional de la Joventut de Catalunya. 25 anys de democràcia juvenil*. Barcelona: Fundació Francesc Ferrer i Guàrdia.

Duarte, C. (2012). "Sociedades adultocéntricas: sobre sus orígenes y reproducción". *Última década*, 36: 99-125.

Equipo IGOPI (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Espluga, J.; Baltiérrez, J. y Lemkow, L. (2004). "Relaciones entre la salud, el desempleo de larga duración y la exclusión social de los jóvenes en España". *Cuadernos de Trabajo Social*, 17: 45-62.

Feixa, C. (2014). *De la generació@ a la #generació. La joventut en la era digital*. Barcelona: Ned Edicions.

Ferrer, M. (2009). "La participació política dels joves i les joves a Catalunya. Una visió general". *Ponències de les XXVII Jornades de Polítiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

Figueras, M. y Mauri, M. (2010). *Mitjans de comunicació i joves. Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Furlong, A. y Cartmel, F. (2001). *Els contextos canviants de la joventut*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Goig, J. M. y Núñez, M. A. (2011). "El fomento de la juventud participativa. Tratamiento constitucional, desarrollo legislativo y políticas públicas". *Revista de Estudios de Juventud*, 94: 29-48.

González, I. (coord.); Collet, J. y Sanmartín, J. (2007). *Participació, política i joves. Una aproximació a les pràctiques polítiques, la participació social i l'afecció política de la joventut catalana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.

Marcuello, C. y Marcuello, Ch. (2014). "Escasa participación cívica, débil capital social". Fundación Encuentro: <http://www.informe-espana.es/escasa-participacion-civica-debil-capital-social>.

Mir, J. (coord.) et al. (2013). *Moviments socials i joves activistes. Una aproximació qualitativa de la participació de la joventut en organitzacions polítiques no convencionals*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Miró, I. y Oriz de Villacian, D. (2001). *Treball, valors i canvi. Les ruptures en la precarietat*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Moreno, A. y Rodríguez, E. (2013). *Informe Juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE.

Morozov, E. (2012). *El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.

Pollock, G.; Grimm, R. y Ellison, M. (2014). "Young People's understanding of History and Contemporary Politics: Trust, Representation and Barriers to participation", presentación de resultados preliminares del proyecto de investigación europeo MYPLACE. Disponible en http://www.fp7-myplace.eu/documents/policy-forum/141120_MYPLACE_Brussels_10%202.pdf

Rodríguez, E. y Ballesteros, J. C. (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Roszak, T. (2005) [1968]. *El nacimiento de una contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil*. Barcelona: Kairós.

Sánchez, C. (2010). *Condicions de vida i hàbits socials de la joventut a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Serracant, P. (2012). «Generació ni-ni», estigmatització i exclusió social. *Gènesi i evolució d'un concepte problemàtic i proposta d'un nou indicador*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Serrano, J. (dir.); Sempere D. y Martín, G. (1999). *Joves i participació a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Soler, R. (2013). *Democràcia, participació i joventut. Una anàlisi de l'Enquesta de participació i política 2011*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Subirats, J. (2013). *La transición inaplazable. Salir de la crisis desde los nuevos sujetos políticos*. Barcelona: Icaria.

Taberna, F. y Campos, L. (2014). *Calidad empleo joven. Becarios y prácticas. Informe final*. Disponible en <http://www.cje.org/descargas/cje5465.pdf>

Trilla, J. (coord.) (2011). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

Vidal, P. (coord.) et al. (2006). *El movimiento asociativo juvenil: escuelas de ciudadanía. La valoración social de los aprendizajes en las organizaciones juveniles*. Madrid: CJE.

VVAA (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones. Sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icaria.

Wolf, M. y Savage, J. (2011). *The Role of Youth*. Micro-documental publicado en la plataforma Op-Docs de *The New York Times* [04/12/2014].

Disponible en <http://www.nytimes.com/video/opinion/100000001204421/the-role>

2. NI CONTIGO NI SIN TI.

Los jóvenes ante la crisis política: legitimidad de las instituciones, despolitización y politización alternativa

2.1. INTRODUCCIÓN

Se ha hablado mucho de la crisis de confianza en las instituciones políticas españolas. La relación entre ciudadanos, partidos e instituciones representativas se ha debilitado recientemente, en especial desde el inicio de la crisis económica. La intensidad de esta crisis de confianza política, vista en perspectiva comparada, es muy fuerte. Sin embargo, la mera constatación de que los niveles de confianza política son muy bajos no nos lleva demasiado lejos en la comprensión de las tendencias de fondo que estos datos expresan.

En este capítulo analizamos los principales resultados de una encuesta dirigida a jóvenes de entre 18 y 25 años realizada en el mes de junio de 2014. La intención del trabajo es entender qué pautas de relación tienen los jóvenes con la política en general y con el sistema político-institucional, por un lado, y las formas alternativas de acción colectiva por el otro.

Por ello, nos fijamos en diferentes componentes de dicha relación. En primer lugar, ahondamos en la denominada crisis de legitimidad de las instituciones políticas españolas. Analizaremos hasta qué punto, y con qué intensidad, se ha difundido la desafección institucional entre los y las jóvenes encuestados. Concretamente, nos centraremos en tres dimensiones de las actitudes hacia las instituciones políticas: primero, la confianza institucional —considerada el vínculo fundamental entre ciudadanos e instituciones—. En segundo lugar, nos fijaremos en la percepción de receptividad del sistema a las demandas ciudadanas (*responsiveness*). Y finalmente nos detendremos en estudiar las percepciones que tienen los y las jóvenes de las posibilidades que tienen las instituciones democráticas del Estado para influir en los asuntos fundamentales o su subordinación a poderes económicos e instituciones internacionales. Esta última dimensión, que denominaremos “impotencia democrática” siguiendo el término propuesto por Ignacio Sánchez Cuenca (2014), no se analiza habitualmente en los trabajos sobre la desafección política pero en el contexto actual puede tener importancia, sobre todo por el enlace entre las actitudes hacia el sistema y la disposición a la intervención política.

Es precisamente esta disposición la que analizamos en el siguiente apartado, en el que abordamos la cuestión de la supuesta despolitización de los y las jóvenes. A pesar de la abundante literatura sobre la cuestión (Galais, 2012; García y Martín, 2010), que señala las tasas inferiores de participación política del segmento más joven de los ciudadanos, existe un debate importante en la literatura sobre hasta qué punto está despolitización es tal o esconde un proceso de repolitización alternativa que los indicadores tradicionales no alcanzan a capturar (Soler, 2013, 2014).

Para afrontar esta cuestión analizamos indicadores clásicos como el interés por la política o la eficacia política interna, la disposición a participar y la percepción de utilidad del voto y otras formas de participación política, ya sean convencionales o no convencionales.

Tras el repaso descriptivo de las principales dimensiones de la cuestión, desarrollamos una tipología que nos permite clasificar a los jóvenes según su orientación más o menos crítica hacia las instituciones de la democracia representativa, por un lado, y sus niveles de politización o despolitización por el otro. Esta tipología nos permite separar con claridad la cuestión de la orientación crítica hacia el sistema político de la cuestión de la despolitización. La elaboración de la tipología es un paso previo para el análisis explicativo, en el que nos centramos en los correlatos —actitudinales y sociodemográficos— de las dimensiones analizadas.

El cuadro general que dibuja el análisis descriptivo de los datos nos ofrece algunas claves interpretativas del momento político actual que pueden ser de utilidad para comprender algunos procesos de transformación de la relación entre la ciudadanía y la política que hay en marcha en estos momentos. A pesar de las dificultades para extraer conclusiones que conlleva la naturaleza de los datos que analizamos y el contexto de fuerte inestabilidad política en el que fueron recogidos, podemos tentativamente subrayar algunas tendencias claramente identificables. Los jóvenes encuestados se muestran muy mayoritariamente críticos con el funcionamiento de las instituciones de la democracia representativa actualmente existente. Los niveles de desconfianza política y, en especial, de rechazo a actores clave del sistema como partidos o sindicatos son muy elevados. Existe, pues, un amplio consenso negativo con respecto a los protagonistas del sistema político e institucional actual.

Sin embargo, simultáneamente, se detectan actitudes mucho más ambiguas respecto a los procedimientos y modalidades de participación en el sistema. Una proporción elevada de encuestados muestra niveles más que razonables de confianza en la posibilidad de cambiar las cosas y es optimista respecto a la propia capacidad de intervención en la esfera pública mediante una combinación de mecanismos de participación. Pero entre estos mecanismos destaca la participación electoral. La confianza en el voto como mecanismo para cambiar las cosas es muy fuerte entre los jóvenes encuestados. Además, esta combinación entre confianza en la posibilidad de cambiar las cosas y confianza en el voto como palanca central de esta posibilidad de cambio no está reñida con una cierta confianza y simpatía hacia formas alternativas de participación, incluyendo los movimientos vinculados a la protesta contra las políticas de austeridad, pero también acciones de desobediencia social y política, como bloqueos de instituciones, escraches u ocupación de espacio público.

2.2. EL CONTEXTO: DE LA CRISIS ECONÓMICA A LA CRISIS POLÍTICA

El contexto en el que se inscribe la encuesta hace especialmente relevante la investigación sobre la relación de los jóvenes con el sistema político y con las formas alternativas de politización (véase, al respecto Berlinguer y Martínez, 2014). Se cruzan, en el momento actual, al menos cuatro fenómenos con la potencialidad de transformar dichas relaciones de manera sustantiva y, quizás, perdurable.

Por un lado, la crisis económica que arranca en 2008 ha modificado radicalmente las condiciones materiales de vida de la población española y, singularmente, las expectativas de futuro de la población joven. Las derivadas más evidentes de la crisis tienen que ver con la inserción de los jóvenes en el mercado de trabajo: las tasas de paro juvenil en el Estado español, que lo sitúan a la cabeza de los países de la OCDE, la sobrecualificación (Barone y Ortiz, 2010) y la creciente emigración económica. Esto está vinculado con los cambios ya observables en patrones de transiciones vitales (emancipación, reproducción, etc.) (Moreno *et al.*, 2012).

Es difícil exagerar el impacto de la crisis sobre la vida actual y las perspectivas de futuro de los jóvenes. Dado que sabemos que las circunstancias económicas —individuales y colectivas— tienen un papel fundamental en la conformación de las actitudes políticas, podemos esperar que la relación de la generación de entre 18 y 25 años haya desarrollado unas pautas de relación con el sistema político muy condicionadas por el contexto económico. Elzo *et al.* (2014) muestran cómo se ha deteriorado la confianza política en los últimos años entre los jóvenes españoles. Si esto se sustancia en una desvinculación subjetiva respecto al sistema político-institucional o respecto a la política en general, y qué perfiles de jóvenes responden al contexto con la despolitización o con una repolitización alternativa es algo que está aún pendiente de investigar.

Las situaciones personales de desempleo y precariedad, así como las frustraciones en las expectativas futuras de seguir una trayectoria vital similar a la de los referentes de generaciones inmediatamente anteriores, son motores potenciales de transformación de las actitudes políticas.

Al mismo tiempo, la creciente incapacidad de las instituciones de la democracia representativa para actuar de manera efectiva sobre las condiciones materiales de vida de sus ciudadanos y la impotencia de los agentes que tradicionalmente han canalizado las demandas sociales para llevarlas a cabo han afectado sustancialmente a la percepción que la ciudadanía tiene de las instituciones (Muro y Vidal Lorda, 2014; Torcal, 2014).

Pero no deberíamos limitarnos a una concepción unidireccional de la relación entre ciudadanía y sistema político. En esta crisis hemos vivido episodios muy significativos de protagonismo ciudadano. Así, la extensión, intensidad y naturaleza del ciclo de protesta que arranca a partir del 15-M es una de las derivadas de esta doble crisis que puede, a su vez, haber tenido efectos sobre las actitudes políticas de los que participaron y/o lo experimentaron más o menos directamente (ver Anduiza *et al.*, 2012, Anduiza, Cristancho y Sabucedo, 2014). En este sentido, el propio ciclo de protesta puede concebirse simultáneamente como consecuencia y causa de la transformación de las actitudes políticas de los ciudadanos y, en especial, del segmento joven. Sabemos que eventos políticos relevantes que se producen en el período de los años impresionables (transición de la juventud a la edad adulta) tienen una gran capacidad de influencia en las actitudes políticas básicas (Galais, 2008). Como señala Megías Quirós (2014), “los años de crisis han provocado una cierta inflexión en la manera de encarar la política: actitudes más implicadas, más abiertas a la participación colectiva, que trascienden la concepción de que ‘la política es cosa de los políticos.’”

Además, todo indica que esto no termina en la ola de movilizaciones más directamente vinculadas al 15-M. El surgimiento de alternativas político-electorales vinculadas a dichos movimientos es una expresión que puede tener, si cabe, aún un mayor efecto también entre los segmentos de la juventud menos vinculados con las prácticas políticas de los movimientos. Los indicios que tales al-

ternativas apuntan hacia una profunda reconfiguración del sistema de partidos español hacen que debamos seguir su impacto si queremos ser capaces de entender las dinámicas de la relación entre el segmento más joven de la ciudadanía del Estado español y su sistema político-institucional. No debería pasar desapercibido el hecho de que los datos muestren una amplia brecha generacional en el apoyo a las nuevas opciones, y singularmente a Podemos¹. Se trata de un indicador claro de transformación de la relación de los jóvenes con la política y el sistema político que debemos analizar.

2.3. CRISIS DE LEGITIMIDAD Y (DES)POLITIZACIÓN: HACIA UNA TIPOLOGÍA

Para afrontar el estudio de la relación de los jóvenes con el sistema político en el contexto de la actual crisis política, es conveniente sistematizar analíticamente las dimensiones a observar, ya que se trata de un fenómeno tan amplio y potencialmente multidimensional que, sin una estructura analítica clara, puede resultar difícil orientarse.

	CRÍTICOS	SATISFECHOS
POLITIZADOS	Baja confianza política Baja percepción de receptividad Alta influencia ciudadanía Impotencia democrática Alto interés y eficacia Percepción utilidad y disposición a acción colectiva / protesta disruptiva	Alta confianza política Alta percepción de receptividad Alta influencia ciudadanía Alto interés Percepción utilidad del voto y acciones convencionales
DESPOLITIZADOS	Baja confianza política Baja percepción de receptividad Impotencia democrática Bajo interés Cinismo sobre acción colectiva y voto	Alta confianza política Alta percepción de receptividad Bajo interés Cinismo sobre acción colectiva

Estructuramos el análisis a partir de dos dimensiones genéricas. Por un lado tenemos las orientaciones hacia el sistema político-institucional, y por el otro, las orientaciones de los jóvenes hacia su propio papel como agentes políticos. Así, entre las orientaciones hacia el sistema (que es lo que la literatura empírica denomina, genéricamente, apoyo político) podemos identificar actitudes como la confianza política, percepciones de receptividad del sistema (eficacia política externa), y la confianza en la posibilidad de cambio y la percepción de impotencia democrática. Estas actitudes son las que nos informan de la relación que tienen los jóvenes, en tanto que ciudadanos, con las instituciones políticas realmente existentes.

1. Véase el post de José Fernández Albertos: Jóvenes, politizados y camaleónicos: algunas claves del éxito de Podemos en el blog 'Piedras de Papel', 7/8/2014 (http://www.eldiario.es/piedrasdepapel/jovenes-politizados-camaleonicos-claves-Podemos_6_289831035.html)

Por su parte, las orientaciones hacia el propio papel en el ámbito político son analíticamente —y a menudo también empíricamente— independientes del apoyo al sistema institucional, aunque puedan influirse mutuamente. En este apartado podemos estudiar dimensiones clásicas como el interés por la política o la confianza política interna, pero en el contexto de este estudio resulta de mayor interés entender las actitudes de los encuestados hacia las diversas formas de participación política y su relación con las actitudes hacia el sistema institucional.

Cruzando ambas dimensiones, pues, podemos establecer una tipología: por un lado el segmento de **críticos-politizados**, con bajos niveles de confianza política y de eficacia externa, pero con actitudes positivas hacia las posibilidades de influencia ciudadana. En este grupo deberíamos esperar niveles elevados de interés y eficacia política y una amplia disposición a participar políticamente en un repertorio amplio de modalidades de participación y protesta, incluyendo algunas más disruptivas.

En segundo lugar, podemos concebir un grupo de jóvenes **politizados y satisfechos**. Serían jóvenes con niveles moderados de satisfacción con el sistema (confianza y receptividad) y con una visión positiva de la posibilidad de influencia ciudadana. Tendrían bastante interés por la política y estarían dispuestos a la participación mediante canales institucionales y de protesta tradicional, pero no disruptiva.

El tercer grupo de esta tipología es el de los **críticos despolitizados**: jóvenes que acompañan su desconfianza y percepción de cerrazón del sistema con un bajo interés político y una actitud cínica sobre la utilidad y posibilidades de la acción colectiva. Sería el segmento más alejado de la esfera pública, que mira con distancia cualquier fenómeno político. Posiblemente la composición de nuestra muestra infraestime la penetración de estas actitudes.

Finalmente, el cuarto grupo sería el de los **satisfechos y despolitizados**. Estos estarían caracterizados por actitudes positivas hacia el sistema y las instituciones políticas, pero con una orientación pasiva hacia la política: bajo interés y actitudes distantes y cínicas sobre la acción colectiva.

La multidimensionalidad de los fenómenos analizados hace complicado establecer empíricamente la tipología y estimar la prevalencia de los distintos tipos, pero esta clasificación nos sirve como ejercicio para estructurar el análisis que presentamos en este trabajo.

2.4. LOS DATOS: ENCUESTA ONLINE A JÓVENES ENTRE 18 Y 25 AÑOS²

Trabajamos con una encuesta realizada a 921 jóvenes³ de entre 18 y 25 años. La recogida de datos se realizó *online*, mediante un muestreo a partir de un panel de sujetos dedicado fundamentalmente a la investigación de mercado. El panel se compone de sujetos que han sido invi-

2. El análisis que se presenta está realizado sobre la base de datos construida a partir de la encuesta *online* del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, y cuyos resultados están publicados en el texto *Política e Internet. Una lectura desde los jóvenes (y desde la Real)* de Ballesteros, Rodríguez y Sanmartín (2015). Agradecemos al CRS la posibilidad de haber podido trabajar independientemente esa base de datos.

3. Hemos trabajado con la base de datos integra (921 casos), sin someterla a la ponderación realizada en el texto original (808 casos).

tados a participar a partir de grandes bases de datos de correos electrónicos, y reciben una remuneración por su participación. No se permite el autorregistro en el panel con lo que se minimiza el problema de la autoselección. Así mismo, se establecen diversos mecanismos de control para limitar la profesionalización de los encuestados.

La inclusión en la muestra fue condicionada al segmento de edad 18-25 y al uso habitual de las redes sociales. La penetración de Internet en España en el segmento de población estudiado es muy alto, cercano de hecho al 99% (ONTSI, 2014), por lo que no debería ser un obstáculo para su inclusión en el universo. Aun así, la composición socioeconómica de la muestra presenta un claro sesgo hacia los segmentos más educados de los jóvenes y, por lo tanto, de clases sociales más acomodadas. Si bien no es posible establecer una comparación directa, podemos aproximarnos comparando la distribución de estudios completados en la muestra de la encuesta con la misma distribución en el grupo 18-25 años de una encuesta a domicilio del CIS.

Las diferencias observadas son muy grandes, como se refleja en la Tabla 2.1. Los jóvenes con sólo primaria completada están muy infrarrepresentados en la encuesta, mientras que los jóvenes con estudios superiores están muy sobrerrepresentados. La raíz del sesgo puede tener que ver con la composición de los usuarios habituales de las redes sociales, pero también con el procedimiento de reclutamiento para el panel y con el propio muestreo.

**TABLA 2.1. ESTUDIOS COMPLETADOS
(18-25 AÑOS) EN ENCUESTAS CRS Y CIS N° 2919**

	CRS 2015	CIS N° 2919	DIFERENCIA
Primarios (EGB, 1 ^{er} Ciclo ESO)	5,1	36,8	-31,7
Secundarios (Bachillerato, 2° Ciclo ESO)	23,5	26	-2,5
Universitarios (diplomatura, licenciatura o más)	39,3	15,5	23,8
FP/Otra formación profesional	30,7	21	9,7
Prefiero no contestar	1,3	0,7	0,6

Es importante tener en cuenta este sesgo de la muestra con la que trabajamos, puesto que algunas de las variables claves de esta encuesta están fuertemente correlacionadas con el nivel de estudios. Esto es especialmente importante en el análisis de los niveles de politización

—singularmente, del interés por la política y de la eficacia política interna—. Como han mostrado Elzo *et al.* (2014), entre los jóvenes españoles, a mayor nivel de estudios, más tiende a darse importancia a la dimensión social y colectiva. Debemos evitar, pues, hacer inferencias al conjunto de la población de jóvenes españoles a partir de lo observado en esta encuesta: las distribuciones de algunas variables de interés están, seguramente, muy condicionadas por las características de la muestra.

Sin embargo, a pesar de esta limitación, del análisis de la muestra recogida se pueden extraer conclusiones importantes. En primer lugar, porque nos ofrece la posibilidad de analizar el segmento políticamente más activo de la juventud, y probablemente coincide con el sector en el seno del cual se desarrolle la futura clase dirigente española. Esto lo convierte en una parte de la juventud especialmente interesante de analizar, puesto que sus actitudes y comportamiento políticos pueden tener efectos muy relevantes en el panorama político de los próximos años.

2.5. ANÁLISIS EMPÍRICO

Crisis de legitimidad

En este primer bloque nos centramos en la denominada crisis de legitimidad del sistema político. Analizamos hasta qué punto ha llegado la desvinculación de los jóvenes con las instituciones políticas y qué percepciones tienen sobre la receptividad del sistema político, sobre la capacidad ciudadana de influir en él y sobre la propia capacidad de las instituciones para cambiar las cosas.

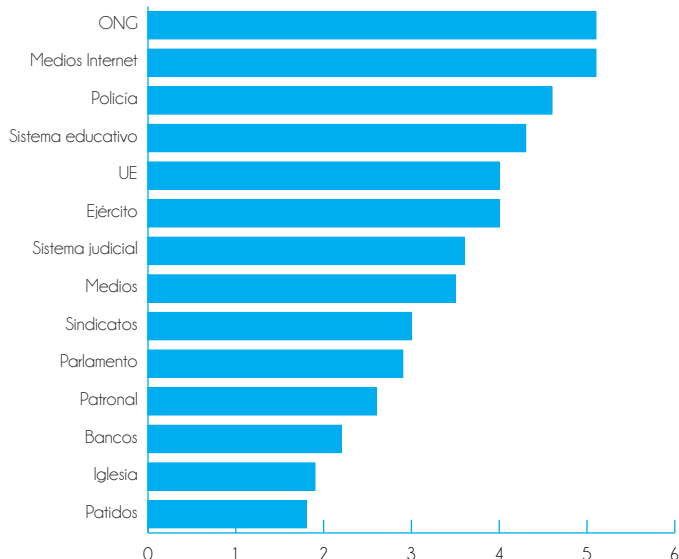
(Des)confianza institucional

La confianza en las instituciones es la actitud política fundamental cuando se quiere analizar el vínculo entre ciudadanos y sistema político. En la encuesta disponemos de indicadores sobre la confianza de los jóvenes en una serie de instituciones, algunas de naturaleza claramente política y otras que, aunque tienen una dimensión política evidente, no forman parte del núcleo de instituciones que conforman el sistema político, como las ONG, los medios de comunicación o el sistema educativo.

Analizados descriptivamente, los resultados de la encuesta nos muestran unos niveles muy bajos de confianza en la mayoría de las instituciones. En una escala de 0 a 10, sólo se sitúan en el punto intermedio las ONG y los medios *online* de comunicación, mientras que todo el resto de instituciones tienen niveles de confianza, en media, inferiores al 5.

Destaca el hecho de que los partidos políticos sean la institución que suscita menos confianza en los jóvenes, con un 1,8 de media y con un 40% de la muestra ubicado en el 0 de la escala (“no confía en absoluto”). Sólo la iglesia católica y los bancos obtienen niveles medios de confianza equiparables a los de los partidos.

GRÁFICO 2.1. CONFIANZA INSTITUCIONAL
(MEDIA 0-10)



El análisis meramente descriptivo presentado en el Gráfico 2.1 apunta a una profunda crisis de confianza entre los jóvenes y las instituciones, en especial algunas de ellas. Sin embargo, un conjunto tan heterogéneo de instituciones puede ser complejo de analizar, puesto que esconde patrones bien diferentes. Así, si realizamos un análisis factorial exploratorio de la confianza en estas instituciones, nos encontramos con una estructura de tres factores claramente definidos que nos permite identificar las dimensiones de la desconfianza institucional. Por un lado, tenemos las instituciones de la democracia representativa, que incluyen también entidades relevantes para el sistema político como los medios de comunicación o los sindicatos y la patronal. Parece que en la conformación de actitudes de los jóvenes, estas instituciones pertenecen al núcleo de lo que podríamos denominar el régimen constitucional junto con los partidos, el Parlamento o la Unión Europea.

En una segunda dimensión encontramos las instituciones tradicionales, como la iglesia, el ejército y la policía, los bancos o, curiosamente, el sistema judicial (aunque éste tiene su peso repartido entre las dos primeras dimensiones). La confianza en estas instituciones tiene una matriz más conservadora y por lo tanto existe una cierta división ideológica en el apoyo que reciben, como veremos posteriormente. Seguramente es esta división ideológica en sus bases de apoyo la que explica que estas instituciones conformen una dimensión separada, puesto que la desconfianza hacia las instituciones políticas es ideológicamente transversal.

Finalmente, existe una tercera dimensión que agrupa las instituciones que ni están directamente identificadas con el régimen político, ni tienen una matriz conservadora, como las ONG, el sistema educativo o los medios de comunicación *online*.

**TABLA 2.2. ANÁLISIS FACTORIAL DE LA CONFIANZA INSTITUCIONAL
(COMPONENTES PRINCIPALES, ROTACIÓN VARIMAX)**

	CRS 2015	CIS N° 2919	DIFERENCIA
Sindicatos	0,84	-0,09	0,30
Patronal	0,82	0,14	0,21
Partidos	0,74	0,35	-0,03
Parlamento	0,64	0,49	0,13
UE	0,48	0,41	0,46
Medios	0,47	0,44	0,33
Iglesia	0,22	0,69	-0,14
Policía	0,16	0,74	0,31
Ejército	-0,01	0,82	0,15
Bancos	0,51	0,58	0,07
Sistema judicial	0,50	0,52	0,28
Medios Internet	0,14	0,10	0,78
ONG	0,31	0,12	0,66
Sistema educativo	0,30	0,29	0,50

La distinción entre estas tres dimensiones, pues, nos permite identificar y aislar lo que los jóvenes encuestados perciben como el núcleo del sistema político vigente. El hecho de que los sindicatos formen parte de modo indiscutible de este núcleo duro es bastante significativo, y apunta hacia la idea de que estas organizaciones no son percibidas como instituciones potencialmente alternativas, sino como mecanismos muy institucionalizados de intermediación dentro del marco del régimen político-económico vigente.

Curiosamente, de los tres grupos de instituciones, la que recoge un nivel medio de confianza más bajo es el de las instituciones políticas (media de 2,8), mientras que las instituciones tradicionales obtienen un 3,2 de media y las otras un 4,8. Son estas últimas las que, por otra parte, muestran un

patrón más transversal de adhesiones, y no guardan relación con la ideología política de los encuestados. En el otro extremo encontramos las denominadas instituciones tradicionales, que tienen unos niveles de apoyo mucho más elevados entre los que se declaran de derechas que entre los de izquierdas. También encontramos ciertas diferencias en el caso de la confianza en instituciones políticas (algo mayor entre los encuestados de derechas), pero en este caso las diferencias son menores. Quizás el apoyo transversal a las instituciones de la tercera dimensión (sistema educativo, ONG, medios *online*) puede ser indicativo de la emergencia de una nueva dimensión que estructura las actitudes políticas de los ciudadanos a partir de la distinción nueva política/vieja política, sin que pueda ser subsumida en el eje izquierda-derecha.

Percepciones de la cerrazón del sistema: la eficacia política externa

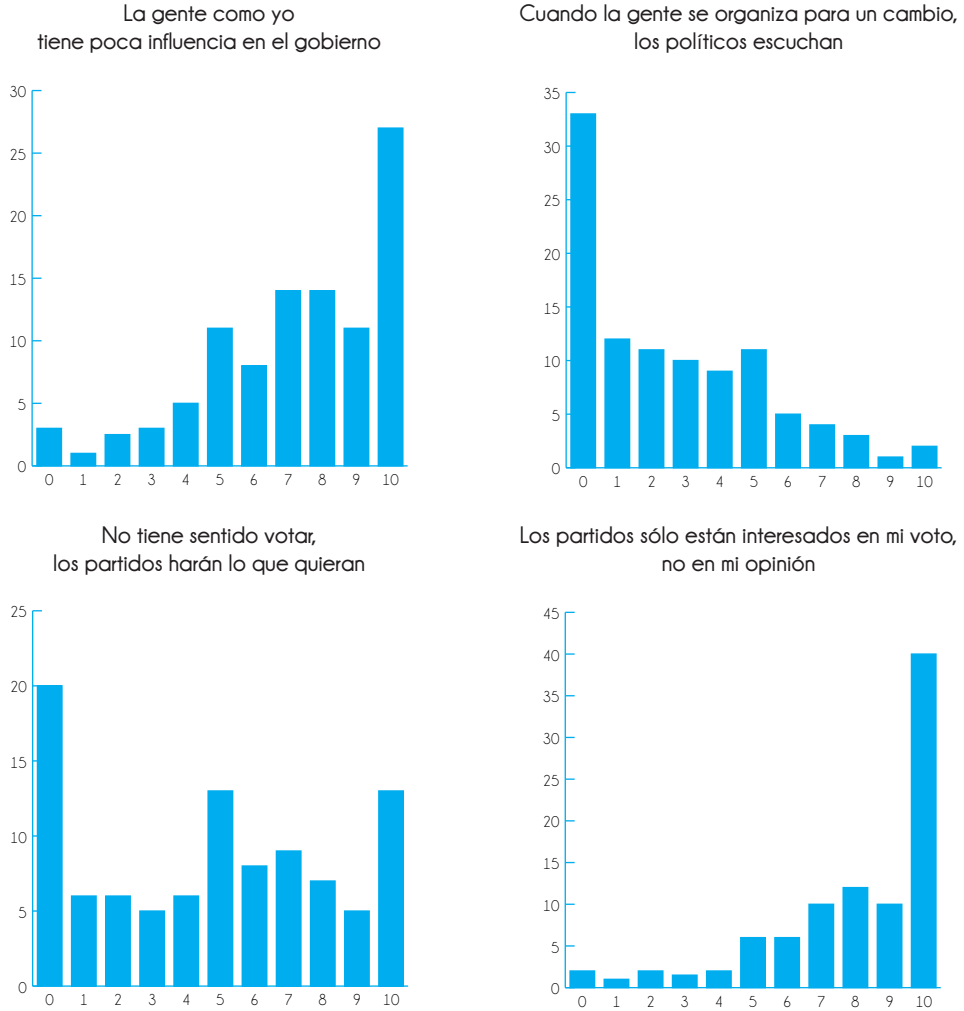
Uno de los fundamentos de la desconfianza es la percepción de la falta de receptividad del sistema político a las demandas ciudadanas. En este sentido, en la encuesta disponemos de cuatro indicadores que tratan de capturar esta dimensión. Tres de ellos se comportan de un modo relativamente similar: “la gente como yo tiene poca influencia en el gobierno”, “los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión” y “cuando la gente se organiza para un cambio, los políticos escuchan”. En los tres casos encontramos distribuciones muy sesgadas hacia arriba o hacia abajo (en función del sentido en que estuviese formulada la pregunta), revelando una percepción claramente negativa de la receptividad del gobierno y el sistema político a las demandas ciudadanas. Los jóvenes encuestados piensan de manera muy mayoritaria que tienen poca influencia en el gobierno y que los partidos/los políticos no son receptivos a las demandas sociales.

En cambio, un cuarto indicador (“no tiene sentido votar, los partidos harán lo que quieran”) arroja una distribución sustancialmente diferente, mucho más equilibrada a lo largo de la escala. La razón fundamental de esta diferencia probablemente es que el enunciado de este ítem tiene dos componentes, uno que hace referencia a la receptividad de los partidos y otro que hace referencia a la percepción de utilidad del voto. Aunque pudiesen estar relacionadas, ambas actitudes son analíticamente separables, lo que genera reacciones un tanto ambiguas al tratar de medirlas simultáneamente. Como veremos en el próximo apartado, la percepción del voto como instrumento útil está muy extendida entre la población joven, y es relativamente independiente de las percepciones de receptividad.

En todo caso, lo que podemos observar con un análisis descriptivo de los datos es que la percepción del sistema político español como un sistema bloqueado a las demandas sociales es ampliamente compartida por los jóvenes encuestados. La desconfianza institucional que hemos analizado en el apartado anterior se fundamenta, pues, también en una percepción de cerrazón del sistema y de dificultad de acceso al mismo.

Sin embargo, ya en este apartado observamos que las actitudes sobre la importancia y utilidad del voto como herramienta de transformación de la realidad no son tan pesimistas como la visión que tienen los encuestados sobre la receptividad del sistema. Es una cuestión que analizamos con más detalle más adelante.

GRÁFICO 2.2. PERCEPCIONES DE LA RECEPTIVIDAD DEL SISTEMA



En todos los casos los valores responden a 0 = nada de acuerdo, 10 = muy de acuerdo.

La impotencia democrática

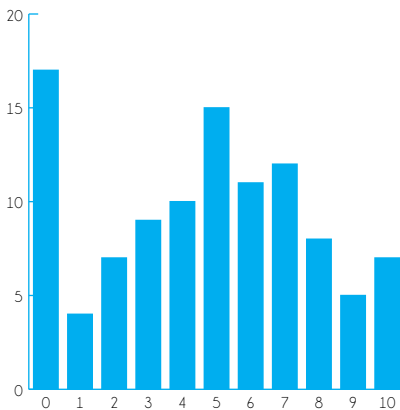
Una de las cuestiones que se han hecho presentes en el debate político en los últimos años es la de la capacidad de las instituciones de la democracia representativa para intervenir de modo efectivo en las cuestiones importantes. Especialmente tras el giro hacia las políticas de austeridad del Partido Socialista a partir de mayo de 2010, el debate sobre la denominada impotencia democrática se ha extendido en España (Sánchez Cuenca, 2014). ¿Hasta qué punto pueden nuestras instituciones intervenir para modificar de manera sustancial las condiciones materiales de vida de sus poblaciones? ¿O estamos totalmente al amparo de fuerzas políticas y económicas que se escapan del control democrático?

La percepción de los ciudadanos de hasta qué punto las instituciones representativas (y, a través de ellas, potencialmente la ciudadanía) pueden definir cuestiones relevantes es una dimensión actitudinal que, aunque no se analiza habitualmente en los trabajos sobre desafección política, sí puede ser potencialmente relevante en nuestro contexto. El debate sobre la posibilidad o no de cambiar las cosas mediante la conquista del poder político sirve de base a respuestas radicalmente diferentes a la crisis política, en términos fundamentalmente de confianza en los canales de la democracia representativa y de voluntad de participación directa en los mismos.

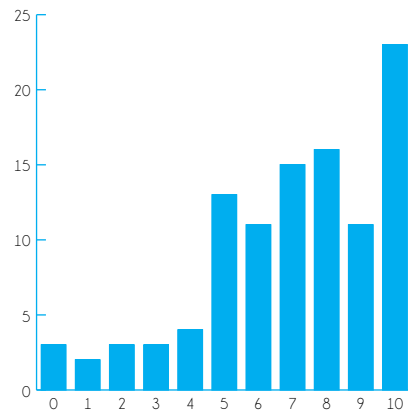
En los datos observamos cómo la idea de la impotencia de las instituciones políticas dista de ser unánime entre los jóvenes encuestados. Aunque muchos de ellos están bastante de acuerdo con la idea de que el gobierno se encuentra sometido a poderes internacionales, lo cual es sin duda lógico y esperable dado el contexto actual, en el cual tanto la UE como otros gobiernos han tenido una influencia determinante en la orientación de la política económica, cuando el indicador incluye de modo explícito la idea de impotencia (“no se puede hacer nada para cambiarlo”), las posiciones de los jóvenes encuestados son mucho más variadas. Así, la distribución que observamos en el primer histograma del Gráfico 2.3 muestra un grado importante de desacuerdo con la idea de que el actual orden de cosas no se puede modificar. De algún modo, este enunciado tiene elementos de impotencia institucional (“los poderes económicos son los que deciden”) pero también elementos de impotencia colectiva (“no se puede hacer nada para cambiarlo”) que los jóvenes rechazan en mayor medida.

GRÁFICO 2.3. PERCEPCIONES DE LA IMPOTENCIA DEMOCRÁTICA

Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo



El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacional



Los valores responden a 0 = nada de acuerdo, 10 = muy de acuerdo.

En definitiva, lo que podemos observar es que, si bien la idea de la limitada autonomía de las instituciones políticas está ampliamente extendida, cuando se deriva de ello la imposibilidad de cambiar las cosas, las posiciones están más divididas. Un porcentaje importante de jóvenes

encuestados se muestra en desacuerdo con esta idea. Parece lejos, pues, la situación en la que los jóvenes estén de manera abrumadora, convencidos de que es imposible alterar el actual orden de cosas.

La distinción entre las posibilidades de cambio y la impotencia de las instituciones representativas en el contexto geopolítico y económico actual es fundamental para entender algunas actitudes y comportamientos de la ciudadanía. La percepción de la limitada autonomía del gobierno en el contexto europeo y de globalización no conlleva necesariamente una alineación respecto a la intervención política de la ciudadanía.

De nuevo, observamos la combinación de una actitud muy crítica con el sistema político, su receptividad y autonomía, pero que no va asociada a una sensación de imposibilidad de cambio. Al contrario, parece que al menos en un segmento importante de los encuestados coexiste la percepción negativa y pesimista del sistema político, con una actitud relativamente optimista sobre las posibilidades de cambio o, al menos, de rechazo a la idea de que el *statu quo* es imposible de cambiar.

Actitudes hacia el sistema político

En definitiva, esto lo que nos dibuja es un cuadro algo más complejo de relaciones entre actitudes hacia el sistema político. Solamente observando las distribuciones de las variables, como hemos hecho hasta ahora, podemos intuir una estructura de relaciones entre ellas, pero un análisis factorial exploratorio nos puede ayudar a entender mejor cómo se relacionan estas actitudes entre sí.

Dicho análisis nos muestra tres dimensiones bastante bien delimitadas. Por un lado tenemos los indicadores que se refieren a las posibilidades de influencia de los ciudadanos, que se agrupan en una sola dimensión. Por el otro, se encuentran los indicadores que tienen que ver con la receptividad o no del sistema (*responsiveness*) y, finalmente, los que tiene que ver con la percepción de la impotencia de las instituciones políticas para decidir autónomamente sobre las cuestiones relevantes.

El hecho de que podamos identificar con claridad estas tres dimensiones nos permite dibujar un mapa más complejo de la denominada crisis de legitimidad del sistema político. Como hemos apuntado, la percepción de cerrazón del sistema político y de impotencia de las instituciones democráticas para actuar autónomamente en el contexto actual son ampliamente compartidas por los encuestados, lo cual muestra bastante claramente la profundidad de la crisis política española.

Sin embargo, en lo que respecta a la primera dimensión, la de la influencia ciudadana, las posiciones son mucho más matizadas y diversas. Una parte relevante de los encuestados rechaza la idea de que los ciudadanos no pueden hacer nada para cambiar el *statu quo*, lo cual puede reflejar un cierto empoderamiento ciudadano relacionado con algunos de los discursos que han desarrollado movimientos sociales y políticos en los últimos años, que precisamente han versado sobre esta cuestión (“sí, se puede”).

TABLA 2.3. ANÁLISIS FACTORIAL DE LAS ACTITUDES SOBRE LA RECEPTIVIDAD E IMPOTENCIA DEL SISTEMA (COMPONENTES PRINCIPALES, ROTACIÓN VARIMAX)

	INFLUENCIA CIUDADANIA	RECEPTIVIDAD DEL SISTEMA	IMPOTENCIA DEMOCRATICA
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	0,5949	0,3661	0,2159
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	0,0423	-0,7851	-0,0074
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	0,8067	0,1236	-0,2565
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	0,3344	0,7106	0,188
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	0,5562	-0,3362	0,544
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	-0,1192	0,1577	0,8792

¿Despolitización o politización alternativa?

Hemos visto cómo las posiciones dominantes entre los jóvenes encuestados indican una desconfianza muy extendida hacia las instituciones políticas, y una percepción de poca receptividad de las mismas hacia las demandas. De todos modos, la percepción de imposibilidad de cambiar las cosas por parte de la ciudadanía no está tan ampliamente extendida, y hemos observado un cuestionamiento importante de esta percepción “fatalista” de la realidad política. Nos fijamos ahora en la dimensión de la implicación política de los jóvenes, con el objetivo de ver hasta qué punto las actitudes críticas hacia el sistema político que hemos observado en el apartado anterior van acompañadas de falta de implicación y desinterés político.

Eficacia política interna e interés por la política

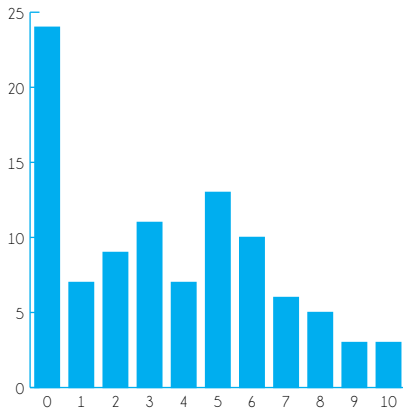
Quizás los dos indicadores más clásicos en esta dimensión sean la eficacia política interna, que mide la percepción de los ciudadanos de su capacidad para entender y actuar políticamente, y el interés por la política.

Observamos en el Gráfico 2.4 que un segmento importante de los jóvenes encuestados rechaza la idea de que la política sea demasiado complicada para ellos. Esto revela unos niveles bastante altos de eficacia política interna, que son significativos puesto que conviven con una per-

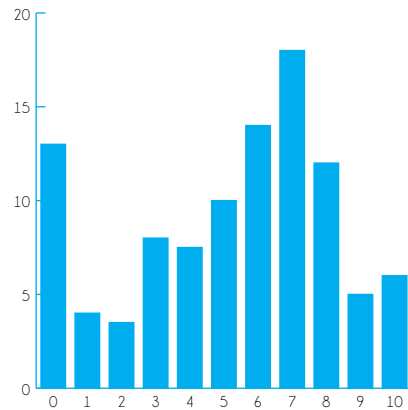
cepción muy baja de eficacia política externa. Lo mismo pasa con el interés por la política: un porcentaje relativamente elevado de la muestra declara tener niveles bastante elevados de interés político.

GRÁFICO 2.4. EFICACIA POLÍTICA INTERNA E INTERÉS POR LA POLÍTICA

Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto



¿Cuánto te interesa la política? (Nada - Mucho)



Los valores responden a 0 = nada de acuerdo, 10 = muy de acuerdo.

Esto apunta a unos niveles bastante elevados de politización en la presente muestra. Es importante, en este caso, tener muy en cuenta la composición y sesgos de la muestra para no extraer conclusiones improcedentes de estos datos. Hay que tomarlos más como una caracterización de la muestra que como un análisis sobre las actitudes de la juventud.

En todo caso, lo que analizamos en los apartados siguientes es la naturaleza de esta politización, que convive con actitudes muy críticas hacia el sistema político. Trataremos de explorar, en la medida de lo posible, cuáles son los mecanismos mediante los cuales los jóvenes encuestados canalizan, o están dispuestos a canalizar, su interés en los asuntos colectivos y su percepción de eficacia política.

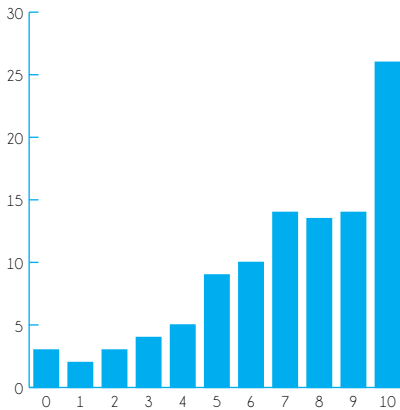
Confianza en el impacto de la acción colectiva

Hemos visto cómo la convicción de que el sistema político es poco permeable a las demandas ciudadanas no lleva necesariamente aparejada la idea que no se puede hacer nada para cambiarlo. Ahora nos fijamos en hasta qué punto los encuestados tienen la percepción de que la acción colectiva puede ser útil. Para ello, disponemos de dos indicadores, uno que hace refe-

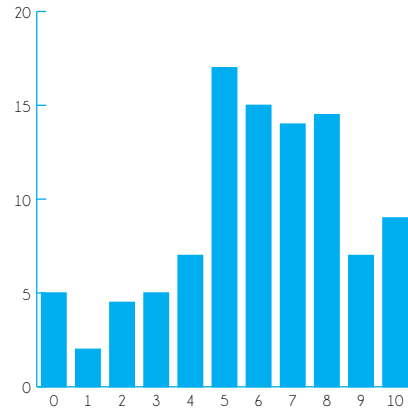
rencia al poder ciudadano y otro que captura de modo más directo la confianza en una esfera colectiva autónoma de las instituciones políticas como motor de transformación social (“las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno”).

GRÁFICO 2.5. CONFIANZA EN LA ACCIÓN COLECTIVA

El verdadero poder lo tiene la ciudadanía, si es capaz de comprometerse



Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno



Los valores responden a 0 = nada de acuerdo, 10 = muy de acuerdo.

La distribución de ambas variables es bastante elocuente, en especial de la primera. Observamos unos niveles altos de confianza en la acción colectiva, y en las posibilidades de transformación social a partir de la misma. Este es un elemento importante que, junto con los otros que hemos visto ya, nos dibuja un panorama de la relación de los jóvenes con la política mucho más complejo y matizado que las generalizaciones habituales.

Pero la confianza en el impacto de la acción colectiva es quizás un indicador demasiado genérico para entender la naturaleza predominante de esta politización que hemos observado en el apartado anterior. Entender los mecanismos concretos de acción colectiva en los que los jóvenes confían y los que están dispuestos a utilizar es fundamental para perfilar mejor esta relación con la política.

Percepción de utilidad de los modos de participación

¿Qué modos de participación son percibidos como más útiles? ¿Qué tienen en la cabeza los jóvenes cuando expresan confianza en la acción colectiva? En el Gráfico 2.6 vemos cómo, a pesar de la amplia desconfianza en las instituciones representativas y de la percepción de cerrazón e impotencia del sistema, la forma de incidencia política que es considerada, de media, más útil

por los jóvenes encuestados es el voto. De hecho, si observamos la ordenación de formas de participación que arroja esta pregunta sobre su utilidad, podemos observar con relativa claridad cómo, con pocas excepciones, son las formas más convencionales, estandarizadas y menos disruptivas las que son percibidas en mayor medida como útiles. Así, la pertenencia a asociaciones, la firma de peticiones, las huelgas y manifestaciones son las formas percibidas como más útiles. En la franja baja se encuentran las acciones que podríamos caracterizar como más disruptivas (es-craches, ocupaciones del espacio público, boicots) pero, curiosamente, también las formas más convencionales como la implicación directa en partidos y sindicatos.

GRÁFICO 2.6. PERCEPCIONES DE UTILIDAD MODOS DE PARTICIPACIÓN



Para entender mejor este resultado, presentamos en la Tabla 2.4 los resultados de un análisis factorial exploratorio que nos permite entender las dimensionalidades y las relaciones entre la percepción de utilidad de los diferentes modos de participación. En ella observamos con una cierta claridad tres bloques de modos de participación: por un lado lo que podríamos caracterizar como acciones de desobediencia, como las ocupaciones del espacio público o viviendas, el boicot y los escraches. En segundo lugar, la protesta más tradicional, como las manifestaciones o formas de participación como las recogidas de firmas o la pertenencia a asociaciones. Las huelgas tienen su peso repartido entre ambas dimensiones, seguramente porque hay huelgas de naturalezas muy diferentes, desde las más disruptivas a las más ritualizadas. Esta ambigüedad, pues, se refleja también en la estructura de las respuestas.

Finalmente, la tercera dimensión identificada hace referencia a la política convencional, vinculada a las instituciones de la democracia representativa: voto, afiliación a partidos y sindicatos y, también, el hecho de hablar de política a menudo con gente del entorno.

**TABLA 2.4. ANÁLISIS FACTORIAL, PERCEPCIONES UTILIDAD PARTICIPACIÓN
(COMPONENTES PRINCIPALES, ROTACIÓN VARIMAX)**

	DESOBEDIENCIA	PROTESTA Y PARTICIPACIÓN TRADICIONAL	POLÍTICA INSTITUCIONAL
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas	0,81	-0,13	0,11
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras...	0,78	0,15	0,23
Realizar protestas en casas particulares (escraches)	0,74	0,22	0,12
Ocupar viviendas desocupadas para alojar a personas desahuciadas	0,63	0,36	0,06
Participar en una huelga	0,51	0,50	0,33
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo	0,03	0,83	0,02
Colaborar/pertenecer con asociaciones	0,09	0,80	0,19
Asistir a manifestaciones o concentraciones	0,41	0,60	0,38
Colaborar/pertenecer un partido político	0,21	0,00	0,80
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos	0,30	0,18	0,71
Votar cuando hay elecciones	-0,10	0,39	0,67
Colaborar/pertenecer a un sindicato	0,29	0,37	0,45
Eigenvalues	4,88	1,58	1,12

De este análisis lo que se desprende es, en primer lugar, que el voto es percibido como un mecanismo crucial para ofrecer una respuesta fuerte al contexto de crisis política. Así mismo, encontramos una aceptación muy amplia y transversal de las formas más ritualizadas y establecidas de participación no electoral, que en el caso español incluyen también las manifestaciones. Finalmente, observamos cómo la percepción de utilidad de las acciones de desobediencia es menor y más concentrada alrededor de un grupo bien definido de jóvenes, situados fundamentalmente a la izquierda.

Sin embargo, no existe una correlación negativa entre la percepción de utilidad del voto y de este tipo de acciones de desobediencia. El segmento de los encuestados que percibe la acción desobediente como útil políticamente no lo considera incompatible o contradictorio con la participación electoral. Esto es coherente con el discurso político de movimientos sociales que en

los años recientes han discutido mucho sobre la participación electoral y que, junto con una crítica al sistema institucional y de partidos existente, tienden a favorecer una respuesta combinada en la que la acción movimentista necesita combinarse con la intervención electoral para producir resultados tangibles, capaces de alterar las condiciones materiales de vida de la población.

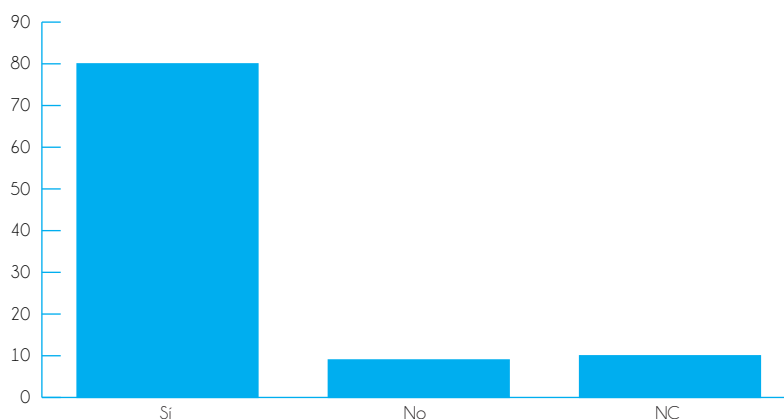
Las formas de expresión política

Hemos visto cómo la percepción de utilidad de la participación política no es unidimensional, y que los jóvenes tienen actitudes diferentes respecto a los diversos tipos de participación. En este apartado queremos ver hasta qué punto esto se traduce también en la disposición a participar usando los diferentes tipos de instrumentos.

La relación con el voto

En primer lugar nos fijaremos en el voto. Es, como hemos visto, el mecanismo percibido como más útil por los encuestados y es, también, el más ampliamente usado. En la muestra de la encuesta que analizamos, en este sentido, podemos observar claramente una disposición a votar muy elevada: más del 80% dice que si hubiese elecciones generales, iría a votar. Se trata de una cifra muy elevada, especialmente si tenemos en cuenta que trabajamos con una muestra de entre 18 y 25 años. Sabemos que en las encuestas la participación electoral está sobreestimada por un efecto de la deseabilidad social y, en este caso, el efecto debe ser aún mayor debido a la composición de la muestra; pero en cualquier caso, los datos nos indican que es compatible la desconfianza y crítica al sistema institucional existente con la disposición a participar en las elecciones.

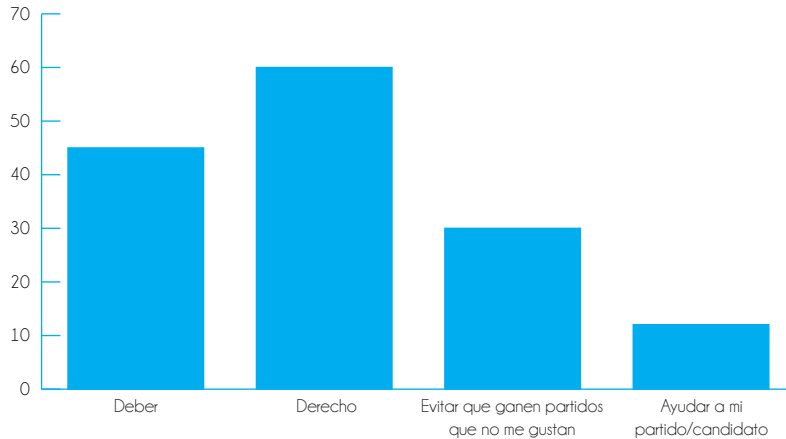
GRÁFICO 2.7. DISPOSICIÓN A VOTAR EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES



De hecho, es destacable que alrededor de la mitad de los que estarían dispuestos a votar tengan la percepción de que votar es un deber. El sentido del deber de votar ha sido identificado por la literatura como uno de los principales mecanismos que fomentan la participación en elecciones

(Blais, 2000). Así mismo, observamos también en una parte importante de los encuestados una disposición a votar en negativo (para evitar que ganen partidos que no les gustan), en una proporción que triplica los que expresan su voluntad de ayudar a un determinado partido como razón para votar en las elecciones. Este resultado es bastante congruente con la fuerte desafección hacia los partidos y los políticos que hemos observado hasta ahora.

GRÁFICO 2.8. RAZONES PARA VOTAR

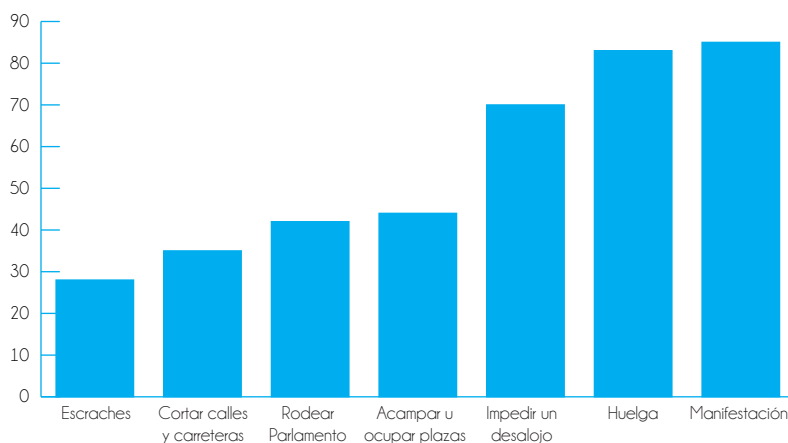


Por tanto, podemos decir que el voto sigue siendo percibido en esta muestra como el mecanismo esencial de participación política, y la percepción de que votar en las elecciones es un deber ciudadano está ampliamente extendida entre los jóvenes encuestados. Este resultado es congruente con lo que hemos observado anteriormente respecto a la confianza en la posibilidad de cambiar las cosas y la percepción de utilidad del voto, muy superior a la del resto de mecanismos de participación.

Otras formas de participación: la protesta

Pero más allá del voto, nos interesa ver hasta qué punto los encuestados se muestran dispuestos a participar mediante otros modos de acción colectiva. Como podríamos esperar, las formas menos disruptivas de protesta son las más aceptadas, y casi el 90% de los encuestados se muestra dispuesto a participar en huelgas y manifestaciones. Impedir desalojos tiene unos niveles bastante altos también, quizás por su naturaleza más instrumental, pero las formas más vinculadas con la desobediencia son significativamente más minoritarias. Menos del 50% de los encuestados se mostraría dispuesto a participar en acampadas en plazas, cortes de vías, bloqueos del parlamento o escraches. No se trata de un resultado sorprendente, y responde a una tendencia general. Es coherente, por otro lado, con el análisis factorial que hemos visto antes sobre la percepción de la utilidad de las formas de participación.

GRÁFICO 2.9. DISPOSICIÓN A LA PROTESTA



La protesta tradicional y las nuevas formas de protesta vinculadas a la desobediencia pertenecen pues a dimensiones diferentes y tienen niveles de aceptación social bien diferentes.

Esta distribución de las disposiciones a participar no resulta sorprendente, y responde a una regla bastante general según la cual las formas de participación política más costosas son más minoritarias. Sin embargo, los porcentajes de encuestados que se muestran dispuestos a realizar acciones como la ocupación del espacio público o el bloqueo del Parlamento son cercanos al 50% y, por tanto, no resultan nada despreciables. Es una característica seguramente agudizada por la composición de la muestra, pero no deja de ser un síntoma importante y quizás bastante definitorio del momento actual, en el que formas de intervención política otrora extremadamente minoritarias, tienden a normalizarse en los repertorios de segmentos cada vez más amplios de la población y, singularmente, de los jóvenes.

Relaciones entre dimensiones

Para profundizar en el análisis descriptivo, a continuación nos fijaremos en las relaciones bivariadas entre las dimensiones actitudinales que hemos identificado hasta ahora. La Tabla 2.5 nos muestra una matriz de correlaciones entre la confianza política y las principales dimensiones. La confianza es el indicador más habitual en el estudio del apoyo político y, por tanto, contrastar hasta qué punto las diversas dimensiones que hemos identificado están relacionadas con ella nos permitirá entender con mayor precisión de qué estamos hablando. La tabla sólo presenta los coeficientes de correlación que resultan estadísticamente significativos ($p < 0.05$).

Lo primero que podemos observar es que las correlaciones en general resultan bastante débiles. La naturaleza de los datos de encuesta, así como de las escalas de medida (de 11 puntos) contribuyen a que los coeficientes de correlación tiendan a ser bajos. Sin embargo, observamos

con bastante claridad que la confianza política está relacionada positivamente con la percepción de receptividad del sistema y con la percepción de utilidad de la participación institucional.

Sin embargo, la relación con las otras dimensiones es más débil. La disposición a votar, el interés por la política y la sensación de que es posible para los ciudadanos influir políticamente tienen una relación muy modesta con la confianza política. Es, de nuevo, un signo de que la actitud fuertemente crítica hacia el sistema político es plenamente compatible con las creencias de que el cambio es posible y la disposición a participar electoralmente.

TABLA 2.5. COEFICIENTES DE CORRELACIÓN BIVARIADOS ACTITUDES POLÍTICAS

	CONFIANZA
Imposibilidad influencia	-0,11
Receptividad sistema	0,38
Eficacia interna	0,08
Interés por la política	0,14
Utilidad protesta tradicional	0,12
Utilidad participación institucional	0,4
Disposición a votar	0,17

Para profundizar en las relaciones entre las dimensiones analizadas, podemos también realizar un análisis factorial a partir de los indicadores construidos. Este ejercicio nos ayudará a visualizar de modo sintético la estructura de relaciones entre las actitudes que hemos venido analizando.

El resultado de dicha exploración nos permite identificar con una cierta claridad tres dimensiones diferenciadas de la relación de los jóvenes encuestados con el sistema político: en primer lugar, una orientación participativa que comprende básicamente la percepción de la utilidad de diversos modos de participación. En segundo lugar, hay una dimensión que podríamos denominar de cinismo o despolitización, en la cual encontramos la percepción de poca eficacia política, el desinterés político, la percepción de la imposibilidad de influencia política y la poca disposición a votar. Finalmente, emerge la dimensión del apoyo al sistema político (confianza, receptividad y percepción de utilidad de la participación institucional).

Podemos decir, pues, que la distinción entre el apoyo al sistema político-institucional, y la politización/despolitización que hemos defendido en la introducción emergen con claridad en los datos, junto a una dimensión de percepción de la utilidad de diversos modos de acción colectiva.

**TABLA 2.6. ANÁLISIS FACTORIAL, DIMENSIONES ACTITUDINALES
(COMPONENTES PRINCIPALES, ROTACIÓN VARIMAX)**

	ORIENTACIÓN PARTICIPATIVA	CINISMO DESPOLITIZACIÓN	APOYO SISTEMA POLÍTICO
Utilidad protesta tradicional	0,86	-0,08	-0,01
Utilidad desobediencia	0,82	0,11	-0,1
Utilidad participación institucional	0,70	-0,27	0,44
Disposición a votar	0,34	-0,53	0,22
Interés por la política	0,30	-0,65	0,11
Eficacia interna	0,09	0,81	0,23
Imposibilidad influencia	-0,03	0,64	-0,30
Confianza política	0,07	-0,01	0,81
Receptividad sistema	-0,03	0,03	0,80
Eigenvalue	2,76	1,47	1,42

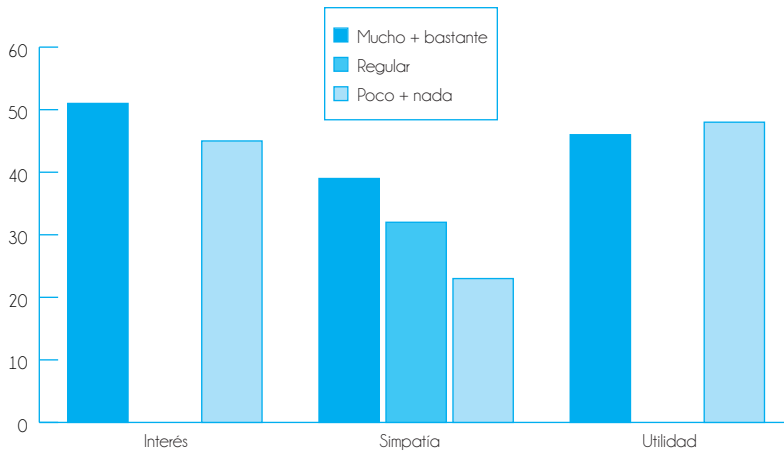
El papel de los movimientos

Hasta ahora hemos constatado, a nivel descriptivo, fundamentalmente dos cosas: existe una gran distancia entre los jóvenes encuestados y el sistema político, pero esta distancia no se traduce necesariamente en una alienación respecto a la política y la acción colectiva. Esta constatación nos abre la puerta a preguntarnos en qué medida los movimientos sociales críticos que han surgido o se han reforzado en el marco de la actual crisis económica y política están actuando de sustitutos o complementos del marco institucional establecido a la hora de canalizar las expectativas de los jóvenes.

Por ello, la encuesta incluye tres preguntas sobre interés, simpatía y percepción de utilidad de las movilizaciones ciudadanas (acampadas, manifestaciones, marchas, protestas).⁴ Los resultados apuntan hacia unas actitudes claramente más positivas hacia estos movimientos que hacia el sistema político institucional, aunque tampoco encontramos en la muestra una actitud inequívocamente entusiasta, o de apoyo muy claro a los movimientos.

4. Es un enunciado ambiguo y amplio, aunque en una pregunta abierta los jóvenes encuestados vinculan los movimientos que han surgido recientemente al 15-M y Podemos, fundamentalmente.

GRÁFICO 2.10. ACTITUDES HACIA MOVIMIENTOS



Así, cuando preguntamos por el interés que despiertan estos movimientos en los jóvenes, el 55% responde que es bastante o mucho, mientras que los que expresan bastante o mucha simpatía son alrededor del 40%.

Por su parte, la percepción de que estos movimientos son bastante o muy útiles se sitúa también por debajo del 50% en esta muestra. Así podemos decir que un poco más de la mitad de los jóvenes encuestados tiene actitudes un tanto escépticas hacia estos movimientos, mientras que alrededor del 40% tiene una predisposición positiva hacia los mismos.

Pero ¿qué relación guardan las actitudes hacia los movimientos con las actitudes hacia el sistema político y el propio papel en política? Deberíamos esperar, por la naturaleza crítica de los mismos, que el apoyo y simpatía a los movimientos estuviese negativamente correlacionado con el apoyo al sistema (confianza política, percepción de receptividad, etc.), positivamente con las orientaciones participativas extra institucionales, y no correlacionado con las orientaciones hacia la participación institucional.

Un análisis bivariado nos indica cómo, en primer lugar, las orientaciones hacia los movimientos (interés, simpatía y percepción de utilidad) son bastante congruentes y están muy relacionadas entre sí. En segundo lugar, encontramos una relación negativa pero sorprendentemente débil entre la confianza en las instituciones políticas y la simpatía hacia estos movimientos. La percepción de receptividad del sistema también está (muy) débilmente y negativamente correlacionada con la simpatía.

El apoyo a estos movimientos sí presenta correlaciones más claras con la percepción de utilidad de la protesta y la participación política (en todas sus formas) así como correlaciones positivas con la politización (interés y eficacia política interna).

**TABLA 2.7. CORRELACIONES BIVARIADAS
PRINCIPALES DIMENSIONES ACTITUDINALES**

	INTERÉS	SIMPATÍA	UTILIDAD
Interés	1,00		
Simpatía	0,72	1,00	
Utilidad	0,61	0,67	1,00
Confianza política	NS	-0,12	NS
Imposibilidad influencia	-0,21	-0,14	-0,19
Receptividad sistema	NS	-0,08	NS
Interés por la política	0,47	0,33	0,26
Eficacia interna	0,22	0,15	0,09
Utilidad protesta tradicional	0,47	0,51	0,57
Utilidad protesta desobediente	0,38	0,48	0,46
Utilidad participación institucional	0,32	0,28	0,33

Esta estructura de relaciones sugiere de algún modo que los movimientos actúan en parte como sustituto de las instituciones políticas de la democracia representativa para los jóvenes politizados. Sin embargo, la débil correlación apunta a un panorama algo más complejo ya que, mientras que para determinados jóvenes el apoyo a las instituciones y a dichos movimientos sea incompatible, no lo es para todos.

No podemos concebir los movimientos y las instituciones como dos extremos de un *continuum* que se disputan el apoyo de los jóvenes, ya que para muchos de ellos el afecto o desafección hacia ambos es perfectamente compatible. Así, el conflicto de legitimidades entre las instituciones de la democracia representativa y los movimientos alternativos parece que es mucho más matizado, al menos en la perspectiva de los jóvenes encuestados.

Quizá este resultado se deba a la ambigüedad de la formulación de la pregunta, pero en todo caso, sí resulta indicativo que la relación entre los movimientos de protesta y la política institucional es porosa y no necesariamente contradictoria a ojos de una parte importante de los jóvenes encuestados.

2.6. CONCLUSIONES

Los resultados sugieren probablemente una transformación en curso en la relación entre los jóvenes y la política. Los elevados índices de desconfianza política y la percepción de las instituciones de la democracia representativa como cerradas a las demandas y necesidades ciudadanas han sido subrayadas a menudo. Pero este distanciamiento convive, al menos en parte, en el presente, con otras tendencias que algunos retratos simplificadores señalaban como contradictorias. En primer lugar, los niveles de politización son elevados en nuestra encuesta. A pesar de que sin duda esto está condicionado por la naturaleza de la muestra, estudios recientes indican que, en el contexto de crisis económica, la implicación política ha aumentado. En segundo lugar, la actitud crítica hacia el sistema político convive con un rechazo al fatalismo sobre la posibilidad de cambiar las cosas. Al menos en el contexto de nuestra encuesta, los jóvenes se muestran mayoritariamente reacios a aceptar la idea de que no es posible cambiar las cosas. La confianza en su propia eficacia política y en la acción colectiva es el fundamento del rechazo a la resignación e imposibilidad de cambiar el *statu quo*. Por otro lado, la relación de los jóvenes encuestados con las distintas formas y modalidades de participación política refleja también esta complejidad. La gran confianza en el voto y la aceptación de la idea de que la participación electoral tiene capacidad transformadora convive en buena medida con la percepción de utilidad y disposición a usar otras formas de participación, incluidas las vinculadas a la desobediencia, surgidas del último ciclo de movilizaciones (escraches, bloqueo del Congreso, ocupación del espacio público). La percepción de complementariedad de las formas más convencionales e institucionalizadas de participación política con las propias de los movimientos sociales es muy explícita en la presente muestra, y convive con un descrédito y rechazo a las instituciones existentes y sus protagonistas.

Esta combinación actitudinal abre la puerta a experiencias mixtas entre los movimientos sociales y los partidos políticos, entre la acción política electoral y la extra-electoral como algunas de las que se analizan en este volumen (Podemos, Guanyem, ANC), que suponen en muchos aspectos una innovación en la tradición de los movimientos sociales en el Estado español. En este capítulo hemos identificado algunas de las bases actitudinales sobre las que descansa este proceso de acercamiento entre la política de movimiento y la electoral, con lo que podemos pensar que dicha síntesis puede tener una cierta perspectiva de estabilizarse. Es difícil proyectar conclusiones hacia el futuro en un contexto tan inestable como el actual, pero sí parece claro que el terreno intermedio, que compatibiliza la acción política electoral e institucional con las prácticas propias de los movimientos sociales cuenta con apoyo en la opinión pública.

BIBLIOGRAFÍA

Anduiza, E.; Cristancho, C. y Sabucedo, J. M. (2014). "Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain". *Information, Communication & Society*, Volume 17, Issue 6: 750-764

Anduiza, E.; Martín, I. y Mateos, A. (2012). *Las consecuencias electorales del 15M en las elecciones generales de 2011*. <http://llet-131-198.uab.es/recercapol/images/publications/anduizaetal.pdf>

Ballesteros, J. C.; Rodríguez, E. y Sanmartín, A. (2015). *Política e Internet. Una lectura desde los jóvenes (y desde la Red)*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Barone, C y Ortiz, L. (2010). "Overeducation among European University Graduates: a comparative analysis of its incidence and the importance of higher education differentiation". *High Educ* (2011) 61: 325-337.

Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). "Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable" en Equipo ICOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Blais, A. (2000). *To vote or not to vote?: The merits and limits of rational choice theory*. University of Pittsburgh Press.

Elzo Imaz, J. (codirector); Megías Valenzuela, E. (codirector); Ballesteros Guerra, J. C.; Rodríguez Felipe, M. A. y Sanmartín Ortí, A. (2014). *Jóvenes y valores (I). Un ensayo de tipología*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Galais, C. (2008). *¿Socialización o contexto? La implicación política subjetiva de los españoles (1985-2006)*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra.

Galais, C. (2012). "Edad, cohortes o período. Desenredando las causas del desinterés político en España". *Reis* 139: 85-110

García, G. y Martín, I. (2010). "La participación política de los jóvenes españoles en perspectiva comparada", en Mariano Torcal (ed.). *La ciudadanía europea en el siglo XXI. Estudio comparado de sus actitudes, opinión pública y comportamiento políticos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Megías Quirós, I. (2014). *Jóvenes y valores (II). Los discursos*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Moreno Mínguez, A. (coord.); López Peláez, A. y Segado Sánchez-Cabezudo, S. (2012). *La transición de los jóvenes a la vida adulta. Crisis económica y emancipación tardía*. Colección Estudios Sociales Núm. 34. Barcelona: Obra Social la Caixa.

Muñoz, J.; Anduiza, E. y Rico, G. (2014). "2. Empowering cuts? Austerity policies and political involvement in Spain. How Welfare States Shape the Democratic Public: Policy Feedback". *Participation, Voting, and Attitudes*, 19.

Muro, D. y Vidal Lorda, G. (2014). *MIND THE GAPS - the political consequences of the great recession in Europe*. Notes internacionales CIDOB: 90.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2014). *Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE 2013*. ONTSI-Instituto Nacional de Estadística.

Sánchez-Cuenca, I. (2014). *La impotencia democrática. Sobre la crisis política de España*. Editorial La Catarata.

Soler i Martí, R. (2013). *Democràcia, participació i joventut. Una anàlisi de l'Enquesta de participació i política 2011*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Soler i Martí, R. (2014). "Youth political involvement update: measuring the role of cause-oriented political interest in young people's activism". *Journal of Youth Studies*, forthcoming.

Torcal, M. (2014). "The Decline of Political Trust in Spain and Portugal. Economic Performance or Political Responsiveness?" *American Behavioral Scientist*, forthcoming.

II. LAS TIC TRANSFORMADORAS DE LA ACCIÓN POLÍTICA

Este bloque contiene, en primer lugar, un análisis de las organizaciones políticas y sociales juveniles que calificamos como convencionales (OPC) y un texto sobre lo que hemos denominado organizaciones políticas no convencionales (OPNC). Tras ese análisis de las OPC y las OPNC, se incluye un análisis centrado en el espacio de tensión que se está acumulando entre las nuevas formas de acción política y la esfera política enmarcada por la Constitución y las leyes, es decir, la esfera político-institucional.

El análisis sobre las OPC, realizado por Jordi Bonet y Eduard Moreno, traza los rasgos más importantes de estas organizaciones a partir de su utilización de las TIC. Se detalla el uso que hacen de las redes y, de manera amplia, la penetración que tienen en la ecología digital diferentes OPC juveniles, tales como áreas de juventud de partidos políticos o sindicatos. La pregunta de fondo es si ese uso está determinado por los modos de organización y comunicación que han marcado la época anterior o si estas organizaciones empiezan a aprovechar o tal vez a padecer los efectos del actual cambio de época.

El análisis de las OPNC, desarrollado por Nuria Alabao y Adrià Rodríguez, tiene como objetivo principal explicar cómo se están produciendo nuevas formas de organización colectiva a partir de modos de hacer que surgen de las posibilidades ofrecidas por las TIC. En este caso, las redes no funcionan como meras herramientas de comunicación, sino que son un elemento central en la organización política.

Por último, la aportación de Francisco Jurado, donde se caracterizan estas dos dimensiones de la política —institucional y extra-institucional— que hemos usado para entender mejor este momento de cambio. Tras definir sus patrones y marcos de acción, el artículo dibuja las zonas de tensión donde las organizaciones no convencionales interaccionan, rozan y, en ocasiones, chocan con el marco institucional.

3. ORGANIZACIONES POLÍTICAS CONVENCIONALES Y TIC

La finalidad de este capítulo es desarrollar un análisis del impacto de la Red y las nuevas tecnologías en la cultura y comportamiento de las organizaciones políticas juveniles convencionales (juventudes de partidos políticos, secciones juveniles de sindicatos y consejos de la juventud). Para ello, hemos partido de un diseño mixto cuantitativo-cualitativo con el objetivo de abordar las siguientes dimensiones: la presencia y uso de la Red de dichas organizaciones, la incorporación de la Red en la agenda organizacional y los cambios efectuados por la propia organización a fin de adaptarse a los nuevos retos de la sociedad informacional.

Se analiza el uso de Internet y, de manera amplia, la penetración que tienen en la ecología digital diferentes organizaciones políticas convencionales (OPC) juveniles, tales como partidos políticos o sindicatos. Este trabajo basado en el análisis de datos empíricos producidos por la actividad digital de estas organizaciones y sobre algunas entrevistas, busca detectar el uso que hacen de la Red.

La pregunta de fondo es si ese uso está más determinado por los modos de organización y comunicación que han marcado la época anterior o si estas organizaciones empiezan a aprovechar —o tal vez a padecer— los efectos del actual cambio de época.

3.1. LAS ORGANIZACIONES POLÍTICAS JUVENILES CONVENCIONALES

La definición de organización política convencional ha sido adoptada basándonos en la distinción funcional entre formas de participación política convencional y no-convencional (Almond y Verba, 1963), así como la diferenciación establecida por la literatura en Ciencias Sociales entre formas tradicionales de organización política —partidos y sindicatos— y nuevas formas organizativas —movimientos sociales, organizaciones no gubernamentales...— (Barnes y Kaase, 1979; Kistchelt, 1993). A efectos de la presente investigación, entenderemos por organizaciones políticas convencionales (OPC) aquellas que priorizan como forma de acción política la participación en espacios institucionales de toma de decisiones vinculadas a los procesos de creación de políticas públicas y lo hacen mediante procesos reglamentados de selección de participantes; por ejemplo, la participación electoral. Incluimos también en esta definición a los sindicatos, en tanto agentes que regulan la relación capital-trabajo mediante delegados elegidos en elecciones sindicales. Así mismo, se han incorporado los consejos sectoriales, en tanto organizaciones de segundo grado por su rol consultivo y propositivo en la elaboración de políticas y acciones orientadas a un sector poblacional.

El calificativo de juvenil se ha determinado a partir del criterio de autodesignación, las organizaciones estudiadas se califican a sí mismas como juveniles, y al hecho de que su afiliación y acción

se orienta a la población joven (16-30 años). A este respecto, cabe precisar que las organizaciones políticas juveniles normalmente no intervienen en procesos electorales y en comités de empresa, sino que actúan como sectoriales juveniles de partidos y sindicatos. Mención aparte merecen los consejos de juventud, en tanto operan como entidades autónomas de segundo grado creadas a instancia gubernamental a fin de canalizar la participación de las asociaciones juveniles en aquellos ámbitos y áreas de interés para la población joven.

A. Las juventudes de los partidos políticos

La aparición de las organizaciones políticas juveniles, en tanto secciones y organizaciones autónomas vinculadas a los partidos políticos, se encuentra asociada a la extensión del sufragio universal masculino y el surgimiento de los partidos políticos de masas (Duverger, 1957). Así, a pesar de que en el siglo XIX ya existían secciones juveniles de partidos, como la Juventud Republicana Federal o las Juventudes de la Unión Republicana, no fue hasta principios del siglo XX cuando su presencia se generaliza en el conjunto de partidos políticos, dando lugar al surgimiento de un importante número de organizaciones políticas juveniles, algunas de las cuales perviven todavía en la actualidad; como ejemplo, en 1903, se crearon las Juventudes Socialistas de España, organización juvenil vinculada al Partido Socialista Obrero Español, fundada en Erandio (Vizcaya) por Tomás Meabe; en 1920 se creará la Federación de Jóvenes Comunistas vinculada al recientemente fundado Partido Comunista Español, que dará lugar en 1921 a la Unión de Jóvenes Comunistas de España.

Este proceso también se desarrollará en el seno de las agrupaciones nacionalistas. Así, en Euskadi, se funda EGI (Euzko Gaztedi Indarra – Fuerza de la Juventud Vasca) en 1904, organización juvenil vinculada al PNV. A su vez, en Cataluña, a raíz de la proclamación de la República en 1931, se fundarán las JEREC (Joventuts d'Esquerra Republicana – Estat Català) que cambiarán su denominación por la actual JERC (Joventuts d'Esquerra Republicana) en mayo de 1936. A su vez, en 1932 se crea la Unió de Joves, organización vinculada al partido democristiano nacionalista Unió Democràtica de Catalunya. Sin embargo, este proceso de politización juvenil se verá interrumpido con la llegada de la dictadura franquista que supondrá la prohibición de todas aquellas organizaciones políticas no vinculadas al Movimiento Nacional.

No será hasta la transición a la democracia y la apertura de libertades políticas, que dichas organizaciones podrán volver a la legalidad. A estas organizaciones, se les sumará en 1978 Nuevas Generaciones de Alianza Popular (actualmente Nuevas Generaciones del Partido Popular) y Rolde Choben, organización vinculada al Partido Aragonés Regionalista. En 1979 se funda Jarrai, organización vinculada a Herri Batasuna que pasará a denominarse Haika en 2000 tras su fusión con Gazteriak del País Vasco francés. Sin embargo, tanto Haika como Jarrai serán ilegalizadas en 2001 y 2007 acusadas de mantener vínculos con ETA. En 1980, se crea Joventut Nacionalista de Catalunya vinculada a Convergència Democràtica de Catalunya y, en 1984, se crea Juventudes Navarras vinculada a Unión del Pueblo Navarro.

Si bien durante la transición a la democracia, las juventudes de los partidos políticos tuvieron un rol protagónico en la socialización política de la población joven, actualmente dichas organi-

zaciones han perdido peso específico; orientando su actuación a ser un instrumento de formación y socialización política de sus afiliados/as, mecanismo de reclutamiento de cuadros y altavoz para orientar el discurso político del partido a la población joven.

Actualmente, la mayoría de los partidos políticos con presencia significativa en instancias parlamentarias disponen de una organización juvenil, a excepción de UPyD (Unión Progreso y Democracia) que rechaza de forma explícita la creación de una sección juvenil de la misma al considerar que son estructuras “sectarizantes” y lugares donde los jóvenes “buscan medrar internamente para repartirse luego el puesto cuando sean mayores.”¹

B. Las organizaciones juveniles de los sindicatos

En el Estado español, la tradición sindical se remonta a la segunda mitad del siglo XIX con el inicio del proceso de industrialización que dará lugar a la formación de sindicatos de industria y la creación en 1870 de la Federación Regional Española, que opera como sección española de la I Internacional, que constituyó el primer sindicato de clase y que agrupaba en su seno las tendencias anarquistas y socialistas. A raíz de la división en ambas tendencias, las agrupaciones anarquistas crearán la Federación de Trabajadores de la Región Española que operará hasta 1888, Solidarida Obrera (1907-1910) y finalmente en 1910 la Confederación Nacional del Trabajo; en cambio, la tendencia socialista se agrupará en torno a la Unión General de Trabajadores (1888). La CNT y la UGT constituirán los sindicatos españoles más poderosos hasta la dictadura franquista, que ilegalizará la actividad de los sindicatos de clase instituyendo la Organización Sindical Española (el sindicato vertical) integrada en el Movimiento Nacional. A pesar de las condiciones de clandestinidad, a partir de 1957 empiezan a surgir comisiones obreras en distintas empresas, que confluirán en 1966 en la creación de Comisiones Obreras. A su vez, en el marco de grupos cristianos obreristas se creará, en 1961, la Unión Sindical Obrera.

La llegada de la democracia trajo consigo el reconocimiento legal de la actividad sindical y la creación de un marco para la negociación colectiva. Sin embargo, pronto se evidenció que las organizaciones sindicales, organizadas por ramas o sectores laborales, tenían dificultades para conectar con las necesidades de determinados colectivos sociales (mujeres, jóvenes, trabajadores de origen inmigrante). A este respecto, los sindicatos desarrollarán una organización en áreas sectoriales que se sobrepone a la organización por actividades laborales a partir de la creación de secretarías: secretaría de mujeres, secretaría de juventud. . .

Sin embargo, los cambios en la estructura productiva y el aumento de la precarización de las condiciones laborales, especialmente sentido por parte de la población joven, han llevado a los sindicatos a desarrollar organizaciones específicas de jóvenes a fin de dar respuesta a las necesidades de este colectivo poblacional. En este sentido, Cataluña ha sido pionera en la creación de organizaciones juveniles autónomas. Así, en 1997 se crea Avalot, organización de

1. http://www.upydes.com/contenidos/noticias/289/75606-Que_es_el_Grupo_de_Trabajo_de_Universidades [26 de marzo de 2014]

jóvenes vinculada a UGT Catalunya. En el año 2000 se crea Acció Jove vinculada a Comisiones Obreras, así como el Espai Jove del sindicato nacionalista la Intersindical-Confederació Sindical de Catalunya. Este modelo, con variantes, ha sido replicado en otras autonomías y ha dado lugar al impulso de Jóvenes de CCOO y a UGT Juventud.

C. Los consejos de la juventud

Los consejos de juventud constituyen un espacio institucional de participación de las organizaciones juveniles, tienen por finalidad propiciar la participación de la juventud en el desarrollo político, social, económico y cultural del Estado español.

La institución decana de los consejos de la juventud es el Consejo de la Juventud de España, que fue creado por ley en 1983 y está formada por los Consejos de Juventud de las Comunidades Autónomas y distintas organizaciones juveniles de ámbito estatal. Durante la década de los ochenta y noventa, los consejos de juventud conocieron un periodo expansivo replicándose a escala provincial y municipal, y actuando como órganos consultivos y propositivos en el desarrollo de políticas públicas orientadas a la población joven.

Sin embargo, en los últimos años, diferentes gobiernos autonómicos en el marco de las políticas de austeridad han optado por suprimir los consejos de juventud autonómicos. De este modo, han sido disueltos los Consejos de Juventud de Aragón, Cantabria, Ceuta, Galicia y Madrid. Así mismo, el gobierno español ha decidido en 2014 la supresión del Consejo de la Juventud de España, a raíz de la aprobación de la Ley para la Racionalización del Sector Público², lo que deja la figura de los consejos de juventud en un futuro incierto.

3.2. METODOLOGÍA

El desarrollo de la investigación se basa en un diseño metodológico de tipo mixto (cuantitativo y cualitativo) a fin de analizar las siguientes dimensiones:

- La **presencia** en la Red de las organizaciones políticas convencionales. Cual es su presencia en la web y las redes sociales.
- El **uso** que dan a la Red las organizaciones políticas convencionales. Cómo utilizan dichas organizaciones los canales de las redes sociales y los mecanismos que pone a su servicio la Red.
- El **impacto** de la Red en las organizaciones políticas convencionales. Es decir, en qué manera la red ha cambiado las formas de organización, acción y establecimiento de la agenda organizativa.

2. <http://www.cje.org/es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/la-supresion-del-consejo-de-la-juventud-de-espana-es-un-grave-error-que-atenta-contra-la-democracia/> [Extraído el 26 de marzo de 2014]

El diseño de investigación se ha estructurado en tres fases:

- Análisis de las métricas de las organizaciones políticas convencionales a partir del monitoreo de su actividad en la Red a fin de determinar la presencia de las organizaciones en la Red (web, principales redes sociales...).
- Estudio cualitativo del impacto de la Red en la organización a partir de entrevistas semi-estructuradas a informantes clave (responsables de comunicación y nuevas tecnologías de una muestra de las organizaciones políticas convencionales).
- Estudio de caso del comportamiento en la Red de las organizaciones políticas convencionales durante la campaña electoral de las elecciones europeas (9 de mayo a 24 de mayo de 2014) a partir de un análisis de contenido pragmático y temático de las publicaciones realizadas por dichas organizaciones en las redes sociales.

Para diseñar la muestra, se ha procedido de la siguiente manera:

La unidad de análisis corresponde a las organizaciones políticas convencionales (OPC), más concretamente las organizaciones juveniles vinculadas a las mismas, entendidas de acuerdo a la literatura al uso en Ciencias Sociales como aquellas formas organizativas que canalizan la participación política en sus formas tradicionales (participación electoral y sindical). Así, para la determinación de la unidad de análisis se ha tenido en cuenta la distinción en la literatura de Ciencias Sociales entre organizaciones políticas convencionales y no convencionales en relación a su estructura interna, repertorio de acción y finalidad de la organización, incluyendo en las OPC:

- Organizaciones juveniles vinculadas a partidos y coaliciones de partidos.
- Organizaciones juveniles vinculadas a sindicatos.
- Consejos de la juventud autonómicos y nacional.

A fin de determinar la población de estudio se ha partido de un muestro intencional basado en el criterio de representación en órganos legislativos para los partidos políticos y de presencia de delegados sindicales en los sindicatos, incluyéndose el conjunto de consejos de la juventud de escala nacional y autonómica. Las razones para adoptar el criterio de representatividad se justifican en base a la finalidad operativa de las OPC: la participación en espacios de representación (parlamentos, comités de empresa...).

En relación a los partidos políticos y a efectos de los objetivos de la investigación, hemos decidido limitar la muestra a aquellas organizaciones vinculadas a partidos o coaliciones de partidos con representación en las Cortes Generales o en Asambleas Autonómicas, incluyendo las asambleas de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, en tanto estas ciudades disponen de estatuto de autonomía propio y competencias superiores a las corporaciones municipales. La razón de elegir este criterio de muestreo intencional basado en la representatividad electoral se justifica en la necesidad de limitar la muestra a fin de que la operación con los datos resulte factible. A este propósito, es preciso señalar que actualmente existen 4.069 partidos políticos inscritos en el

registro del Ministerio de Interior³, muchos de los cuales no desarrollan actividad conocida. Por otra parte, el criterio de representatividad electoral nos parece adecuado con los propósitos de la investigación, en tanto consideramos que la participación en instancias de deliberación legislativa es un elemento significativo para definir una institución política tradicional. Así, a fin de delimitar la muestra, se ha procedido a analizar los resultados electorales de los registros de la Junta Electoral Central correspondientes a las últimas elecciones generales y autonómicas. Esta búsqueda nos ha permitido identificar 50 partidos y 13 coaliciones de partidos con representación en las Cortes Generales y las distintas Asambleas Autonómicas.

Así mismo, se han diferenciado las coaliciones de partidos, de los partidos que las integran, contabilizándose de forma separada, pero incluyendo en la matriz únicamente aquellos partidos que estando en coalición hayan obtenido representación efectiva de uno de sus miembros. Por ejemplo, EA (partido político que forma parte de las coaliciones electorales Bildu y Amaiur) se ha contabilizado separadamente la coalición y el partido, en tanto EA ha obtenido representación en Cortes Generales y en los Parlamentos Autonómicos mediante la coalición Bildu. Sin embargo, Reagrupament Independentista que formaba coalición con ERC y Catalunya Sí en las elecciones autonómicas catalanas no ha sido contabilizado, al no haber obtenido representación.

Una vez establecido el listado de los partidos políticos representados en los distintos cuerpos legislativos, se ha desarrollado una búsqueda exhaustiva a fin de determinar cuáles de éstos disponían de una organización juvenil autónoma. En este sentido, cabe diferenciar las organizaciones juveniles vinculadas a los partidos, y algunos casos en que existían organizaciones juveniles vinculadas a la coalición. Por ejemplo, en el caso de la coalición valenciana Compromís, existe una organización juvenil Joves amb Compromís y organizaciones juveniles de los partidos que forman parte de la coalición, como Bloc Jove vinculado al Bloc Nacionalista Valencià.

A este respecto, cabe indicar, las dificultades generadas para abordar el fenómeno de las coaliciones de partidos debido a que las coaliciones adquieren una dinámica propia, llegando a generar sus propias organizaciones de jóvenes. Por ello, se han contabilizado separadamente las coaliciones de los partidos que las integraban y se ha decidido incluir en la muestra a las coaliciones y sólo aquellos partidos que, formando parte de una coalición, hubieran obtenido algún representante electo; a fin de respetar el criterio de representatividad adoptado. Por ejemplo, en el caso de la coalición Convergència i Unió se ha contabilizado en la muestra tanto la coalición como los partidos que forman parte de la misma: Convergència Democràtica de Catalunya y Unió Democràtica de Catalunya, ya que ambos obtuvieron representación en las Cortes Generales y en la Asamblea Autonómica catalana. En cambio, respecto a la coalición ERC-Catalunya Sí, no se ha contabilizado al partido Reagrupament Independentista que pese a formar parte de la coalición, no obtuvo ningún representante en los comicios autonómicos ni generales.

En el caso de los sindicatos se han seleccionado todos aquellos sindicatos que disponían de representación en comités de empresa a efectos de 2012. Al no disponer de los datos brutos de representación, se ha adoptado como criterio la recepción de subvenciones sindicales por parte

3. Consulta realizada el 26 de marzo de 2014.

del Ministerio de Empleo y Seguridad Social en base a la Resolución de 23 de julio de 2013, de la Subsecretaría, por la que se publican las subvenciones concedidas durante el año 2012 (publicada en el BOE núm 194 de miércoles, 14 de agosto de 2013, sec. III pp.59509). Así mismo, se han incluido los sindicatos agrarios que no formaban parte de esta subvención. Posteriormente, se ha desarrollado una búsqueda exhaustiva a fin de determinar cuáles de estos sindicatos disponían de una organización juvenil autónoma.

En relación a los consejos de juventud se han seleccionado todos aquellos consejos de juventud autonómicos que se encontraban vigentes en marzo de 2014. A nivel informativo, se han referenciado también aquellos consejos de la juventud que han sido suprimidos durante los dos últimos años, entre ellos el Consejo de la Juventud de España cuya supresión se contempla en la aprobación del Proyecto de Ley de Racionalización del Sector Público y Reforma Administrativa.

3.3. MONITOREO EN LA RED

Los datos analizados corresponden al periodo comprendido entre el 26 de febrero y el 26 de marzo de 2014. Para la recopilación de datos se han utilizado como técnicas de recogida de datos: la observación directa en la Red, dos entrevistas exploratorias a informantes clave, el análisis documental y el uso de *software* orientado a la obtención de métricas de *social media*⁴.

En relación a la recopilación de datos, esta se ha desarrollado en base a los siguientes indicadores:

- Presencia en la WWW: dispone de web propia, dispone de web en la sección de la organización con que se encuentra vinculada o no dispone de web.
- Presencia en las redes sociales: a partir del indicador de presencia, es decir si dispone de perfil en las redes sociales más difundidas (Facebook, Twitter, Youtube, Tuenti, Google+, Flickr, Pinterest e Instagram), y dicho perfil aparece como página o como usuario. Además, describimos las formas que toman esta presencia a partir de indicadores de: popularidad, actividad, apreciación, difusión, interacción hacia el usuario y desde el usuario —que han sido calculados basándonos en la obtención de los KPI (Key Performance Indicators)—⁵.

Categorización de la población

A efectos de la presente investigación, las unidades de análisis han sido categorizadas en función de las siguientes dimensiones: tipología, orientación ideológica —para el caso de partidos—, ámbito de actuación y territorio de actuación.

4. Las estadísticas de KPI han sido obtenidas a través del aplicativo SAAS (Software as a Service) Quintly <<http://www.quintly.com>> contrastadas posteriormente por la observación directa.

5. Los KPI son los indicadores más utilizados para la obtención de métricas de *social media*. Se han utilizado los indicadores más comunes a excepción de los *average*, en tanto los resultados que arrojaban no resultaban significativos para la investigación a desarrollar.

En relación a los partidos políticos, las categorías utilizadas a fin de clasificar las unidades de análisis han sido: la tipología de organización, su ámbito de actuación, su orientación ideológica y su territorio de actuación. En relación a la tipología organizativa, hemos distinguido entre: coaliciones de partidos y partidos políticos, indicando en el caso de estos últimos, si formaban o no de una coalición. En relación a su ámbito de actuación, hemos distinguido aquellos partidos que desarrollan su actuación en el conjunto del territorio nacional, de aquellos que lo hacen en un ámbito autonómico, teniendo en cuenta que este ámbito puede incluir más de una comunidad autónoma (por ejemplo, el caso de Eusko Alkartasuna que dispone de representantes en los Parlamentos Vasco y Navarro). Finalmente, en relación a su orientación política, hemos distinguido entre partidos políticos de izquierda, centro, derecha, nacionalistas y regionalistas.

A este respecto, somos conscientes de la complejidad de ubicar ideológicamente los partidos políticos. Por este motivo, el principal criterio empleado ha sido la autoadscripción, es decir la declaración que realizaba cada organización en sus estatutos o textos programáticos. En el caso de UPyD, que rechaza explícitamente ubicarse en estos polos⁶, ha sido categorizada como partido de centro a falta de una referencia de ubicación mejor.

Más compleja ha sido la decisión de qué categorías utilizar para ubicar aquellos partidos políticos que centran su acción prioritariamente en la defensa de una identidad territorial, ya que dentro de este posicionamiento conviven partidos que se adscriben tanto a la derecha como a la izquierda del espectro ideológico. Sin embargo, hemos preferido ubicarlos en función de su posición respecto a la defensa de la identidad territorial, en tanto el eje territorial ocupa un lugar prioritario en su acción política. Así, hemos denominado partidos nacionalistas aquellos que basan la defensa de su identidad territorial en la postulación de una nacionalidad diferenciada de la española y que reclaman mayores cuotas de autogobierno para el territorio al que se adscriben⁷; mientras, consideramos como regionalistas aquellos partidos que basan la defensa de su identidad territorial sin llegar a reivindicar un principio de nacionalidad diferenciado y sin cuestionar el ordenamiento territorial español vigente.

De modo que las categorías empleadas para clasificar los partidos han sido:

- Tipología: partido político, coalición de partidos, partido político en coalición.
- Orientación ideológica: derecha, centro, izquierda, nacionalista, regionalista.
- Ámbito de actuación: nacional, autonómico.
- Territorio de actuación: España o Comunidad/Ciudad Autónoma específica.

Más simple ha sido la categorización de los sindicatos, que ha sido realizada en base a los ramos y sectores productivos englobados. Así, los sindicatos de clase corresponderían a aquellos que

6. http://www.upydes.com/contenidos/secciones/366/Manifiesto_fundacional [Extraído el 26 de marzo de 2014].

7. La reivindicación del autogobierno puede oscilar desde la defensa de una mayor descentralización territorial del Estado a la creación de un nuevo Estado.

englobaban al conjunto de sectores productivos de la población trabajadora respecto a aquellos que engloban a uno o distintos sectores productivos (sindicatos sectoriales), los ejercientes de una determinada profesión (sindicatos profesionales) o que se circunscriben al sector agropecuario (sindicatos agrarios). En este sentido, las categorías empleadas han sido:

- Tipología: sindicato de clase, sindicato sectorial, sindicato profesional y sindicato agrario.
- Ámbito de actuación: nacional, autonómico
- Territorio de actuación: España o Comunidad/Ciudad Autónoma específica.

Finalmente, en el caso de los consejos de juventud las categorías de clasificación se han basado en su ámbito de actuación (estatal o autonómico) y, dada la precaria situación que atraviesan, su actual estado (vigente, suprimido, en proceso de supresión...); de este modo, las categorías empleadas han sido:

- Ámbito de actuación: nacional, autonómico.
- Territorio de actuación: España o Comunidad/Ciudad Autónoma específica.
- Estado: vigente, suprimido (para el caso de aquellos consejos autonómicos que han sido suprimidos en fecha anterior a la realización del estudio), en constitución, en comisión gestora (para el caso del Consejo de Juventud de la Ciudad Autónoma de Melilla), en proceso de supresión (para el caso del Consejo de Juventud de España).

Técnicas de recogidas de datos

Para el desarrollo de la investigación se han utilizado las siguientes técnicas de recogidas de datos:

- Observación digital: en la Red a fin de determinar su presencia en el medio.
- Análisis documental: documentos producidos por las propias organizaciones a los que se ha tenido acceso mediante la propia Red o mediante solicitud a la organización.
- Análisis de las organizaciones en los *social media* mediante los KPI (Key Performance Indicators) —indicadores cuantitativos que nos permiten monitorizar la actividad de las organizaciones en las redes sociales—. Para ello se ha utilizado el *software* profesional *Quintly*.
- Análisis y rastreo de contenido temático de la Red: a partir de un *software ad hoc* que capturaba las publicaciones en Facebook y Twitter de las organizaciones monitorizadas.
- Entrevistas semi-estructuradas: en base a un guión construido a partir de las dimensiones de análisis y validado mediante juicio de expertos (ver Anexo 2 y Anexo 4). Para ello se han realizado un total de once entrevistas semi-estructuradas: ocho a organizaciones juveniles vinculadas a partidos políticos, dos a organizaciones juveniles vinculadas a sindicatos y una a un representante de un consejo de la juventud autonómico (ver Anexo 1).

Análisis de datos

Para el análisis de los datos obtenidos nos hemos basado en los siguientes modelos:

El **análisis de datos cuantitativos** (frecuencias y KPI) se ha realizado mediante su tabulación y depuración en SPSS, la elaboración de tablas de contingencia y la realización de las pruebas estadísticas asociadas (chi cuadrado).

Así, el análisis de la presencia se ha calculado en base al monitoreo de la actividad de las organizaciones en la Red: World Wide Web y redes sociales (Facebook, Twitter, Tuenti, Google+, Youtube, Instagram, Flickr, Pinterest) que de acuerdo al *IV Estudio Anual* publicado por IAB (Interactive Advertising Bureau) Spain, se corresponden con las redes sociales más utilizadas. Sin embargo, no se han incluido aquellas redes sociales que no tienen por finalidad la publicación de información textual o gráfica (por ejemplo, Badoo, Foursquare, Myspace, LinkedIn, Hi5...) en tanto se considera no relevante su uso por parte de las OPC. Para analizar la presencia, también se ha tenido en cuenta la presencia en la Red mediante una página, perfil o canal que identificara claramente a la organización juvenil. No se han incluido los perfiles de los partidos políticos o sindicatos a los que estaban orgánicamente vinculados. En el caso de que existieran otros perfiles territoriales, se ha elegido únicamente el perfil principal.

Para analizar con mayor detalle la presencia de las distintas organizaciones en las redes sociales, se han evaluado las siguientes dimensiones:

1. Actividad: en base KPI (Key Performance Indicators): *posts* e impresiones.
2. Popularidad: en base KPI (Key Performance Indicators): *followers, fans, views*.
3. Influencia: en base KPI (Key Performance Indicators): *mentions, retweets, sharings, sentiments (positive, neutral or negative)*.
4. Interacción: en base KPI (Key Performance Indicators): *comments, engagement*.

El **análisis de datos cualitativos** se ha realizado a partir dos procedimientos de análisis de contenido: un análisis pragmático y un análisis temático.

El análisis pragmático ha tenido como finalidad determinar las acciones contenidas en las distintas publicaciones rastreadas, mientras el análisis temático ha tenido como objetivo analizar el posicionamiento de las organizaciones y entrevistados en función de los temas objeto de estudio. Para ello, se han categorizado las publicaciones desarrolladas por las organizaciones estudiadas durante la campaña electoral de las elecciones europeas en base a una tabla de categorías construida inductivamente (ver Anexo 4).

El análisis de contenido temático se ha basado en dos dimensiones: por una parte, el posicionamiento de las organizaciones políticas juveniles en relación a las principales preocupaciones de los jóvenes y por otra el impacto de la Red en la organización (ver Anexo 4).

Para la construcción de las categorías referidas a la dimensión de las preocupaciones juveniles nos hemos basado en la explotación de los datos obtenidos en el último estudio de CIS, *Cultura*

*Política de los Jóvenes*⁸. De acuerdo al estudio mencionado se han tomado en consideración las siguientes categorías de las dos principales preocupaciones de los jóvenes españoles correspondientes (opción multi-respuesta)⁹: paro (73,1%), crisis económica – problemas económicos (16,6%), sistema educativo – planes de estudio (13,3%), vivienda – carestía (10,1%), drogas (6,9%).

Para el análisis de las publicaciones realizadas durante la campaña electoral, nos hemos basado en una tabla de categorías (ver Anexo 4) construida de modo mixto (inductivo y deductivo), mientras que el análisis de las entrevistas semi-estructuradas se ha realizado mediante un enfoque abductivo (Reichertz, 2009). Éste nos ha permitido elaborar una teoría de los usos y el impacto de las TIC en las OPC fundamentada en los datos, a la vez que se organizaba la abundante información en base a en una tabla de categorías construida a partir de los objetivos concretos de la investigación (ver Anexo 4).

A. Organizaciones juveniles vinculadas a partidos y coaliciones de partidos

De acuerdo con los criterios de muestreo intencional recogidos en el apartado metodológico, se han identificado 63 partidos y coaliciones de partidos. De ellos, 5 partidos y coaliciones tendrían como ámbito de actuación el conjunto del territorio español, y 58 el ámbito autonómico; 17 se adscribirían a la izquierda, 1 al centro, 2 a la derecha, 35 al nacionalismo y 8 al regionalismo. Una vez identificados los partidos políticos, se ha analizado la existencia o no de organizaciones juveniles mediante el análisis de documentos del partido, enlaces en las webs del partido y análisis hemerográfico. De este modo, se han identificado 47 organizaciones juveniles vinculadas a partidos políticos.

TABLA 3.1. PARTIDOS CON REPRESENTACIÓN Y ORGANIZACIÓN JUVENIL

	PARTIDOS	COALICIONES	ORGANIZACIONES JUVENILES
Izquierda	14	3	14
Centro	1	0	0
Derecha	2	0	1
Nacionalismo	26	9	25
Regionalismo	7	1	7
Totales	50	13	47

Fuente: elaboración propia.

8. Disponible en: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=13024

9. Los porcentajes incluyen el sumatorio de la primera y segunda opción a la pregunta: "¿Podrías decirme cuál es, a tu juicio, el principal problema que tienen los jóvenes actualmente en España? ¿Y el segundo?"

En relación a su ámbito de actuación, 5 de estas organizaciones operarían en el conjunto del territorio nacional y 42 en el ámbito autonómico; y respecto a su orientación ideológica, 14 se adscribirían a la izquierda, 1 a la derecha, 25 al nacionalismo y 7 al regionalismo (ver Tabla 3.1).

Presencia en la WWW

El primer indicador que hemos considerado para medir la presencia en la Red es el de disponer de un espacio web en la World Wide Web, en tanto esta permite ofrecer una ventana de información acerca de las actividades de la organización, comunica opinión y permite el contacto con la ciudadanía, ya sea mediante formulario o correo electrónico.

De acuerdo con la observación realizada, se han identificado 28 organizaciones que disponían de web propia, 4 que disponían de una sección dentro de la web del partido con la que se encontraban vinculadas y 15 no disponían de ninguna web que pudiera identificarse orgánicamente con la organización (ver Tabla 3.2). Por otra parte, cabe señalar que entre las 28 organizaciones que disponían de web, 25 tenían un dominio y un portal propio y 3 utilizaban servicios gratuitos de *blogging* como *wordpress.com* y *blogspot.com*.

TABLA 3.2. PRESENCIA EN LA WWW (PÁGINA WEB)

	DISPONE DE WEB	DISPONE DE SECCIÓN	NO DISPONE	TOTALES
Izquierda	9 64,29%	1 7,140%	4 28,57%	14 100,00%
Derecha	1 100,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 100,00%
Nacionalista	15 60,00%	0 0,00%	10 40,00%	25 100,00%
Regionalista	3 42,86%	3 42,86%	1 14,29%	7 100,00%
Totales	28 100,00%	4 100,00%	15 100,00%	47 100,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en las redes sociales

Actualmente, las redes sociales se han convertido en un territorio fundamental para la generación de estados de opinión y fomento de la interacción social. De acuerdo a los estudios consultados, la población joven es quien realiza un mayor uso de las redes sociales, por lo que sería de esperar que las organizaciones juveniles tuvieran una presencia en las mismas.

De acuerdo a los datos recopilados (Tabla 3.3), las tres redes más utilizadas por la organizaciones políticas juveniles serían Twitter (55,32%), Facebook (53,19%) y Youtube (46,81%) y las menos utilizadas serían las redes de compartición de material gráfico: Pinterest (6,38%) e Instagram (2,13%).

Por otra parte, en un nivel intermedio se situarían Google+ (23,40%) y Tuenti (21,28%); cabe señalar que de acuerdo a los estudios consultados esta última es una de las redes más utilizadas en el Estado español por la población joven, junto a Facebook y Twitter.

TABLA 3.3. PRESENCIA EN REDES SOCIALES (%)

	FACEBOOK	TWITTER	TUENTI	GOOGLE+	YOUTUBE	FLICKR	PINTEREST	INSTAGRAM
Página	53,19	55,32	21,28	23,40	44,68	0,00	6,38	2,13
Usuario	10,64	0,00	14,89	6,38	0,00	34,04	0,00	0,00
No tiene	36,17	44,68	48,94	48,94	53,19	61,70	89,36	93,62
Perfiles territoriales	0,00	0,00	14,89	21,28	2,13	4,26	4,26	4,26
Totales	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, es preciso señalar las redes que diferencian entre página web y usuario (Facebook, Tuenti y Google+). De acuerdo a las políticas de Facebook y Google+, las organizaciones tendrían que disponer de páginas y no de usuarios. En cambio, encontramos que un 10,64% para Facebook y un 6,38% para Google+ disponen únicamente de usuarios.

Facebook. De acuerdo al análisis de los KPI de Facebook (ver Tabla 3.4), se evidencia que las tres organizaciones que acumulan mayor popularidad, medida mediante el número de fans, serían las UJCE y JSE (izquierda) y Arran (nacionalista), mientras las que desarrollan un uso inferior serían Joves amb Compromís (nacionalista), Rolde Choben y Juventudes Navarras (regionalistas).

Si analizamos el sumatorio de KPI por orientación ideológica (Tabla 3.5) las organizaciones adscritas a la izquierda serían las que presentarían puntuaciones más altas en la dimensión de popularidad (fans), interacción (comentarios), apreciación (*likes*) y difusión (comparticiones). En cambio, las organizaciones nacionalistas serían las que presentan una puntuación superior en actividad (publicaciones). Por contra, serían las organizaciones regionalistas quienes obtendrían una puntuación más baja en todas las dimensiones.

TABLA 3.4. KPI FACEBOOK

ORGANIZACIÓN	FANS	PUBLICACIONES	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTICIONES
Unión de Juventudes Comunistas de España (UJCE)	11526	71	4191	93	2958
Juventudes Socialistas de España	11494	27	1054	8	349
Arran Països Catalans	6255	31	1073	18	530
Alternativa Jove - Joves d'EUIA	3595	21	98	2	33
Nuevas Generaciones de España	3396	30	940	20	184
Ernai	2839	14	461	10	394
JERC	2729	26	942	2	123
Joves d'Esquerra Verda	2696	57	312	8	91
Joventut Socialista de Catalunya	2652	10	127	1	56
Joventut Nacionalista de Catalunya	1734	32	619	5	407
Unió de Joves	1361	59	588	13	21
Juventudes Leonesas	700	2	9	0	2
Mocidade de Anova	601	0	0	0	0
Joves amb Compromís	455	0	0	0	0
Rolde Choben Aragón	398	1	5	0	0
Juventudes Navarras - JJNN	381	14	234	19	35

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.5. KPI AGREGADOS POR ORIENTACIÓN (FACEBOOK)

ORIENTACIÓN	FANS	PUBLICACIONES	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTICIONES
Izquierda	4 29267 55,42%	129 32,66%	5470 51,35%	104 52,26%	3396 65,52%
Derecha	1 3396 6,43%	30 7,59%	940 8,82%	20 10,05%	184 3,55%
Nacionalista	8 18670 35,35%	219 55,44%	3995 37,50%	56 28,14%	1566 30,21%
Regionalista	3 1479 2,80%	17 4,30%	248 2,33%	19 9,55%	37 0,71%
Totales	16 52812 100,00%	395 100,00%	10653 100,00%	199 100,00%	5183 100,00%

Fuente: elaboración propia.

Twitter. Ha experimentado una fuerte expansión como red de *microblogging* constituyendo actualmente uno de los canales más importantes de información e interacción en la Red.

De acuerdo con la Tabla 3.6, la organización que obtendría una puntuación más alta en popularidad (*followers*), apreciación (*favs*) e interacción desde el usuario (*mentions*) sería la UJCE. En cambio, sería Nuevas Generaciones quien presenta una mayor actividad (*tweets*) y Enai la que presenta una mayor interacción hacia el usuario (*replies*). Entre las organizaciones con menor popularidad se encontrarían las organizaciones de izquierda ceuties Alternativa 21 y Jóvenes Caballas.

Si agrupamos los KPI por orientación ideológica (Tabla 3.7) se evidencia que son las organizaciones de izquierdas las que obtienen una mayor puntuación en popularidad, actividad, difusión, apreciación e interacción desde el usuario.

En cambio, serían las organizaciones nacionalistas, las que presentan una mayor interacción hacia el usuario. En las puntuaciones inferiores encontraríamos las organizaciones regionalistas.

TABLA 3.6. KPI TWITTER

TWITTER	ORGANIZACIÓN	FOLLOWERS	TWEETS	REPLIES	RETWEETS	FAVS	MENTIONS
@UJCE	UJCE	26341	126	0	3511	1019	5086
@jovenesIU	Jovenes IU	20674	135	4	3775	880	3876
@NNGG_Es	Nuevas Generaciones	15770	220	5	1977	930	2087
@JSE_ORG	JSE	13860	92	1	2100	658	986
@Arran_jovent	Arran	9666	65	0	923	199	640
@Ernaigazte	Ernai	6715	126	8	1331	259	1012
@JNCatalunya	JNC	5073	46	0	237	77	475
@lesJERC	JERC	4264	29	0	319	79	483
@galizanova	Galiza Nova	3224	42	1	295	95	271
@jovesev	Joves EV	2972	95	0	329	93	242
@jscatalunya	JSC	2731	19	0	46	13	66
@gazte	Gazte Abertzaleak	2539	73	1	578	81	359
@alternativajove	Alternativa Jove	2256	60	0	140	28	114
@anovamocidade	ANOVA Mocidade	1693	5	1	25	8	0
@uniodejoves	Unió de Joves	1650	145	2	261	27	559
@JEN_PSM	JEN-PSM	1419	2	0	3	0	2
@jovesIniciativa	Joves amb Iniciativa	1241	19	0	60	48	64
@Chobentu	Chobentú Aragonésista	1103	4	2	11	8	14
@euzkogaztedi	EGI	1025	7	0	36	14	22
@jovesCompromis	Joves amb Compromis	679	0	0	0	0	0
@jrcantabria	Juventud Regionalista de Cantabria	440	2	0	0	0	4
@jleonesistas	Jovenes Leonesistas	438	2	0	2	2	4
@RoldeChoben	Rolde Choben	363	6	0	4	0	3
@juventudesnav	Juventudes Navarras	292	29	1	112	30	20
@Alternativa_21	Alternativa 21	124	39	0	4	6	8
@jovenesCaballas	Jóvenes Caballas	91	16	5	5	3	28

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.7. KPI AGREGADOS POR ORIENTACIÓN (TWITTER)

ORIENTACIÓN		FOLLOWERS	TWEETS	REPLIES	RETWEETS	FAVS	MENTIONS
Izquierda	9	70290 55,50%	601 42,81%	10 32,26%	9970 61,99%	2748 60,30%	10470 63,74%
Derecha	1	15770 12,45%	220 15,67%	5 16,13%	1977 12,29%	930 20,41%	2087 12,71%
Nacionalista	12	39050 30,83%	544 38,75%	15 48,39%	4019 24,99%	847 18,59%	3837 23,36%
Regionalista	4	1533 1,21%	39 2,78%	1 3,23%	118 0,73%	32 0,70%	31 0,19%
Totales	26	126643 100,00%	1404 100,00%	31 100,00%	16084 100,00%	4557 100,00%	16425 100,00%

Fuente: elaboración propia.

Youtube. En relación al uso de Youtube (Tabla 3.8), son las organizaciones de izquierda UJCE y JSE quienes presentan una puntuación más alta en popularidad (suscripciones), mientras las organizaciones nacionalistas JERC y JNC son las que presentan una mayor actividad. En cambio, serían Joves amb Iniciativa y Gazte Abertzaleak quienes presentarían menor popularidad (suscripciones) y Joves amb Iniciativa (izquierda), EGI (nacionalista) y Alternativa 21(izquierda) las que presentarían menor actividad.

Si atendemos a su dimensión ideológica (Tabla 3.9), serían las organizaciones agrupadas en la izquierda y nacionalistas quienes presentan una mayor popularidad (suscripciones) y actividad (vídeos). Mientras las organizaciones de derecha y regionalistas son las que presentan las puntuaciones más bajas en estas dimensiones.

TABLA 3.8. KPI YOUTUBE

CANAL DE YOUTUBE	SUSCRIPCIONES	VÍDEOS
UJCE (JuveTube)	813	30
Juventudes Socialistas de España (CEFJSE)	696	74
Joves d'Esquerra Republicana de Catalunya	429	87

TABLA 3.8. KPI YOUTUBE (CONTINUACIÓN)

CANAL DE YOUTUBE	SUSCRIPCIONES	VÍDEOS
Arran	369	34
Ernai	243	30
BLOC JOVE (BLOC JOVE)	146	15
Joventut Nacionalista de Catalunya	124	81
Nuevas Generaciones	120	5
Joventut Socialista de Catalunya	93	52
Joves d'Esquerra Verda	72	34
Galiza Nova	42	21
Alternativa Jove EuiA	31	14
ChobenTV (ChobenTV)	13	27
Juventudes Nacionalistas de Canarias	13	2
Unió de Joves	12	28
Juventudes Navarras	11	9
Gazte Abertzaleak	9	2
Euzko Gaztedi (EGI)	5	1
Alternativa21ceuta (Alternativa21ceuta)	3	1
Mocidade de ANOVA	2	2
Joves amb Iniciativa	0	1

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.9. KPI AGREGADOS POR ORIENTACIÓN (YOUTUBE)

ORIENTACIÓN		SUBSCRIPCIONES	VÍDEOS
Izquierda	6	1677 51,66%	192 34,91%
Derecha	1	120 3,70%	5 0,91%
Nacionalista	13	1438 44,30%	344 62,55%
Regionalista	1	11 0,34%	9 1,64%
Totales	21	3246 100,00%	550 100,00%

Fuente: elaboración propia.

B. Las organizaciones juveniles vinculadas a sindicatos

La presencia de organizaciones juveniles vinculadas a sindicatos constituye una práctica todavía incipiente en España. Se observa que son los sindicatos de clase y los sindicatos agrarios donde existe un mayor número de organizaciones juveniles, mientras éstas únicamente aparecen en un sindicato sectorial y no hemos identificado ninguna organización juvenil en sindicatos profesionales o de empresa. De acuerdo a los datos expuestos en la Tabla 3.10, hemos identificado 20 organizaciones sindicales juveniles, de las cuales 15 corresponden a sindicatos de clase, 1 a un sindicato sectorial y 4 a sindicatos agrarios.

TABLA 3.10. TIPO DE ORGANIZACIÓN (SINDICATOS)

TIPO DE ORGANIZACIÓN	CANTIDAD	% DEL TOTAL
Sindicato de Clase	15	75,00%
Sindicato Sectorial	1	5,00%
Sindicato Profesional	0	0,00%
Sindicato de Empresa	0	0,00%
Sindicato Agrario	4	20,00%
Totales	20	100,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en la WWW

De acuerdo con los datos recopilados acerca de la presencia en la World Wide Web (ver Tabla 3.1.1), 9 de estas organizaciones disponen de página web con dominio propio, cinco disponen de un apartado en la web del sindicato con el que están vinculadas y seis no disponen de ninguna web ni sección propia.

TABLA 3.1.1. PRESENCIA EN LA WEB

PÁGINA WEB	CANTIDAD	% DEL TOTAL
Dispone de web propia	7	35,00%
Sección en la web del sindicato	7	35,00%
No dispone de web	6	30,00%
Total	20	100,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en las redes sociales

En relación a la presencia de las organizaciones sindicales juveniles en las redes sociales (Tabla 3.1.2), sólo seis organizaciones disponían de página en Facebook, seis en Twitter y cinco disponían de un canal de Youtube.

TABLA 3.1.2. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES (%)

	FACEBOOK	TWITTER	TUENTI	GOOGLE+	YOUTUBE	FLICKR	PINTEREST	INSTACRAM
Página	35,00	30,00	25,00	0,00	25,00	0,00	0,00	0,00
Usuario	15,00	0,00	5,00	15,00	0,00	0,00	95,00	0,00
No tiene	50,00	65,00	70,00	75,00	70,00	95,00	5,00	100,00
Territoriales	0,00	5,00	0,00	10,00	5,00	5,00	0,00	0,00
Totales	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: elaboración propia.

Facebook. En el análisis de los KPI de Facebook (ver Tabla 3.13) se evidencia que son UGT Juventud y Jóvenes CCOO aquellas que tienen mayor popularidad (fans); y UGT Juventud y SAT Juventud las que presentan mayor actividad (publicaciones). Destaca que durante el periodo analizado, ni ASAJA ni Jóvenes Anarcosindicalistas presentaron ninguna actividad en Facebook.

En relación a la apreciación (*likes*) el mayor porcentaje lo obtendría SAT-Juventud, seguido de UGT Juventud; en relación a la interacción (*comments*) correspondería a UGT Juventud, SAT Juventud y las Juventudes Agrarias del COAG; y finalmente en cuanto a la capacidad de difusión (comparticiones), la puntuación más alta correspondería a SAT Juventud, seguida de UGT Juventud.

TABLA 3.13. KPI FACEBOOK

ORGANIZACIÓN	FANS	PUBLICACIONES	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTICIONES
UGT Juventud	3214	60	240	11	57
Jóvenes CCOO	2950	5	31	7	11
SAT Juventud	1265	33	447	11	122
Juventudes Agrarias de COAG	702	10	142	11	30
ASAJA (Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores)	660	0	0	0	0
Jóvenes Anarcosindicalistas CGT	180	0	0	0	0
Totales	8971	108	860	40	220

Fuente: elaboración propia.

Twitter. En el análisis de los KPI correspondientes a Twitter, las puntuaciones más altas en popularidad (*followers*) corresponden a SAT Juventud y Jóvenes CCOO y las más bajas a Avalot e Inter-sindical Jove. En cambio, Avalot y Jóvenes CCOO son las que presentan una mayor actividad (*tweets*) y Avalot también sería la que mantiene un mayor nivel de interacción desde (*mentions*) y hacia los usuarios (*replies*).

En relación a la apreciación (*favs*), las puntuaciones más altas corresponderían a SAT Juventud y Avalot, y en capacidad de difusión (*retweets*) corresponderían a SAT Juventud y Avalot.

TABLA 3.14. KPI TWITTER

TWITTER	FOLLOWERS	TWEETS	REPLIES	RETWEETS	FAVS	MENTIONS
@SATJuventud	3159	17	0	229	68	105
@JovenesCCOO	2143	20	0	88	21	131
@ugtjuventudcec	1935	16	0	39	8	51
@Avalot_	1659	55	5	104	39	159
@Intersindjove	362	3	0	19	2	11
Totales	9258	111	5	479	138	457

Fuente: elaboración propia.

Youtube. En relación al uso de Youtube, la organización que tendría mayor popularidad (suscripciones) corresponde a Jóvenes CCOO, seguida de Acció Jove. Y las organizaciones que ostentan mayor actividad (vídeos) serían Acció Jove y Avalot. En cambio, la organización con menores puntuaciones sería Jóvenes de la CGT.

TABLA 3.15. KPI YOUTUBE

ORGANIZACIÓN	SUSCRIPCIONES	VÍDEOS
Jóvenes CCOO (jovenescceo)	100	8
Accio Jove - Joves de CCOO de Catalunya (Acciojove)	87	47
UGT Juventud (UGTjuventud)	25	4
Avalot Joves UGT de Catalunya (Avalot Joves UGT de Catalunya)	10	14
Jóvenes CGT (JOVENESCGT)	2	1
Totales	224	74

Fuente: elaboración propia.

C. Los consejos de juventud

Como ya hemos visto, actualmente, de acuerdo a los datos recopilados (ver Tabla 3.16) continúan vigentes doce consejos de juventud autonómicos, mientras han sido suprimidos cinco con-

sejos de juventud autonómicos (Aragón, Cantabria, Ceuta, Galicia y Madrid). Por otra parte, existe un consejo de juventud que se encuentra en proceso de creación (Islas Canarias) y otro que opera en comisión gestora (Melilla). Respecto al Consejo de Juventud de España, éste se encuentra en proceso de disolución, la cual en el momento de escribir este informe todavía no se había hecho efectiva.

TABLA 3.16. CONSEJOS DE LA JUVENTUD

ESTADO	CANTIDAD	% DEL TOTAL
Vigente	12	60,00%
Suprimido	5	25,00%
En constitución	1	5,00%
En disolución	1	5,00%
En comisión gestora	1	5,00%
Totales	20	100,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en la WWW

Tal y como se recoge en la Tabla 3.17, de los consejos de juventud vigentes, incluyendo al Consejo de Juventud de España que está en proceso de disolución, doce disponen de página web con dominio propio y uno, el Consejo de Juventud de Andalucía, dispone de una sección en la web de la Junta de Andalucía.

TABLA 3.17. PRESENCIA EN LA WEB

PÁGINA WEB	CANTIDAD	% DEL TOTAL
Dispone de web propia	12	92,31%
Dispone de sección en web institucional	1	7,69%
No dispone de web	0	0,00%
Totales	13	100,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en las redes sociales

En relación a los datos recopilados (ver Tabla 3.18) se evidencia una preferencia por las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube y una menor presencia en Tuenti, en la cual existen más usuarios que páginas de los Consejos. Es de destacar, así mismo, la presencia significativa de los consejos en la red social gráfica de Flickr y su nula presencia en las redes Pinterest e Instagram.

TABLA 3.18. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES (%)

	FACEBOOK	TWITTER	TUENTI	GOOGLE+	YOUTUBE	FLICKR	PINTEREST	INSTAGRAM
Página	91,67	91,67	50,00	25,00	58,33	41,67	0,00	0,00
Usuario	0,00	0,00	16,67	41,67	0,00	0,00	0,00	0,00
No tiene	8,33	8,33	33,33	33,33	41,67	58,33	100,00	100,00
Totales	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: elaboración propia.

Facebook. En relación a los KPI recogidos de Facebook (ver Tabla 3.19), el consejo con mayor popularidad (fans) sería el Consejo de Juventud de España, seguido del Consejo de Juventud de Extremadura, y el de menor popularidad correspondería al de Navarra. En relación a actividad (publicaciones), el consejo más activo sería el de Extremadura y el menos el de Asturias.

En relación a la apreciación (*likes*), la actividad más apreciada correspondería al Consejo de Juventud de España seguido del de Extremadura. En relación a la interacción (comentarios) y la capacidad de difusión (comparticiones) aquel que presenta una mayor puntuación sería el Consejo de Juventud de España.

Twitter. En relación al uso de Twitter (ver Tabla 3.20), correspondería al Consejo de Juventud de España la mayor popularidad (*followers*), seguido del Consejo de Juventud de Castilla y León. En cambio, en tanto a actividad (*tweets*), la mayor puntuación sería obtenida por el Consejo de Juventud de Extremadura, seguido por el de España.

En cuanto a difusión (*retweets*), sería el Consejo de Juventud de España seguido del Consejo de Juventud de Euskadi. En la apreciación (*favs*), la mayor puntuación recae en el Consejo de Juventud de España seguido del Consejo de Juventud de Euskadi. En interacción desde el usuario, sería el Consejo de Juventud de España seguido del Consell Nacional de Juventut de Catalunya y del Consejo de la Juventud de Euskadi. Y en interacción hacia el usuario, las mayores puntuaciones corresponden al Consejo de Juventud de España seguido del Consejo de Juventud de Andalucía.

Youtube. En relación al uso de Youtube (ver Tabla 3.21), las máximas puntuaciones de popularidad y actividad son alcanzadas por el Consejo de la Juventud de España y por el Consell Nacional de Joventut de Catalunya en cuanto popularidad y el Conseyu de Moicedá Principáu d'Asturies en relación a actividad. Siendo el Consejo de la Juventud de Extremadura el que presenta una menor popularidad y el de Andalucía una menor actividad.

TABLA 3.19. KPI FACEBOOK

ORGANIZACIÓN	FANS	PUBLICACIONES	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTICIONES
CJE Consejo Juventud España	6572	50	542	21	108
Consejo Juventud Extremadura	5526	149	357	3	60
Consejo de la Juventud de Andalucía CJA	5247	16	50	1	18
Consejo Juventud Rioja	4741	8	16	0	18
Euskadiko Gazteriaren Kontseilua ECK	3491	26	77	4	35
Cnjc Xarxa Jove	1992	34	93	0	2
Consell de la Joventut de la Comunitat Valenciana	1627	4	8	0	0
Consejo de la Juventud de Castilla y León	1001	7	15	0	1
Cmpa Conseyu d'Asturies	825	0	0	0	0
Consejo de la Juventud de la Región de Murcia	813	3	3	0	0
Consejo de la Juventud de Navarra - Nafarroako Gazte Kontseilua	517	6	3	1	0
Totales	32352	303	1164	30	242

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.20. KPI TWITTER

TWITTER	FOLLOWERS	TWEETS	REPLIES	RETWEETS	FAVS	MENTIONS
@_CJE_	6127	144	19	865	222	332
@CJCyL	2325	68	0	56	20	57
@CNJCat	2289	55	0	137	42	133
@GazteKontseilua	1712	134	6	223	67	76
@conselljoventut	1526	17	0	7	0	1
@murciatotal	1224	2	1	2	1	0
@_CJEx_	1141	171	0	100	39	71
@CJAndalucia	1084	31	8	67	28	133
@cjnngk	1008	1	0	0	0	4
@eCJCV	878	2	0	1	0	3
@cjclm	847	0	0	0	0	0
@conseyu_cmpa	463	5	1	1	1	16
Totales	20624	630	35	1459	420	826

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.21. KPI YOUTUBE

ORGANIZACIÓN	SUSCRIPCIONES	VÍDEOS
Consejo de la Juventud de España CJE	44	186
Consell Nacional dela Joventut de Catalunya	18	32
Gazteriaren Kontseilua	17	31
Consejo de la Juventud de Andalucía CJA	11	2
consejojuventudcyl	9	3
Conseyu Moceda Principáu d'Asturies	7	52
Consejo Juventud Navarra (cinngk)	6	42
Consejo de la Juventud de Extremadura CJEx	5	13
Totales	117	361

Fuente: elaboración propia.

D. Análisis comparado

Este apartado tiene por finalidad comparar las diferentes unidades de análisis objeto de estudio: organizaciones juveniles vinculadas a partidos, organizaciones juveniles vinculadas a sindicatos y consejos de la juventud. Para ello, se han comparado los porcentajes obtenidos en los análisis anteriores y se han sumado las puntuaciones correspondientes a cada tipo.

Presencia en la WWW

Del conjunto de las diferentes tipologías de organización analizadas, se evidencia que son los consejos de juventud aquellos que disponen de una mayor presencia relativa en la Red, tanto mediante la existencia de una web asociada (ver Tabla 3.22) como a través de la creación de perfiles en los diferentes canales de las redes sociales (ver Tabla 3.23). A estos, les seguirían las organizaciones de los partidos políticos y el último lugar correspondería a las organizaciones juveniles de los sindicatos.

TABLA 3.22. PRESENCIA EN LA WWW (COMPARADA)

TIPO DE ORGANIZACIÓN	DISPONE DE WEB	DISPONE DE SECCIÓN	NO DISPONE DE WEB
Partido	59,57%	8,51%	31,91%
Sindicato	35%	35%	30%
Consejo de la juventud	92,31%	7,69%	0,00%

Fuente: elaboración propia.

Presencia en redes sociales

En relación a la presencia en las redes sociales (Tabla 3.23), se observa que las redes más utilizadas serían Facebook, Twitter y Youtube, siendo los consejos de juventud quienes obtienen una mayor presencia relativa en todos los canales, a excepción de Pinterest e Instagram que son utilizadas —si bien de forma mínima— por algunas de las organizaciones juveniles de los partidos políticos. A su vez, las organizaciones juveniles sindicales, son las que presentan menor presencia en el conjunto de las redes sociales.

TABLA 3.23. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES (COMPARADA) (%)*

	FACEBOOK	TWITTER	TUENTI	GOOGLE+	YOUTUBE	FLICKR	PINTEREST	INSTAGRAM
Partido	53,19	55,32	21,28	23,40	44,68	0,00	6,38	2,13
Sindicato	35,00	30,00	25,00	0,00	25,00	0,00	0,00	0,00
Consejo de la Juventud	91,67	91,67	50,00	25,00	58,33	41,67	0,00	0,00

* Se ha contabilizado únicamente la presencia en páginas para los canales de Facebook, Tuenti y Google+, no así de usuarios, al ser la página el medio de interacción habitual para las organizaciones de acuerdo con las políticas establecidas por estos canales.

Fuente: elaboración propia.

Facebook. En relación al uso de Facebook, se evidencia que los partidos ocupan el primer lugar en todos los indicadores (popularidad, actividad, apreciación, interacción y difusión), seguido de los consejos de juventud y en último lugar las organizaciones juveniles sindicales.

Twitter. En relación al uso de Twitter, hay que destacar que la tendencia se repite, siendo los partidos quienes obtienen mayores puntuaciones (popularidad, actividad, difusión, apreciación, inter-

acción desde el usuario), a excepción del indicador de interacción hacia el usuario, donde obtienen una mayor puntuación los consejos de juventud.

TABLA 3.24. KPI FACEBOOK (COMPARADA)

TIPO ORGANIZACIÓN	FANS	PUBLICACIONES	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTICIONES
Partidos	52812	395	10653	199	5183
Sindicatos	8971	108	860	40	220
Consejos de Juventud	32352	303	1164	30	242

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.25. KPI TWITTER (COMPARADA)

TIPO ORGANIZACIÓN	FOLLOWERS	TWEETS	REPLIES	RETWEETS	FAVS	MENTIONS
Partidos	126643	1404	31	16084	4557	16425
Sindicatos	9258	111	5	479	138	457
Consejos de Juventud	20624	630	35	1459	420	826

Fuente: elaboración propia.

Youtube. Finalmente, en relación al uso de Youtube, serían también las organizaciones juveniles vinculadas a partidos quienes albergarían una mayor popularidad y actividad. En cambio, las organizaciones sindicales obtendrían aquí mayor puntuación que los consejos de juventud en cuanto a popularidad, y los consejos de juventud mayor puntuación que las organizaciones sindicales en cuanto a actividad.

TABLA 3.26. KPI YOUTUBE (COMPARADA)

TIPO DE ORGANIZACIÓN	SUBSCRIPCIONES	VÍDEOS
Partidos	3246	550
Sindicatos	224	74
Consejos de Juventud	117	361

Fuente: elaboración propia.

3.4. USO DE LAS TIC Y SUS CONSECUENCIAS EN LAS ORGANIZACIONES POLÍTICAS CONVENCIONALES

En este apartado, presentamos los resultados de doce entrevistas semi-estructuradas llevadas a cabo con personas responsables de comunicación y portavoces (en dos casos) dentro de organizaciones políticas juveniles convencionales (OPC) del Estado español como son 8 partidos políticos, 2 sindicatos y 1 consejo de la juventud. Antes de entrar en detalle a la exposición de resultados, exponemos algunas aclaraciones respecto al material analizado y presentado en este apartado, el proceso de análisis y la muestra.

Dada la cantidad de material textual generado, aunque hemos partido de la plantilla de vaciado que adjuntamos en el Anexo 4, en este espacio hemos procurado centrarnos en cómo se utilizan las TIC dentro de las OPC y cómo estos usos afectan al triángulo jóvenes, política e Internet. Concretamente, partimos de un interés por analizar hasta qué punto las OPC son conscientes de los cambios que la Red trae a la acción política juvenil, de qué manera la usan y qué cambios organizativos les suponen estos usos. Por lo tanto, la primera sección del apartado se centra en describir cómo se caracterizan las OPC a partir de las concepciones de acción política que éstas manejan. A continuación, nos paramos brevemente en cómo se relaciona esta acción política más bien organizada con la percepción que se tiene de la juventud en general. Finalmente, partiendo de la premisa generalizada entre las OPC de que las TIC representan, mayoritariamente, un instrumento capital para vincular a la juventud con la acción política organizada, entramos a definir los matices de las concepciones subyacentes a las distintas manifestaciones de este uso instrumental y, a la par, vamos apuntando qué efectos tienen estos diversos usos en la actividad y organización de las propias OPC.

El proceso de interpretación de dichas entrevistas parte de un análisis de contenido en la línea expuesta en los apartados anteriores y en cierta medida constata lo que éstos apuntan, es decir, un uso más bien instrumental e informativo de las TIC que por ahora ha dado lugar a relativamente pocos cambios en las formas de organizarse y actuar de las llamadas organizaciones políticas convencionales.

Sin embargo, la realización de entrevistas semi-estructuradas nos ha permitido ir un poco más allá de esta constatación y explorar qué concepciones de las TIC están manejando las OPC entrevistadas, dando lugar a algunos matices y grados dentro de este tipo de uso. Sin embargo, en la línea propuesta por Sedgwick y Frank (2003), aunque nos acerquemos a un análisis del discurso de estas organizaciones, queremos huir en la medida de lo posible de lecturas "paranoicas" que parten de la sospecha para buscar estructuras más o menos sólidas y subyacentes a los modos de comunicar y organizarse de las OPC.

Sin duda, tal y como veremos, más que ante una situación clara y definida, al tratar de analizar el impacto de las TIC sobre las organizaciones políticas juveniles, nos encontramos ante un proceso que viene relativamente de lejos. Tal y como ejemplifica el siguiente extracto¹⁰, en varias entrevistas

10. E = Entrevistador; P = Participante. En la referencia, al final de la cita, el primer número del código indica quién es el/la entrevistado/a. Véase numeración correspondiente en Anexo 1.

se nos ha cuestionado que tildemos de “nuevas” a las tecnologías de la Red y se ha remarcado que casi todas las personas entrevistadas se consideran nativas digitales:

E: Pues eso, a nivel interno, ¿en qué medida crees que la aparición de las TIC...? Aunque no sé con quien hablaba el otro día que decía que de nuevas tecnologías ya no tienen nada...

P: No, están completamente implantadas ¿no? Es el día a día de cada uno. No sé tú, pero yo ya a nivel personal no concibes el que salga una noticia importante y no dar tu opinión en Twitter, no colgar una imagen que te parece importante en Facebook, no fotografiar lo que comes en Instagram ¿no? Yo creo que es... prácticamente forman parte de nuestra vida. El otro día un chico me decía “no, es que no tengo Facebook”. Me pareció... arcaico ¿no? Me pareció inconcebible. Yo creo que a partir de unos rangos de edades, que ahora mismo es inadmisibile no estar dentro de... [4:32]

Por otro lado, debemos tener en cuenta que las personas entrevistadas son representantes juveniles de las organizaciones, con una corta historia tanto dentro como fuera de la organización, una trayectoria que además está marcada más por la transición y la fluidez y menos por una larga perspectiva histórica que les permita evaluar con exactitud la incidencia de las TIC en las OPC en general. Así, en tanto que el fenómeno analizado (es decir, qué usos y qué cambios se vienen dando en las formas de organización y acción de las OPC) es considerado un proceso en constante cambio, nos resulta más pertinente realizar una “lectura reparativa” que ponga de relieve qué tendencias observamos en dicho proceso de transformación y recomposición y cómo se sitúan respecto a él, por encima de detallar los usos concretos e internos y/o las directrices o premisas más o menos consolidadas que permiten estos usos (aspectos que, en todo caso, se pueden visualizar en el análisis cuantitativo).

Tal y como ya hemos comentado, nos hemos entrevistado principalmente con responsables de comunicación. Casi en su totalidad, las personas entrevistadas afirman dedicarse de manera voluntaria y parcial a la organización. En parte dada esta circunstancia, nos encontramos a menudo, e indistintamente de su posición en el eje ideológico, con personas que practican una “doble militancia” (de hecho, esta expresión en concreto fue usada un entrevistado). Tal y como veremos más adelante ya en relación al uso de las TIC, cada vez más se fomenta estratégicamente este perfil “múltiple” (que al mismo tiempo es cada vez más “normal”) para evitar una cierta endogamia y confrontar la desafección hacia sus organizaciones:

E: ¿Intentáis hacer algún tipo de estrategia por confrontar esta [desafección]...?

P: Bueno, nosotros al final somos gente joven como cualquier otra. Quiero decir, yo en un momento dado, con 19 años, decidí que una de las herramientas de lucha para mí era afiliarme a JEV. Pero sigo participando en muchos otros ambientes, también de lucha y combate [...] Pero después, cuando salgo de copas con mis amigos, soy una persona normal. En mi trabajo, hay gente de mi edad que son personas normales,

es decir, no somos un órgano aparte y por lo tanto nosotros sabemos de qué va el mundo. [...] no hacemos una cosa endogámica y sólo nos vemos entre nosotros y por lo tanto nuestra lectura del mundo es totalmente sesgada. [1:18]

Otra característica cada vez más presente entre las personas entrevistadas es la responsabilidad explícita de “redes”, recientemente añadida a la de comunicación o, como nos hemos encontrado en algunas organizaciones, creada como un cargo nuevo y separado con tal responsabilidad en exclusiva (llamado “secretaría 2.0” en el caso de la JERC o incluso *community manager*, en el caso del consejo de juventud entrevistado). De hecho, en algunas OPC llegan a definir personas encargadas de tareas específicas como mantener la página web o gestionar alguna red social en concreto (mayoritariamente Twitter y Facebook). Realmente, en muchos de estos casos, añadir esta responsabilidad de “redes” al cargo o incluso la creación de una secretaria 2.0 o una comisión de redes sociales se presenta como el único cambio organizativo claramente visible que han sufrido las organizaciones políticas convencionales, algo que ha ocurrido durante los últimos cinco años:

... que el sindicato ha adoptado una posición en relación a los medios sociales si te puedo responder, porque en el mandato anterior, aparte de que la secretaria de juventud empezó a tomarse en serio esto, se constituyó en el ámbito de la secretaria de comunicación, una comisión de redes sociales, antes de la primera huelga general de este ciclo, en 2010, y el compromiso ha ido más allá, hasta el punto de que en el congreso del año pasado, en 2013, se decidió crear una secretaria de movimientos sociales y redes sociales. Son dos temas independientes, pero los lleva la misma persona, pero se decidió crear una secretaria específicamente de eso y para eso ¿no? Que está muy vinculada a comunicación, porque... lo que te decía antes, las redes sociales son una forma de comunicación, pero yo creo que se hizo un esfuerzo y se emitió un mensaje muy claro de apuesta por esto al constituir esta secretaria. [4:22]

Finalmente, para terminar con esta breve y genérica caracterización de la muestra entrevistada, apuntar que las participantes han sido en su mayoría perfiles “veteranos” dentro de la organización, de unos 27-28 años, cercanos a la “jubilación” (en sus propios términos). La mayoría de estas personas tienen formación en ámbitos como el periodismo y la comunicación audiovisual pero se declaran autodidactas por lo que se refiere al uso de las TIC. A pesar de esto último, existe casi unanimidad entre ellas en considerar que las TIC desarrollan un papel fundamental en su desempeño diario dentro de la organización y, sobre todo, hacia afuera. Sin embargo, aunque se han vuelto “imprescindibles”, las TIC se perciben meramente como herramientas que, en cierta medida, tan sólo representan una “actualización”, una suerte de *plug-in* que agiliza pero no modifica la actividad de las OPC:

E: *Cómo definirías el uso que le dais.*

P: *¿El uso que le damos? Bueno, antes ya he dicho que es imprescindible. Creo que es la palabra que lo define. Nosotros no podríamos hacer la actividad que hacemos si no tuviéramos Internet. Durante 20 y pico años se ha hecho, pero se hacía a través*

del teléfono, y seguramente era mucho más lenta. Lo que pasa es que Internet ha hecho mucho más rápida toda nuestra actividad. La necesidad de que nosotros estemos totalmente conectados, y por tanto que estemos distribuyendo información. Nuestra web es la representación institucional de la organización en Internet, y también funciona a modo de hub. A través de nuestra web, puedes llegar a toda nuestra presencia digital y TIC. Puedes tener un contacto con la organización, saber qué hace la organización, puedes saber qué promueve la organización, por quién está integrada, y a la par puedes llegar a todas las redes sociales que tenemos. Las redes sociales son nuestra manera de comunicar diferentes cosas. Facebook... nosotros básicamente lo que promovemos en Facebook, es que la gente sepa la actividad que hacemos, y la actividad que haremos. A través sobre todo de material gráfico, por tanto fotografías y cualquier tipo de material gráfico. Twitter es una herramienta que nos permite una comunicación más directa con el usuario, y por tanto un debate que pueda existir en el usuario. [6:25]

Más abajo, entraremos a analizar en mayor detalle en qué consiste este uso instrumental y, sobre todo, qué percepciones lo guían. Antes, creemos necesario contextualizar brevemente cómo se conciben (en tanto organización) quienes están desarrollando dicho uso a partir sobre todo de con qué objetivos usan las TIC, es decir, qué aspiraciones manifiestan y cómo caracterizan la acción política.

A. Acción y organización política convencional en medio de la ruptura generacional

En esta sección exponemos algunas de las contradicciones que definen la acción política de las OPC al situarla en contraposición a algunas dinámicas que estas organizaciones detectan entre la mayoría de la juventud actual, entre la que se cuentan. De esta manera, más que una radiografía de las propias organizaciones por un lado y la juventud por otra, pretendemos presentar la tensa relación que existe actualmente entre ambas para, más adelante, explorar el papel que se otorga a las TIC respecto a esta relación.

En gran medida, consideramos que el uso cada vez más extendido de la Red entre la población juvenil es un factor clave para explicar la aparición de estas tensiones entre distintas maneras de organizarse y actuar de este colectivo. Dicho de otra manera, la Red, entre otras dinámicas sociotécnicas, sitúa la acción de las OPC en el espacio intermedio que divide la siguiente tabla:

TABLA 3.27. TENSIONES EN LA ACCIÓN Y ORGANIZACIÓN POLÍTICA

Distribuida	Articulada
Individual	Colectiva
Ágil	Lenta
Flexible	Estratificada

Sin duda, las tensiones que hemos recogido aquí no configuran un listado exhaustivo de aquellas que confrontan algunas características propias de las formas de organización política convencionales con tendencias emergentes en la población juvenil. De hecho, no debemos olvidar que esta caracterización se ha llevado a cabo a partir de entrevistas a representantes de las OPC por lo que recogemos aquellas tensiones y dinámicas que paulatinamente se van haciendo cada vez más presentes dentro de las propias OPC, en distinta medida entre las diferentes OPC. En este sentido, a partir de nuestros datos, podemos observar cómo el eje ideológico tradicional izquierda-derecha que las propias OPC todavía utilizan para definirse, podría superponerse a la tabla anterior. Es decir, las organizaciones que se consideran más de izquierdas, son bastante conscientes de que la acción política, cada vez más mediada por Internet, deviene considerablemente distribuida, individual o personalizada, rápida y flexible, y tratan de ajustarse a estas dinámicas. Por otro lado, las organizaciones de centro y centro-derecha también detectan estas tendencias en su mayoría, pero su percepción de ellas no es muy positiva y su reacción ante esta situación se caracteriza más bien por la defensa de la validez de las formas tradicionales de acción y organización política, representadas en la columna derecha de nuestra tabla.

Articulación vs. distribución

Tal y como hemos adelantado a la hora de presentar a las participantes, se da en la mayoría de ellas una tendencia a generalizar la doble e incluso multi-pertenencia, un patrón que se extiende más allá de las personas con responsabilidades en la organización, hasta las personas afiliadas a las OPC y, de acuerdo con las participantes, el grueso de la juventud. En este sentido, cada vez más también en círculos “convencionales”, se concibe la acción política en un sentido amplio, como algo distribuido entre una multiplicidad de roles y ámbitos. Así, se reconoce la presencia de la política en ámbitos diversos:

Òmnium Cultural es una organización cultural, pero es política. O la Asamblea Nacional Catalana es una organización política, no es un partido político pero es una organización política. Y cuando ellos (los no afiliados) escogen un delegado de clase, en el fondo están haciendo política. Por poner el ejemplo más sencillo, eh.
[10:30]

A pesar de que, como apuntábamos, esta concepción amplia de la política es cada vez más transversal, también es cierto que esta concepción adquiere matices en las distintas organizaciones entrevistadas, encontrándonos con que aquellas que podríamos considerar más conservadoras o de derechas, hacen un mayor hincapié en la necesidad de encauzar la acción política “dentro de un espacio de democracia y de diálogo y libertad” [5:11]. Así, más que concepciones concretas asignables a partidos u organizaciones determinadas, encontramos que éstas se mueven en una tensión entre esta concepción amplia y una militancia que denota una priorización de la acción política “organizada”, tal y como nos muestra esta cita proveniente de un participante ideológicamente opuesto al emisor de la frase precedente:

P: Qué es la acción política ¿no? [...] La acción política que nos interese sería aquella que construye poder popular, aquella que es capaz de articular, de generar or-

ganización social de cara a satisfacer las necesidades de una sociedad, sean materiales como las necesidades culturales, sociales... la acción colectiva ¿no? La acción política es acción colectiva. Acción colectiva que no puede sino ser colectiva, y además para finalidades colectivas.

E: ¿Y organizada decías? Hablabas de... colectiva y organizada.

P: Efectivamente, claro. Eeee... acción colectiva organizada ¿no? Esa clásica frase de que la revolución no se hace sino que se organiza. O sea, digamos desde nuestras tradiciones políticas nos lo creemos como mucho esto ¿no? [3:6]

Así, aunque en otro momento de la entrevista este participante es capaz de remarcar la relevancia de desarrollar la acción política en una diversidad de ámbitos, a la hora de definirla recurre a un discurso que enfatiza la articulación y la organización, sin manifestar que ambas posturas sean completamente incompatibles.

Colectiva vs. individual

Ya veíamos en la cita anterior que, muy vinculada a la tensión entre la acción política agregada en partidos o sindicatos y la creciente necesidad de distribuir dicha acción política, se vislumbra una defensa de las OPC en tanto instancias de representación del colectivo que requieren de una cierta cesión de individualidad, ejercicio hacia el cual, siempre según nuestros participantes, existe una cierta reticencia entre la juventud española actual:

P: Anteriormente las protestas tenían que ver más con la organización colectiva. Una organización, un colectivo, y una protestas colectiva, solidaria, donde el reconocimiento de los demás era clave pero cediendo parcelas de lo individual para construir algo conjunto colectivo más grande. Un colectivo más grande. Tengo una impresión, que insisto es personal, no es del sindicato, de lo que un compañero llamaba... no recuerdo cómo, pero alguna vez estando en las plazas, en el entorno del 15-M, me ha dado la impresión de estar ante una suma de individualidades que no ceden espacios propios de su individualidad para construir un colectivo mayor. Que no estamos hablando ya de una organización que hay un rechazo a lo colectivo y lo organizado, porque claro, para construir algo común y organizado hace falta ceder, hace falta confiar en alguien, hace falta delegar en alguien, e incluso probablemente que te represente alguien en un momento dado. Si nadie te representa, tú no estás cediendo... si nadie te puede representar porque no estás dispuesto a que nadie te represente, tú preservas toda tu individualidad, no cedés nada, y protestas de otra manera, no sé si peor o mejor, pero de otra manera [2:11]

De hecho, tal y como se puede observar en esta larga cita que merece la pena recuperar íntegramente, es gracias a la multi-pertenencia de sus integrantes, que las organizaciones son considerablemente conscientes de ésta y otras contradicciones. En este caso, resulta interesante que el entrevistado exponga su percepción subjetiva de una creciente individualización tanto de la sociedad como de la acción colectiva a partir de la propia experiencia de querer también “estar en las plazas”.

Lentitud vs. rapidez

En tercer lugar, encontramos un diagnóstico que no es tan compartido explícitamente como los puntos anteriores pero está latente en muchas de las expresiones con las que los y las entrevistadas definen los ritmos de la sociedad en la que viven. En las palabras de la participante que presentamos a continuación, la organización se asocia, de manera autocrítica, a una movilidad lenta que aquí se expresa mediante la imagen de un trasatlántico, incapaz de moverse con agilidad en un mundo cambiante:

E: *¿Por qué crees que pasa esto de la reticencia ante ciertas siglas?*

P: *Buena, yo creo que al final es lo que te comentaba un poco antes, las estructuras... [...] una estructura que algunos grupos pueden entender como más arcaicas, [...] y que son estructuras grandes, y que son estructuras que, como te mencionaba antes, pues poco a poco van evolucionando hacia el cambio que necesita la sociedad. Pero como todo gran barco trasatlántico, no gira igual de rápido que un velerito ¿no? entonces, cuesta un poquito más, y quizás es la necesidad de que lo hagan ya, ¿no? esos colectivos entienden que lo tienen que hacer ya, y tienen que cambiar ya, y están en contra de todo aquello que esté organizado. Y... hay dos maneras de luchar, o dentro del sistema, o fuera del sistema, o en medio, ¿no? puedes llegar a estar en medio, y puedes llegar a estar organizado, agradarte una manera, y agradarte la otra, sin necesidad de llegar a los ismos de radicalismo, y ahí es donde queremos estar nosotros.*

E: *Entre la organización y la...*

P: *Entre la organización y la calle. Al final nuestra organización es empresa, y es calle, de facto, por supuesto. Nosotros queremos estar entre la organización y la denuncia de calle, por supuesto. Cuando digo denuncia, todo tipo de denuncia. [9:32]*

Además de proporcionarnos una interesante metáfora para definir cómo los ritmos de las OPC contrastan con las demandas de otros colectivos, este extracto nos permite visualizar cómo desde un sindicato juvenil no se ignora la existencia de una cierta reticencia y rechazo hacia ellas. Es más, en este caso, se aspira a ocupar una posición intermedia (que más adelante veremos cómo puede resultar problemática) entre “la calle” y “la organización”.

Esta aspiración se traduce en una relación ambivalente con ambos polos. Por un lado, prácticamente todas las OPC entrevistadas hacen considerable énfasis en que la relación que mantienen con la organización “matriz” es de relativa autonomía e independencia (exceptuando Nuevas Generaciones y Juventudes Navarras, que reconocen abiertamente ser una parte del partido, “la cantera”), aunque reciban una asignación fija por parte del partido.

Por otro lado, la relación que nuestros participantes expresan con respecto a la calle (que podemos interpretar como “la juventud en general”) es también algo ambigua. Por ejemplo, tal y como veremos más adelante, de la militancia valoran su espontaneidad en los medios digitales ya que los ayuda a “normalizarse” y a salir de las dinámicas endogámicas de las que hablábamos más arriba, pero este tipo de actividad también les plantea dificultades a la hora de controlar ese mensaje que pretenden trasladar o la imagen que quieren vender.

(Juventud) estratificada vs. flexible

Hemos cerrado la sección anterior relacionando la tensión entre los ritmos de la organización y la calle con las diferencias que pueden existir entre las OPC y la juventud en general, incluyendo las personas afiliadas. Y es que, a la hora de definir a la juventud, encontramos una última tensión que a simple vista puede resultar superficial pero, a nuestro entender, señala una desconexión importante entre la juventud actual y la política de las OPC.

Estas últimas, por lo general, definen a la juventud partiendo casi en exclusiva de un criterio numérico, a partir de su pertenencia a un rango de edad (de ahí la expresión “jubilarse” que recuperábamos más arriba). De esta forma, se corre el riesgo de ocultar una serie de problemáticas compartidas que no sólo definen *de facto* qué significa “ser joven” sino que son justamente aquellas a las que se espera que la acción política dé respuesta. Estas son, entre otras, la indefinición, precariedad, flexibilidad, particularidad, etc. En definitiva, una serie de preocupaciones a las que la solidez asociada a las OPC no siempre es capaz de ser sensible:

P: [...] no sabemos muy bien qué quiere decir ser joven. Nosotros en general es de 15 a 30 años, la gente que puede estar en JEV. Hay gente que con 14 años se ha afiliado, poco a poco... etc. Pero también hay gente que con 32 todavía no tiene trabajo, o no tiene trabajo estable, vive todavía con los padres, y está en la universidad por ejemplo [...] Yo con 27 he conseguido emanciparme, tengo un trabajo estable, y por ahora no tengo los problemas de la juventud. [...] Es decir, yo quizás ahora mismo tengo la suerte de no sentirme joven en algunos aspectos, y otra gente con 35 sí que se siente, porque las reivindicaciones que hace un tiempo estaban presentes en la gente menor de 30, ahora las hemos de alargar hasta los 30, 35, 40 incluso. Profesores en la universidad, si tú estás en la universidad, pues gente que está super precaria, que antes en general era algo más joven, y ahora se va alargando... [1:20]

Esta manera de definir a la juventud (a partir de una serie de preocupaciones compartidas en lugar de un criterio estrictamente numérico) que emerge puntualmente entre algunos partidos de izquierdas, extiende la idea de juventud al conjunto de una generación para incorporar una serie de problemáticas a los asuntos de los que se debe hacer cargo la acción política. Además, de esta manera también se apunta hacia la auto-identificación con una manera de ver el mundo y hacer política que está separada o ha roto los lazos con viejas lógicas (por ejemplo, políticas progresistas):

P: Esto, más que te lo diga yo, colectivamente... por ejemplo en la Juventud Comunista llevamos analizando desde... desde el año 98 me parece que es cuando se plantea esa tesis, el asunto de una ruptura generacional ¿no? Al hilo también de la lectura del Informe Petra, y (ríe) todas estas historias. El diagnóstico de que [...] [somos] la primera generación que vivió peor que nuestros padres ¿no? La idea, de progreso, la idea de progreso personal y colectivo para nuestra generación está rota. Está rota. [3:17]

En este sentido, el hecho de que para afrontar problemas de tan hondo calado, desde algunas OPC se hagan puntualmente propuestas de políticas “puente”, que ayuden a recorrer el llamado “*in itinere*” entre la formación y la incorporación al mercado laboral [9:22], revelan un aire de excepcionalidad que parece desconectado del alcance real de unas problemáticas que, cada vez más, no son exclusivas de un rango de edad.

De hecho, hemos querido recuperar hacia el final de esta sección la idea de “ruptura” generacional no sólo para ahondar en cómo se define la relación entre la juventud y las OPC sino también porque, en cierta medida, se hace eco de un discurso que podríamos llamar “espacial” o “físico”, usado a menudo para definir la relación entre las OPC y la juventud y también para hablar del papel que se otorga a las TIC en su eventual reparación, un rol atribuido a éstas que analizamos en detalle a continuación.

B. Usos de las TIC en la relación juventud-OPC

Hasta aquí hemos apuntado hacia la idea de que, en el discurso mayoritario entre las organizaciones entrevistadas, se guarda una relación de exterioridad respecto a la Red. Es decir, la Red es claramente una herramienta de trabajo para estas organizaciones que, además de acelerar procesos internos ya existentes, puede ser crucial para atender a su necesidad de restablecer la relación “rota” con la juventud, de la que hablábamos más arriba. Dicho en términos de la metáfora del trasatlántico que nos proponía una participante, la Red puede representar un motor que dote de mayor agilidad y acerque las OPC a la ciudadanía joven, pero no se percibe como un nuevo medio en el que moverse, por ejemplo. Por supuesto, existen grados y matices en las formas con las que se concibe y se pretende reparar esta relación. A continuación, a partir de la variedad de concepciones de cómo las TIC pueden ayudar en dicho ejercicio, presentamos los usos en orden, de menor a mayor repercusión para la propia organización. De la misma manera que ocurre con las distintas tensiones que presentábamos en la sección anterior, aquí podemos afirmar que los partidos de izquierdas tienden a ir más allá en la adopción de estos usos con mayor potencial transformador, mientras que los partidos de derechas se suelen conformar con usar las TIC de manera que les permita mantener sus estructuras lo más intactas posibles.

Trasladar

Dentro de estos usos de las TIC que emergen en las OPC a partir de un reconocimiento de la distancia metafórica entre ellas y la juventud, en un primer lugar sin duda debemos referirnos a aquellos que emergen mayoritariamente de organizaciones de derechas y perciben a las TIC como unas herramientas más para trasladar o incluso vender un determinado mensaje. Esta es una lógica que, además, va muy ligada a los ciclos electorales o, mejor dicho, a la política entendida en estrecha relación con la obtención de votos en los procesos electorales:

E: ¿Hacéis campañas y qué más?

P: A nivel de comunicación, estamos en una campaña permanente. Desde las medidas que salen cada semana del Consejo de Ministros hasta ahora las elecciones europeas, pues es un día a día de mensajes y propuestas en internet, en la calle, en

los medios tradicionales. Entonces nosotros, hablo ahora de comunicación, estamos en la tarea diaria de vender, entre comillas, todo lo que nosotros proponemos a la sociedad. [5:6]

Esta suerte de expresiones, además de las connotaciones mercantilistas que incorporan (vender propuestas por votos), implican una posición muy inmovilista ya que visualiza unas posiciones aún distanciadas, sin efectuar ningún gesto (de acercamiento, por ejemplo y como veremos a continuación), y haciendo circular exclusivamente al mensaje.

Acercar

En las transcripciones de las entrevistas, quizás sean las que más abundan aquellas expresiones que dibujan a la Red como una herramienta que permite “llegar” o “acercarse”. En este sentido, las listas de correo, páginas web, etc. se utilizan todavía con el objetivo de trasladar, canalizar e informar. Sin embargo, también es cierto que esta tendencia está cambiando, sobre todo desde hace pocos años, y se está haciendo un esfuerzo por romper esta unidireccionalidad y hacer, por ejemplo, páginas web más interactivas, aunque esto sólo implique abrir un espacio para consultas o facilitar la afiliación online (tal y como ejemplifica claramente la representante de las JSE en las siguientes dos citas)

E: ¿Crees que ha cambiado, el uso de las TIC, tanto a nivel externo como interno, la acción política?

P: Hombre, la ha cambiado desde el punto de vista de la cercanía yo creo ¿no? Antes era bastante impensable poderte dirigir a un político personalmente. Ahora mismo, a nuestro secretario general cualquiera le puede mandar un mail, cualquier le puede mandar un privado, cualquiera le puede escribir en su muro. Esa cercanía que ahora mismo te ofrecen las TIC en la relación directa con la política, yo creo que cambia radicalmente la acción política. [...]

E: ¿En qué sentido la cambia, más cercana quizás...?

P: Yo creo que la hace muchísimo más cercana. [4:39]

*P: Sí, bueno fue... desde hace 2 años... 2 años casi. Fue un compromiso de la nueva ejecutiva federal, el renovar un poco la imagen web. Contamos con una nueva web que es más interactiva. [...] visibiliza directamente quiénes son las personas que... que conforman la organización. Te permite contactar con ellos directamente, te permite de una manera mucho más visual, ver todo el tipo de imágenes, de videos, de noticias que se están sacando. Te permite **afiliarte online**. Una serie de estrategias que están llevando las nuevas tecnologías a nuestra organización. [4:22]*

De esta manera, las TIC se entienden no sólo como un canal para difundir información propia de la OPC sino también como una fuente de información de lo que ocurre “en la calle”. A partir de empezar a incorporar este *feedback*, las OPC se empiezan a ver afectadas por una vorágine de información que les obliga, como mínimo, a gestionarla y, en lo posible, a darle respuesta.

Agilizar

A pesar de que casi lo podríamos situar como un nivel solapado con el anterior, hemos preferido diferenciar entre un uso con el objetivo de acercar y otro, muy ligado, que hemos llamado agilizar. Esto se debe a que, hasta cierto punto, la cercanía es algo que se puede llegar a controlar y dejar a la OPC más o menos intacta (más allá de, como hemos indicado, implicar la creación de un cargo responsable de redes). En cambio, si la opción escogida para reducir las distancias es aumentar la velocidad (aspecto que proporcionan las TIC), los cambios devienen más visibles y potencialmente transformadores de las OPC.

Esta persecución constante de una mayor agilidad se ejemplifica en la extensa adopción de servicios de mensajería instantánea como el Whatsapp, en detrimento incluso de algunas redes sociales, del correo electrónico y, sobre todo, de la web. A partir de la incorporación de enlaces a las redes sociales, esta última pasa de ser emisora de información a receptáculo de información al que se llega a menudo a través de las redes sociales.

Sin embargo, más allá de buscar usos cada vez más veloces de las redes, lo que aquí nos interesa es poner de manifiesto cómo este aumento de la velocidad tiene efectos importantes para las propias organizaciones, algunos buenos para sus estrategias, y otros malos:

E: ¿Y los usos que le dais, sean mucho o poco, ha cambiado la manera en que os organizáis vosotros, el uso de WhatsApp o nuevas tecnologías en general?

P: Sí. Y es bueno y malo a la vez. Es verdad. Es bueno porque estás conectado siempre, es malo porque estás conectado siempre. [...] Tiene lo bueno que puedes tener una reacción rápida. [...] podemos responder a las cosas mucho más rápido. También es cierto que la respuesta se nos pide mucho más rápido ahora. [...] Y tiene cosas buenas pero también malas porque no puedes hacer grandes reflexiones. Porque tienes que ser rápido. Y no puedes hacer muchas veces debates como tendrías que hacerlos. O informarte como tendrías que informarte porque tienes que ser rápido. [10:77]

Tal y como expone la participante, la posibilidad de estar conectado y posicionarse rápidamente con respecto a temáticas de actualidad es una virtud que termina deviniendo una obligación, o incluso esclavitud, en palabras de otra entrevistada. A su vez, esta creciente demanda también provoca que algunas actuaciones no sean muy premeditadas, reduciendo el tiempo disponible para elaborar reflexiones internas y mantener debates más sosegados y controlados. De hecho, tal y como veremos más abajo, quizás lo que ocurre es que estos debates se dan, pero en otras instancias.

Además, podemos decir que la rapidez que permiten las TIC es inmediatez también en un sentido literal, es decir, se consigue a base de eliminar intermediarios y puntos de paso obligados. Es decir, las características de acceso y organización de las redes facilitan la presencia “en primera persona” de estas OPC, sin la necesidad de que su mensaje pase por filtros o agentes externos.

E: [...] ¿cómo crees que el uso de las TIC ha modificado, que ha influenciado la forma de acción política, de organizarnos... ?

P: [...] Luego las redes sociales también, como ya creo que he mencionado antes, da la oportunidad de visibilizarte en primera persona, sin que necesites que tu mensaje llegue a través de actores externos, como los medios de comunicación por ejemplo. [11:32]

En esta línea, otra característica de la Red como es el anonimato, también ha facilitado que estas mismas organizaciones reconozcan utilizar las redes para trasladar mensajes propios desde fuentes desligadas de ellas y sus posibles “estigmas” asociados. De todas maneras, tal y como nos comentaba otra participante, ya no nos encontramos tanto en la época de los *indymedia* y la gestión atenta de la comunicación, menos unidireccional, se realiza cada vez más en las redes sociales.

De hecho, un aspecto destacado que no emerge en las entrevistas es la reflexión en torno a en qué medida este devenir prescindible de los agentes externos de comunicación (y de representación) está afectando a la propias OPC, en tanto entidades que en cierta medida también efectúan un rol intermedio entre la ciudadanía y las instituciones.

Participar

Así, a medida que esta capacidad de reducir intermediarios se explota de manera incremental, las OPC se ven como un agente más en un espacio que tiende a ser más horizontal. Por seguir con la metáfora espacial, podemos decir que en el estadio anterior se busca reducir la distancia utilizando medios más rápidos (como quien pasa de ir a pie a ir en bicicleta o automóvil al trabajo), mientras que en este nuevo grado de internetización, es la propia organización la que se desplaza cerca de “la calle” (como quien directamente cambia de domicilio para estar más cerca de su trabajo). Es decir, el uso de las TIC para reducir el distanciamiento emerge aquí a partir de considerar la Red como un espacio en el que encontrarse con la juventud un espacio en común, las nuevas plazas:

E: [...] ¿Consideras importante que tengan conocimiento de las nuevas tecnologías?

P: Sí, lo considero fundamental. Porque creo que las redes... aunque es muy importante estar en la calle, también es muy importante estar en las redes. Las redes sociales, hay mucha gente que las considera las nuevas plazas ¿no? Pues tanto es importante estar en la calle, como estar en redes, porque al fin y al cabo es la manera de proyectar tu opinión. [4:19]

Sin embargo, tal y como nos muestra en la vida *offline* la diversidad de modelos urbanísticos, la plaza por sí sola no incorpora una forma de hacer política predefinida, su concepción y diseño puede marcar los usos que se den en ella, y a la inversa. Sería interesante explorar un poco más esta concepción de la Red como plaza que las OPC manejan. Por ahora, en el siguiente apartado presentamos una “concepción extendida” de la plaza y nos acercamos un poco más a la visión de Internet más como un país que como una herramienta.

Normalizar

Finalmente encontramos, sobre todo en organizaciones de izquierdas, una concepción que va un poco más allá de la metáfora meramente física para reconocer que estas nuevas plazas tienen sus geografías particulares, que también generan lugares sombríos, de la misma manera que puede ocurrir si en la vida *offline* se reproducen las llamadas dinámicas endogámicas con las que abrimos este apartado:

P: Aunque bueno luego también, [...] los algoritmos de Facebook, se generan efectos burbuja que también hacen que se retroalimente quien hace un uso de la red social, quien hace otro uso... [...] yo creo que tampoco se puede confiar exclusivamente en este tipo de cosas, por cómo son también las geografías digitales, solamente en las redes sociales, o solamente en Internet. También hace falta a veces volver a las cartografías urbanas, volver a la geografía... a un espacio físico, porque hay gente que se queda fuera si no. Entonces es como todo el rato, de avanzar, de retroceder, ir por un sitio o por otro, dónde se puede jugar una movilización social, que a nuestro modo de ver es esencial para luego haber cambio social. [3:51]

En este sentido, además de tener en cuenta limitaciones de los espacios *online* como la brecha digital y el efecto burbuja generado por ciertos algoritmos, las organizaciones que movilizan este último imaginario también están preocupadas por la combinación de la acción política *online* y *offline*, siempre conociendo lo mejor posible sus geografías particulares y cómo se entrecruzan. De hecho, una de estas OPC de izquierdas, hablando de usos concretos de las TIC, nos enfatizaba cómo estas permiten eliminar barreras físicas, tanto económicas, territoriales e incluso desigualdades de género o de edad, de cara a enriquecer la actividad política de su organización.

En este sentido, este mismo efecto “normalizador”, capaz de acercar a la OPC a quien tenía dificultado el acceso físico, también se persigue por algunas OPC en la Red. Es decir, en este nivel, las prácticas que realizan las OPC para tratar de reducir su distancia con respecto a la juventud, ya no pasa tanto por acciones más o menos físicas como generar canales de comunicación, contactar o compartir espacios. Aquí, el acercamiento se busca a partir de la normalización o, dicho de otra manera, presentarse como alguien que podría ser tan conocido, familiar y cercano como un amigo o un hermano:

E: [...] ¿Crees que en esta lucha contra la pared, en esta estigmatización, qué papel juegan las nuevas tecnologías?

P: Creo que juegan un papel importante en tanto que puedes seguirme a mí, sin conocerme de nada, y ver que yo soy una persona normal. Es decir, creo que normalizan y naturalizan. Por tanto estoy en contra de perfiles muy profesionales... no hablo de las corporativas, hablo de las personales ahora. Pero tú puedes tener tu perfil profesional, pero en un momento que la política queda lejos de la gente, y lo que se premia es que la gente sea normal y sea alguien que podría ser mi hermano, o un amigo mío, el que esté haciendo política, como más normal te vean, mejor, por lo que yo por ejemplo en mi Twitter no me paso el día hablando de política. [10:65]

Así, empezamos a percibir cómo algunas OPC buscan poseer un cierto conocimiento, que por ahora parece estar presente pero de forma más bien tácita, de parte de la cultura de la Red, qué es lo que se considera “normal” en ella y, por ende, cómo devenir cercano, más que acercarse. De hecho, esta misma participante, en otro momento de la entrevista, mostraba su preocupación por tratar de conseguir difundir este conocimiento entre los y las militantes, incluso refiriéndose a la idea de control (mediante la normalización):

E: *¿Y en qué medida son útiles las nuevas tecnologías en vuestro día a día?*

P: *Mucho. Son muy útiles, también son peligrosas. Son peligrosas porque, antes... yo creo, como mínimo para mi trabajo, eh, lo que hago aquí, yo creo que antes controlar lo que decía la gente en los sitios públicos era mucho más fácil. Porque quien habla en los medios, normalmente, es el portavoz, tener controlado lo que decía un portavoz de cada sección local, son un montón. Pero una cosa es tener controlado una persona por sección local, y otra cosa es tener controlada toda la militancia de la JERC. O sea, controlar es una palabra muy fea, pero sí saberlo, porque... yo creo que la gente no es suficientemente consciente, y creo que es un tema que, yo personalmente [pienso que] tendría que entrar en la educación también, de lo que es la comunicación y lo que son las redes sociales. La gente no es consciente, y yo a veces me he encontrado con esto, de encontrarme con alguien y decirle “a ver, lo que has publicado hoy en Twitter, ¿lo habrías dicho por TV3 si te entrevistaran?” Hombre claro, es que puede tener más repercusión... lo que has dicho en Twitter, a una entrevista en TV3, lo puede llegar a leer más gente... Y yo creo que la gente no es suficientemente consciente de esto [10:13]*

A pesar de las connotaciones que trae el uso de la palabra “control”, nos encontramos aquí con la expresión de una preocupación por la gestión de la imagen de la OPC de manera que ésta sea acorde al mismo tiempo con los objetivos de la organización y los criterios de reconocimiento presentes en la Red. Aunque en nuestros datos hay pocos ejemplos, podemos intuir que cuando las OPC se fijan, estudian y van aprendiendo el manejo de las impresiones, los lenguajes y los modos de utilizar y participar en las redes, nos encontramos con un cambio sutil en el vocabulario utilizado para definir su relación con la red. En este momento, pasamos de metáforas más físicas como el traslado o el impacto a expresiones como “viralizar” que reconocen la cultura y la “vida propia” de la Red y de sus distintas geografías:

E: *¿Y en qué os fijáis?*

P: *Nos fijamos en el impacto que han tenido las publicaciones que realizamos [...]*

E: *Impacto entendido como...*

P: *Impacto entendido en la viralidad que tienen los contenidos.*

E: *Leído, compartido...*

P: *[...] Si nosotros vemos que es muy diferente colgar en Facebook un comentario y un link, a trasladar esto a una imagen, poner un mensaje en esa imagen, y poner el*

mismo link. Los dos contenidos tienen un impacto totalmente diferente. Intentamos orientar nuestra actividad a esta forma, a este lenguaje, que permite... que sea más visual y por tanto que más gente lo comparta, lo vea, ponga "me gusta"... Y a través de Twitter lo que tenemos claro es que ahí funcionan muchísimo mensajes concretos, por tanto... sí, frase concretas, imágenes también, son mucho más virales, y por tanto funcionan mucho mejor estas imágenes que no un simple comentario. [6:40]

C. Conclusiones parciales

En resumen, aunque las organizaciones políticas juveniles convencionales (OPC) realizan mayoritariamente un uso instrumental de las TIC, en este apartado hemos querido mostrar los matices de esta política hecha CON la red (Martínez, 2014) a partir de exponer una serie de tensiones en medio de las cuales este uso las sitúa. Así, hemos dividido el apartado básicamente en dos partes. En la primera mitad, hemos querido mostrar cómo las OPC se conciben en la actualidad en relación al conocimiento que tienen de la juventud y la acción política contemporánea. A raíz de observar las tensiones que emergen entre las OPC y la juventud y la acción política, se puede observar cómo existe una cierta desconexión entre ambos elementos que a menudo se entiende como un distanciamiento en el que las TIC juegan cada vez más un papel clave, ya sea para promoverlo como para tratar de repararlo. De hecho, en la segunda parte nos hemos fijado en las formas como, aun partiendo de una concepción de las TIC como herramienta, las OPC tratan de utilizarlas de maneras sutilmente distintas. Más allá de evaluar en qué medida estas organizaciones resultan exitosas en su desempeño, hemos apuntado cómo estos usos, además de intervenir en el espacio entre la juventud y las OPC, tienen el potencial de ir poco a poco modificando a estas últimas.

En síntesis, a medida que las OPC van transitando gradual y tímidamente de utilizar las TIC a comprenderlas y abrirse a ellas, van descubriendo también que éstas poseen una cultura y unas geografías propias que las resitúan en el mapa político, obligándolas a ceder sus espacios o, por el contrario, desarrollar nuevas estrategias para seguir ejerciendo un cierto control sobre la vida política de la juventud.

3.5. ESTUDIO DE CASOS: ELECCIONES EUROPEAS

El siguiente apartado constituye un estudio de caso basado en el análisis de las publicaciones realizadas por parte de las organizaciones políticas juveniles en las redes sociales (Facebook y Twitter) durante el periodo de campaña para las elecciones europeas de 2014 (del 9 al 24 de mayo de 2014). La finalidad del análisis ha sido determinar el uso que las organizaciones políticas juveniles hacían de dichas redes sociales y su capacidad para incorporar las principales problemáticas de la gente joven, así como estudiar las cuestiones relacionadas con el desarrollo de la Red y las nuevas tecnologías.

El modelo de análisis se basa en la técnica de análisis de contenido, definida por Krippendorff (1990: 28) como "una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto."

De acuerdo con Andreu (2009) un análisis de contenido se compone de los siguientes pasos:

1. Determinar el objeto o tema de análisis.
2. Determinar las reglas de codificación.
3. Determinar el sistema de categorías.
4. Comprobar el sistema de categorías.
5. Inferencias.

En relación, al objeto/tema de análisis, éste se ha orientado a conocer el uso de la Red y la presencia de temáticas asociadas (preocupaciones juveniles y la Red en la agenda organizativa) de las organizaciones estudiadas. Siguiendo a Bardin (1996) se han determinado las unidades de muestreo, registro y contexto. En este caso, las unidades de muestreo corresponden a 24 organizaciones políticas juveniles monitorizadas durante el periodo de campaña. De éstas, ocho correspondían a organizaciones de izquierdas, una de derechas, 9 nacionalistas y tres regionalistas. La selección de organizaciones se ha basado en el criterio de que éstas mantuvieran actividad en las redes sociales durante el periodo analizado. La unidad de registro ha sido cada publicación realizada en Facebook o Twitter por las organizaciones durante el periodo determinado. Para ello, se han analizado 3.262 publicaciones en la red social Twitter y 308 publicaciones en la red Facebook realizadas por 24 organizaciones políticas juveniles durante el periodo oficial de campaña: del 9 al 24 de mayo. Dichas publicaciones han sido capturadas cada cuatro días mediante un *software* especializado. Posteriormente, han sido incorporadas a una base de datos, depuradas y estructuradas para facilitar su análisis. Dada la naturaleza de los datos, se han identificado las unidades de contexto a las unidades de registro.

El proceso de codificación se ha desarrollado en tres fases: un análisis pragmático a fin de determinar aquellas acciones vinculadas a cada publicación; y dos análisis temáticos: uno en relación a las principales problemáticas de la población joven y otro en relación a la capacidad de abordar temáticas vinculadas a la Red y a las nuevas tecnologías. Las categorías del análisis pragmático (ver Anexo 4) fueron generadas inductivamente mediante el proceso de codificación de una muestra de 400 *tweets* y 50 publicaciones en Facebook extraídos durante el periodo del 1 al 15 de junio y su validación por dos jueces. Las categorías del análisis temático (ver Anexo 4) de la población joven se han determinado a partir de los resultados del mencionado estudio del CIS¹¹ acerca de las principales problemáticas de la gente joven y las categorías de la presencia de la Red (ver Anexo 4) se han generado mediante un método mixto (inductivo/deductivo) en relación al marco teórico del estudio. Para el desarrollo de las categorías se han seguido las recomendaciones de Bardin (1996) a fin de que éstas fueran homogéneas, exhaustivas, exclusivas, objetivas y adecuadas/pertinentes.

El proceso de categorización se ha basado en la vinculación de las unidades de registro a los sistemas de categorías establecidos. A partir de la categorización de los datos, se han generado las tablas de contingencia¹² que permiten explicar la categorización de los datos agrupadas en la ca-

11. *Cultura Política de los Jóvenes*. Disponible en: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/verjsp?estudio=13024

12. A fin de facilitar su lectura, en el apartado "otros" se han incluido aquellas categorías que no superaban el 3%.

tegoría de discriminación orientación ideológica. Finalmente, el establecimiento de inferencias se ha realizado en base al cruce de los datos presentados en relación a los objetivos de la investigación.

¿Para que utilizan la Red?

En primer lugar, cabe señalar que se evidencia un mayor uso de Twitter (3.543 *tweets*) respecto a Facebook (308 *posts*) durante el periodo estudiado.

TABLA 3.28. ACCIONES EN TWITTER

	IZQUIERDA	DERECHA	NACIONALISTA	REGIONALISTA	TOTALES
Citar una declaración, fragmento, entrevista (interno)	272 16,4%	152 30,7%	220 20,1%	1 7,7%	645 19,8%
Informar acto (interno)	232 14,0%	122 24,6%	281 25,6%	5 38,5%	640 19,6%
Lanzar consigna, lema campaña	412 24,9%	41 8,3%	118 10,8%	0 0,0%	571 17,5%
Criticar/denigrar (externa)	220 13,3%	16 3,2%	26 2,4%	0 0,0%	262 8,0%
Convocar/anunciar acto (interno)	98 5,9%	7 1,4%	95 8,7%	0 0,0%	200 6,1%
Difundir una comunicación, comunicado, cartel, video, fotografía, publicación (interno)	99 6,0%	21 4,2%	44 4,0%	0 0,0%	164 5,0%
Informar noticia (externa)	17 1,0%	62 12,5%	50 4,6%	0 0,0%	129 4,0%
Denunciar un hecho (externa)	67 4,0%	1 ,2%	35 3,2%	1 7,7%	104 3,2%
Pedir el voto (interna)	45 2,7%	18 3,6%	38 3,5%	0 0,0%	101 3,1%
Apoyar/felicitar una organización, persona, causa (interna)	46 2,8%	22 4,4%	33 3,0%	0 0,0%	101 3,1%
Otros	148 8,9%	33 6,7%	157 14,3%	6 46,1%	345 10,5%
Totales	1656 100,0%	495 100,0%	1097 100,0%	13 100,0%	3262 100,0%

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.29. ACCIONES EN FACEBOOK

	IZQUIERDA	DERECHA	NACIONALISTA	REGIONALISTA	TOTALES
Lanzar consigna, lema campaña	18 25,7%	0 0,0%	33 18,4%	1 2,3%	52 16,9%
Informar acto (interno)	5 7,1%	6 37,5%	30 16,8%	7 16,3%	48 15,6%
Convocar/anunciar acto (interno)	2 2,9%	1 6,3%	38 21,2%	7 16,3%	48 15,6%
Citar una declaración, fragmento, entrevista (interno)	4 5,7%	1 6,3%	35 19,6%	5 11,6%	45 14,6%
Difundir una comunicación, comunicado, cartel, video, fotografía, publicación (interno)	13 18,6%	3 18,8%	7 3,9%	9 20,9%	32 10,4%
Informar acto (externo)	3 4,3%	0 0,0%	7 3,9%	3 7,0%	13 4,2%
Otros	25 35,7%	5 31,1%	29 16,2%	11 25,6%	70 22,7%
Total	70 100%	16 100%	179 100%	43 100%	308 100%

Fuente: elaboración propia.

Esta diferencia se explica por las características de cada canal: la publicación en Twitter tiene un carácter dinámico, orientado en muchos casos a conseguir una interacción en tiempo real — i.e. que los usuarios *retweeteen* o marquen como favorito una publicación— encontrándose a su vez limitado el espacio a 140 caracteres.

En Facebook, la publicación de un *post* requiere a menudo de mayor elaboración y no se encuentra sometida a las contingencias temporales y de limitación de espacio. Así, es habitual que un mismo acontecimiento (noticia, acto, convocatoria) que en Facebook es publicada en un único *post*, corresponda a 5 o más publicaciones en Twitter.

Si atendemos, al uso que las organizaciones políticas juveniles realizan de las redes sociales tampoco se observan diferencias significativas respecto a ambas redes sociales. Así, en Twitter, un 19,4% de las publicaciones tenía por finalidad informar de la realización de un acto de la organización (mitin, charla, actividad...); un 18,7% citar una declaración, fragmento o entrevista de una persona de la organización y un 16,2% lanzar una consigna o lema de campaña.

Mientras, en Facebook, un 16,9% tenían por finalidad lanzar una consigna o lema de campaña, un 15,6% informar de la realización de un acto de la propia organización y un 15,6% convocar a un acto.

¿Cómo se posicionan respecto a los problemas de los jóvenes?

En relación a los principales problemas de la gente joven, se observa que tan sólo un 6,2% de los *tweets* y un 6,8% de las publicaciones en Facebook hacían referencia a dichas problemáticas. De éstas, un 3,6% hacía referencia a la crisis económica; un 2,3% a los sistemas educativo; un 0,6% a la vivienda y un 0,3% al paro. Cabe señalar que no hemos identificado ninguna publicación en Twitter o Facebook correspondiente a temáticas vinculadas al consumo de drogas, a pesar de ser ésta la cuarta preocupación de la gente joven.

Si analizamos las publicaciones de Twitter en función de la orientación ideológica de las organizaciones, se observa que son las organizaciones de izquierdas las que en mayor medida recogerían las preocupaciones de los jóvenes (un 8,6% de las publicaciones); seguidas por las organizaciones de derechas (5,3%) y las nacionalistas (2,8%). En el caso de las organizaciones regionalistas, éstas no presentan ninguna publicación que haga referencia a dichas preocupaciones.

En Facebook, los porcentajes varían ligeramente: un 15,7% en las organizaciones de izquierdas, un 7% en las regionalistas, un 6,2% en las de derechas y un 3,4% en las nacionalistas.

TABLA 3.30. PRESENCIA DE LAS PROBLEMÁTICAS JUVENILES EN TWITTER

	IZQUIERDA	DERECHA	NACIONALISTA	REGIONALISTA	TOTALES
No hacen referencia	1514 91,4%	469 94,7%	1067 97,2%	13 100,0%	3063 93,9%
Paro	34 2,1%	16 3,2%	11 1,0%	0 0,0%	61 1,9%
Crisis económica-problemas económicos	35 2,1%	4 0,8%	9 0,8%	0 0,0%	48 1,5%
Sistema educativo-planes de estudio	46 2,8%	6 1,2%	10 0,9%	0 0,0%	62 1,9%
Vivienda-carestía	27 1,6%	0 0,0%	1 0,1%	0 0,0%	28 0,9%
Total	1656 100,0%	495 100,0%	1098 100,0%	13 100,0%	3262 100,0%

Fuente: elaboración propia.

TABLA 3.31. PRESENCIA DE LAS PROBLEMÁTICAS JUVENILES EN FACEBOOK

	IZQUIERDA	DERECHA	NACIONALISTA	REGIONALISTA	TOTALES
No hacen referencia	59 84,3%	15 93,8%	173 96,6%	40 93,0%	287 93,2%
Paro	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,3%	1 0,3%
Crisis económica - problemas económicos	6 8,6%	1 6,3%	4 2,2%	0 0,0%	11 3,6%
Sistema educativo - planes de estudio	4 5,7%	0 0,0%	2 1,1%	1 2,3%	7 2,3%
Vivienda - carestía	1 1,4%	0 0,0%	0 0,0%	1 2,3%	2 0,6%
Total	70 100,0%	16 100,0%	179 100,0%	43 100,0%	308 100,0%

Fuente: elaboración propia.

Respecto a las problemáticas desagregadas, la mayoría tiene mayor presencia en las organizaciones de izquierdas (sistema educativo, 2,8%; crisis económica, 2,1%; vivienda, 2,1%) a excepción del paro, que obtiene mayor puntuación en las organizaciones de derechas (3,2%); por último, las organizaciones nacionalistas presentan los porcentajes más bajos (paro, 1%; crisis, 0,8%).

¿Cómo se posicionan respecto a la Red?

De los datos recabados se evidencia que aquellas temáticas vinculadas a la Red y las nuevas tecnologías no han estado prácticamente presentes durante la campaña electoral. De hecho, tan sólo un 0,52% de los *tweets* hacía referencia a dichas temáticas y no hemos encontrado ninguna referencia en las publicaciones de Facebook.

Entre las publicaciones mencionadas, 9 *tweets* (0,28%) hacían referencia a participación *online* (elaboración del programa, *chats* con los candidatos...), 3 *tweets* (0,09%) hacían referencia a la salvaguarda del derecho de privacidad, 3 *tweets* (0,09%) hacían referencia a redes sociales y 2 *tweets* (0,06%) informaban sobre aspectos vinculados a la administración electrónica. De éstos, 3 eran nacionalistas (17,6%), 7 de derechas (41,2%) y 7 de izquierdas (41,2%).

3.6. CONCLUSIONES

De los distintos análisis podemos inferir que las organizaciones políticas juveniles estudiadas realizan un uso instrumental de la Red y que su estrategia de comunicación tiene un carácter marcadamente endógeno, orientado a informar de actividades desarrolladas por la propia organización o lanzar lemas o consignas que no entiende la Red como un espacio de participación e hibridación colectiva.

Sin embargo, tal y como hemos evidenciado previamente, la presencia en la Red observada en las organizaciones estudiadas difiere según el tipo de organización y la orientación política. Así, se evidencia que son los consejos de juventud quienes mantienen una mayor presencia en la Red, seguidos de las organizaciones juveniles vinculadas a partidos, siendo las secciones juveniles de sindicatos quienes presentan un nivel más bajo de internetización. En este sentido, observamos que, si bien la mayoría de la población joven en España utiliza la Red para informarse y opinar de política de acuerdo al estudio realizado por Anduiza, Cantijoch y Gallego (2010), un número significativo de organizaciones políticas juveniles no dispone de presencia en la Red ya sea a través de la web o de las redes sociales.

En cuanto al uso que las organizaciones realizan de las redes sociales, se evidencia que las tres redes más utilizadas son Facebook, Twitter (sin que se aprecie diferencias significativas entre las mismas) y en menor medida Youtube; mientras en la red Tuenti la presencia es significativamente más baja, siendo ésta una red orientada principalmente a población joven. Así mismo, en relación a las acciones desarrolladas por las organizaciones en la Red durante la campaña de las elecciones europeas, se evidencia que las acciones que presentan una mayor prevalencia (informar de un acto de la organización, citar una declaración, lanzar una consigna, convocar un acto, etc.) corresponden a aquellas que han sido desarrolladas habitualmente por otros medios (carteles, boletines...) no mostrando una segmentación estratégica de uso de los distintos canales. Podemos inferir a este respecto, tal y como apuntábamos anteriormente, que el uso mayoritario que las organizaciones realizan de la Red es eminentemente instrumental, orientado a la difusión. En este sentido, consideramos que, si bien se observan diferencias, los usos de la Red en función del tipo de organización, son similares.

A su vez, se observa en el análisis de contenido temático la baja presencia de las problemáticas juveniles en las publicaciones analizadas: un 6,1% en Twitter y un 7,8% en Facebook y la casi nula presencia de publicaciones en relación a temáticas vinculadas a la Red o las nuevas tecnologías: 0,5% en Twitter y nula en Facebook. Este indicador nos permite inferir que existe una distancia creciente respecto a las organizaciones analizadas y las problemáticas de la gente joven; así como una muy baja presencia de contenidos vinculados a la Red en su agenda pública.

Estas diferencias evidencian cómo la referida desafección política de la juventud respecto a la política institucional tiene su correlato en la distancia de las organizaciones políticas juveniles convencionales en relación a las principales problemáticas de la juventud y los medios que esta utiliza para informarse y participar políticamente. A este respecto, cabe señalar que en el análisis temático no se ha incluido el estudio de los consejos de juventud, que son quienes mantienen una mayor presencia en las redes. Sin embargo, tal y como hemos señalado, esta estructura organizativa se encuentra hoy amenazada por los recortes presupuestarios y su futuro es cada vez más incierto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almond, G. y Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Boston: Little-Brown.
- Andreu, J. (2009). "Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10 (2).
- Anduiza, E.; Cantijoch, M. y Gallego, A. (2010). *Internet y participación política en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Barnes, S. H. y Kaase, M. (1979). *Political Action*. Beverly Hills. Cal.: Sage.
- Bonet i Martí, J. (2010). *El Treball i la Crisi Global*. Barcelona: Observatori DESC.
- Dawson, R. E.; Prewitt, K. y Dawson, K. S. (1977). *Political Socialization*. Boston: Little-Brown.
- Duverger, M. (1957). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kitschelt, H. (1993). "Social movements, political parties, and democratic theory". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528 (1): 13-29.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Martínez, R. (2014). "Internet y Política (Versión 1.0). Política para la Red. Política con la Red. Política desde la Red". En Equipo IGOPnet. *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Reichertz, J. (2009). "Abduction: The Logic of Discovery of Grounded Theory". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 11 (1).
- Sedgwick, E. K. y Frank, A. (2003). *Touching Feeling: Affect, Pedagogy, Performativity*. Durham y London: Duke University Press.
- Sartori, G. (2005). *Partidos y Sistemas de partidos: marco para un análisis*. Madrid: Alianza Editorial.
- Vázquez, F. (1994). *Análisis de contenido categorial: el análisis temático*. Barcelona: Unitat de Psicologia Social - Universitat Autònoma de Barcelona.

4. ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES.

La emergencia de una nueva cultura política

4.1. INTRODUCCIÓN, METODOLOGÍA Y PROCESO DE TRABAJO

Vivimos en un momento de transformaciones fundamentales para las formas de acción política juvenil. El escenario de crisis económica y política ha provocado un interés renovado de los jóvenes por la política cuya expresión más visible fue el 15-M. Este acontecimiento venía de algunas formas originales de organización y comunicación a través de las TIC y sus consecuencias se pueden rastrear hasta formas novedosas de expresión política, ya sean grupos formales como usos originales o intensivos de las redes sociales y otras herramientas digitales.

En este contexto, una investigación que pretende abordar, entre uno de sus objetivos, el análisis de las organizaciones políticas no convencionales (OPNC) en una franja etárea de entre 15 y 30 años, se caracteriza por la dificultad de rastrear entre la masa de datos disponibles. No existen precedentes de trabajos de este tipo que se enfrenten a un objeto de estudio cambiante, de fronteras difusas y que tenga que ser abordado mediante un uso profuso de la información *online*, pero cuya profundización sólo sea posible mediante el contacto directo con las experiencias y las personas. Por tanto, la metodología empleada es una mezcla de rastreo a través de Internet, y de etnografía *online* y cara a cara a través de redes personales de los investigadores. La voluntad, la de realizar un primer “mapa” de experiencias, de agrupaciones juveniles que usan intensivamente las TIC pero también de formas de expresión política que difícilmente pueden ser encuadradas bajo los parámetros organizativos de los ciclos de movilización anterior. Por tanto, hemos tenido que inventar las herramientas a medida que avanzábamos en el trabajo y también utilizar nuestro aprendizaje previo y la información extraída directamente de las redes militantes que conocemos bien, y de las personas que forman parte de ellas. Sin nuestra participación directa o indirecta en estas redes, sin duda, el resultado sería mucho menos rico y complejo.

Todo esto nos ha permitido realizar un extenso rastreo o mapa de OPNC del Estado español. Primero hemos identificado 75 colectivos o experiencias, lo que nos ha permitido reconocer algunos identificadores clave que posibiliten una selección más que representativa en términos cuantitativos, capaz de dibujar, a partir del trabajo cualitativo, un escenario lo más completo posible. Así, para el análisis, contamos con seis experiencias de las cuales se explica su desarrollo de forma más descriptiva y de las que extraemos los informantes clave para la realización de las entrevistas, que, junto con los datos recogidos, permitirán el análisis. El objetivo, como hemos visto, es analizar cómo las TIC están transformando las formas de hacer política, especialmente entre la gente joven.

La presente investigación parte de la siguiente pregunta: ¿cómo Internet y su cultura están transformando las formas de hacer política entre la juventud? Para realizar la investigación hemos tomado como premisa tres elementos:

1. Las organizaciones políticas no convencionales (OPNC), que se articulan más allá —en una relación conflictiva— de las estructuras y cauces institucionales establecidos.
2. Internet, no sólo como herramienta sino como actor y como nueva “cultura” —set de formas de entender la participación, la comunicación y la política que están asociadas a lo que Himanen (2001) denominó “ética *hacker*”—.
3. Los jóvenes, de 15 a 30 años, un espectro amplio que permitiera analizar esta variable respecto a las OPNC emergentes.

A partir de estos tres elementos hemos elaborado una investigación dividida en dos fases, utilizando distintas metodologías en cada una de ellas, en función de las diferentes necesidades y objetivos.

En la primera fase de la investigación, orientada a realizar un mapeo extenso de OPNC, la metodología de recogida de información consiste en cuatro entrevistas abiertas con informantes clave, cribado de la web y trabajo de campo previo de los investigadores. Para completar las fichas se utiliza la observación y análisis de contenidos e información a través de la Red, tomando como fuentes las noticias de periódicos *online* relativas a estas organizaciones, su página web o sus perfiles de redes sociales. Para ello se cuenta con la recopilación y sistematización de información de las organizaciones que está disponible *online*. Con dicha información se ha completado una ficha tipo para cada organización con el objetivo de explicar aspectos fundamentales de las mismas, especialmente su relación con Internet, así como facilitar un análisis comparativo entre ellas.

Con ello se ha realizado un mapa general de 75 organizaciones distintas del Estado español, bajo la premisa de que se tratara de OPNC y de que los jóvenes tuvieran un papel relevante en la composición de dichas organizaciones. El mapa se ha realizado para obtener una visión panorámica de las distintas OPNC en el Estado Español, y para realizarlo se han llevado a cabo dos cribados consecutivos. En el primer rastreo —de 30 casos— se han considerado aquellas organizaciones con más presencia en la Red medida en cantidad de información disponible, número de seguidores en redes sociales, impacto mediático de las organizaciones, etc. Es decir, aquellas que más presencia y que son, por tanto, más fácilmente detectables. Este primer rastreo evidenció que la mayoría de esta primera selección estaban muy vinculadas con el entorno de lo que había generado o se había nutrido o potenciado a partir del 15-M (tesis que se desarrolla en el texto). Sin embargo, nos parecía pertinente representar una pluralidad ideológica mayor de las formas de organización política juvenil. Además, pensamos que de la comparación de este espectro 15-M con otras propuestas, se podrían extraer conclusiones sobre los diferentes usos de la Red, como así ha sido. Este sesgo quincemayista —consecuencia directa del grado de experimentación tecnopolítica que se produjo durante este acontecimiento— implicaba asimismo cierta preponderancia de las agrupaciones madrileñas. De esta manera, se escogieron 45 casos más buscando el ámbito religioso, nacionalista, las agrupaciones políticas en base a ideologías y formas de or-

ganización clásicas —anarquismo, marxismo, sindicalismo, etc.— y estos casos fueron clasificados por regiones de la geografía española. Esta lista completa de las primeras organizaciones observadas puede consultarse en el Anexo 3 y la lista completa figura al final del mismo Anexo.

En el registro que se ha realizado de las 75 organizaciones se han detectado distintos bloques temáticos y diferentes formas de organización y de hacer política. Con el objetivo de clasificar estas 75 organizaciones, se han dibujado dos gráficos de coordenadas (Gráficos 4.1 y 4.2). Estos gráficos permiten realizar un clivaje¹ de los casos y ubicarlos en función del tipo de ideología y objetivos sociales de las distintas OPNC.

Por un lado encontramos el conjunto de organizaciones que surgen del 15-M o que forman parte del sistema-red post 15-M. Se trata de colectivos y redes que tienen por objetivo la conquista de nuevos derechos colectivos o la defensa de viejos derechos. Si bien antes del inicio de los Planes de Ajuste Estructural en el año 2010 podemos decir que las OPNC se caracterizaban por no apelar directamente a las instituciones, sino por, en general, la voluntad de construcción de espacios de autonomía, a partir de entonces la defensa de ciertos derechos que se daban por supuestos —sanidad, educación, etc.— se vuelven centrales. Los movimientos no sólo se caracterizan por actuar desde la autonomía (cuadrante Z del esquema), sino también por presionar, interpelar e incluso querer ocupar y transformar las instituciones (cuadrante X). En este ámbito, encontramos grupos cuyo eje es la comunicación, centros sociales, colectivos de agitación cultural y *think tanks*, u organizaciones que trabajan mediante la acción directa. Respecto a las reivindicaciones asociadas a las ideologías decimonónicas: socialismo, anarquismo, etc, muchos aparecen vinculados al independentismo y a la defensa de la tierra (cuadrante A). Por otro lado, encontramos también un independentismo renovado que se apoya en nuevas reivindicaciones (cuadrante B), y relacionados con estos dos —especialmente con la cuestión territorial— hay grupos ecologistas (cuadrante D). Dentro de este eje podemos también ubicar colectivos feministas y de lucha por el reconocimiento de los derechos sexuales y de género. Finalmente, encontramos organizaciones como grupos de ultra derecha, liberales o grupos católicos, que se caracterizan por recuperar viejas reivindicaciones (cuadrante A) y por una concepción individual de los derechos (cuadrantes W e Y). También se ha elaborado un tesoro (ver Anexo 3), y se han clasificado las 75 organizaciones en relación a distintos cuadrantes con el objetivo de discernir entre tipologías.

A partir del mapa, de los tipos de clivaje, el tesoro, y del análisis realizado, podemos ver cómo los espacios donde surgen nuevas reivindicaciones y donde estas reivindicaciones se reclaman o se autotutelan de forma novedosa, es en organizaciones que han surgido o beben en gran medida del 15-M. Es en éstos espacios donde se produce una mayor innovación en relación al uso de las TIC, y a cómo éstas se ponen a disposición para construir nuevas relaciones institucionales y nuevas demandas sociales.

1. El concepto de clivaje fue introducido por George Simmel en su obra *Soziologie* (1908), y fue popularizado *popularizado* por Seymour Martin Lipset y Stein Rokkan, dentro del marco del análisis demoscópico, para analizar las tendencias de voto. La noción es usada en el campo de la Sociología para definir las distintas interseccionalidades o variables que se cruzan en el análisis de un objeto determinado. En palabras de Simmel, se trata de la intersección de círculos sociales.

GRÁFICO 4.1. DOBLE COORDENADA TENIENDO EN CUENTA CERCANÍA CON INSTITUCIÓN PÚBLICA Y TIPO DE DERECHOS

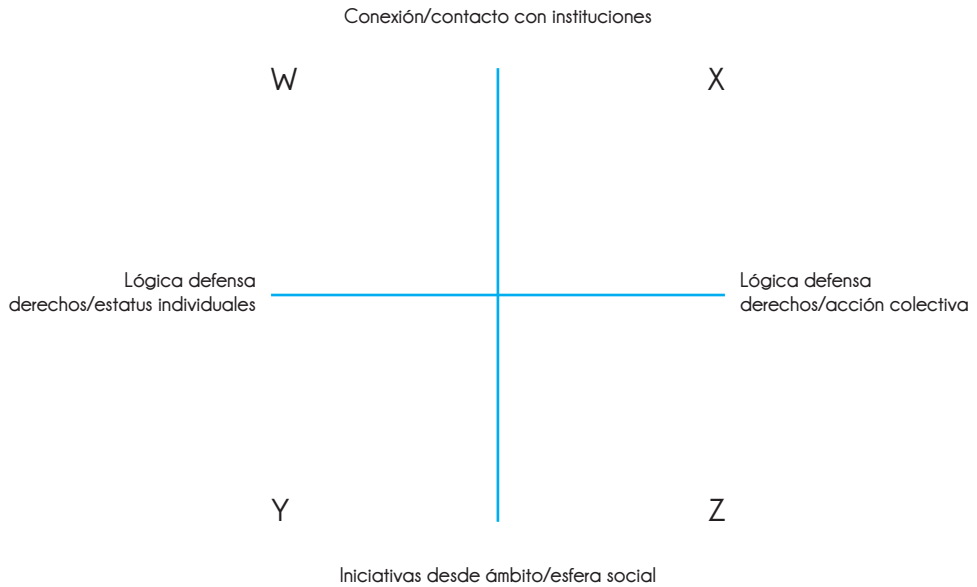
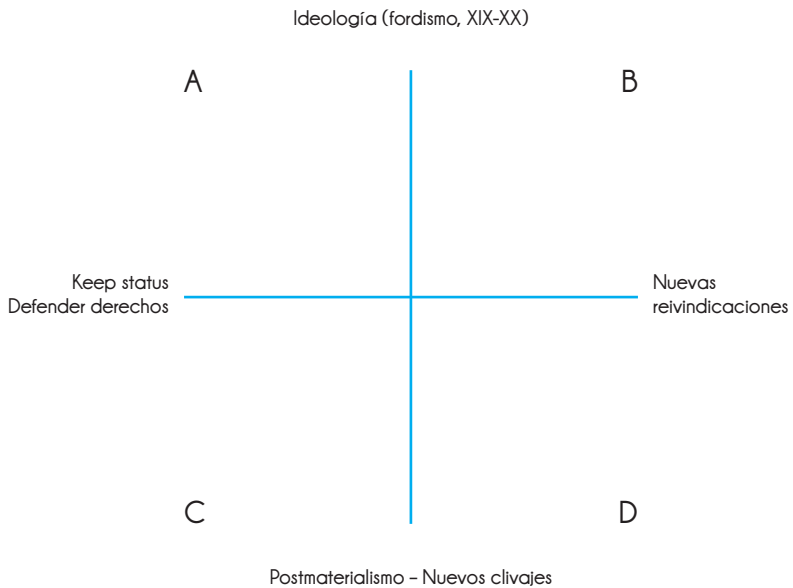


GRÁFICO 4.2. DOBLE COORDENADA TENIENDO EN CUENTA TIPO DE IDEOLOGÍA Y CONTENIDOS DE LAS REIVINDICACIONES



Fuente: elaboración propia (ver Anexo 3).

Esta primera muestra de 75 casos se ha reducido a 11 a partir de una selección que buscaba cubrir un espectro territorial e ideológico lo más amplio posible. Estos casos nos permitirían profundizar en el funcionamiento concreto de las OPNC en relación al uso que realizan de las TIC —tanto por la descripción de las técnicas empleadas en cada caso como por la posibilidad de realizar entrevistas en profundidad—.

Los casos de estudio son: JóvenesCatólicos.es, Asamblea Nacional de Joves Independentistes, Multireferèndum, Juventud Sin Futuro, Ecologistas en Acción, Oficina Precaria, Unión Interinstitutos de Madrid, Brigadas Vecinales, #JuventudDigna22m y Juventud Obrera Cristiana. Para entender algo más de su funcionamiento se han completado unas fichas (ver Anexo 3) a partir de entrevistas informales y búsqueda web que nos han permitido contar con una información más precisa, que ha hecho posible finalmente seleccionar dos acontecimientos sobre los que realizar un trabajo de investigación en profundidad. Para dicha selección se ha tenido en cuenta el componente juvenil de las organizaciones —por ello se ha descartado Ecologistas en Acción— y la necesidad de cubrir un espectro territorial e ideológico amplio —por ello se ha sustituido la Oficina Precaria, muy similar a Juventud Sin Futuro—. También se ha descartado #JuventudDigna22m por ser un acontecimiento de límites difusos muy difícil de describir (ya que se organizó exclusivamente a través de un *hashtag* sin generar información específica), y se han considerado la revuelta en el barrio de Gamonal y la acción de #ToqueABankia.

Los casos y acontecimientos seleccionados han sido elegidos porque se consideran de especial interés para comprender cómo están cambiando las formas de acción y de hacer política entre la juventud, a partir de Internet como cultura y como herramienta.

A continuación se describen los seis casos —que hemos dividido en acontecimientos y organizaciones— de donde han sido extraídos los informantes para las entrevistas.

Acontecimientos:

La revuelta de Gamonal (#EfectoGamonal) y #ToqueABankia

#ToqueABankia constituye un buen ejemplo de política desde la Red. #ToqueABankia ha sido seleccionado porque diseña un tipo de acción que posibilita la participación tanto de personas que forman parte de organizaciones estables como de otras que no están integradas en ninguna agrupación. En este sentido, creemos que esto se vincula directamente a las formas lábiles de participación que encontramos en la manera en que muchos jóvenes se relacionan con la política hoy. En este sentido, constituye un caso paradigmático de organización difusa, descentralizada y sin voluntad de permanencia. Supone lo que llamábamos una forma de organización temporal que funciona a la manera de acontecimiento.

El caso de Gamonal además de constituir un acontecimiento de gran impacto público, creemos que funciona como ejemplo para hablar de las redes no visibles que se activan en momentos concretos. Este caso puede ejemplificar también la cuestión del uso de listas de mail y mensajería móvil que normalmente quedan ocultas y, por tanto, está relacionado con otro de los conceptos que manejamos como son las formas organizativas de “latencia”.

Organizaciones: Juventud Sin Futuro, Unión de Interinstitutos de Madrid, Jóvenes de la ANC (Asamblea Nacional Catalana), E-Cristians

Juventud sin Futuro y Unión Interinstitutos son organizaciones propuestas por su representatividad y capacidad de impacto pero también porque, a menudo, los ámbitos estudiantiles son los primeros lugares donde muchos jóvenes entran en contacto con la política. Respecto a Juventud sin Futuro es innegable la función protagonista que tuvo en los inicios del 15-M y la visibilidad mediática que han alcanzado desde entonces. Es interesante como red que ha dado lugar a grupos en otros lugares del mundo —Marea Granate— y que lleva a cabo acciones descentralizadas en los distintos países y que, por lo tanto, tiene necesariamente que coordinarse a través de Internet. En este sentido, sus campañas de comunicación pueden considerarse como paradigmáticas.

Respecto a Unión Interinstitutos podemos decir que es el ejemplo que recoge la politización más temprana —junto a algunos colectivos independentistas— de todos los casos analizados. Su capacidad de incidencia es alta ya que fueron los responsables de encierros en institutos que han tenido cierto impacto mediático y social. Forman parte también de una red nacional que agrupa a las Asambleas de Estudiantes de Secundaria del estado. Respecto al uso de las redes sociales, son capaces de conseguir *trending topics* y se coordinan mediante grupos de WhatsApp y listas. Creemos que pueden aportar a esta investigación la posibilidad de observar la relación entre los más jóvenes y estas formas organizativas.

Los Jóvenes de la Asamblea Nacional Catalana hacen un uso de las redes sociales que no es especialmente significativo pero que puede hablarnos de cuáles son los usos de Internet para aquellas formas organizativas que podemos pensar como más clásicas, por ejemplo, de las que buscan tener grupos en cada una de las localidades de un determinado territorio. Aunque en realidad la ANC agrupa entidades de todo tipo —más liberales o menos, más o menos progresistas, asociaciones con el eje más puesto en la política y otras que menos— podríamos decir que la característica principal que les une es una cierta forma de plantearse el objetivo de la consecución de un estado propio para Cataluña. Como especificidad también podemos decir que es un colectivo juvenil integrado en un grupo más amplio que tiene sus propias campañas y una capacidad de impacto social muy elevada. Por tanto, es interesante analizar a través de este caso cuál es la especificidad de las formas juveniles de hacer política dentro de un grupo más amplio con agenda propia.

E-Cristians ha sido seleccionado como caso como contrapunto, tanto por su ideología (católica), como por su función proselitista desde un lugar que cuenta con recursos económicos vinculados a partidos políticos.

En la segunda fase de la investigación se han realizado entrevistas en profundidad a once personas que han participado activamente en dichas organizaciones y acontecimientos. Estas entrevistas estaban orientadas a dilucidar aspectos concretos vinculados a la genealogía de las organizaciones y los acontecimientos, su arquitectura de participación y organigrama interno, o el uso que hacen de Internet. A su vez, tenían una estructura similar entre ellas, en base a un guión (ver Anexo 2), con el objetivo de facilitar un análisis comparativo entre los distintos casos. Las personas entrevistadas han sido elegidas en función del papel que cumplen dentro de cada una

de las organizaciones, teniendo especialmente en cuenta su centralidad dentro de la organización y su conocimiento en la gestión de las herramientas digitales.

Las entrevistas² se han realizado en Barcelona, Burgos y Madrid durante el mes de junio de 2014.

4.2. ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURA Y LAS DINÁMICAS FUNCIONALES DE LAS OPNC

A. Descripción de los casos seleccionados: acontecimientos

Este apartado está redactado en base a las entrevistas realizadas y la información recogida en prensa, y en general, recoge el punto de vista de las organizaciones, sobre todo cuando no se ha podido cotejar la información recibida.

#ToqueABankia

#ToqueABankia fue una acción distribuida realizada en todo el Estado español y consistente en bloquear el máximo de oficinas posibles de Bankia. La acción fue organizada por el colectivo Interviene Gila, y se llevó a cabo el 9 de mayo de 2013.

Interviene Gila³ es un colectivo que nace como grupo autónomo de la Asamblea de Lavapiés en 2012. El colectivo surge a partir de las dificultades y contradicciones que la Asamblea (surgida del 15-M) había experimentado para posicionar temas en los medios de comunicación tradicionales, y de buscar una herramienta comunicativa con el objetivo de hacer frente a este problema. El colectivo, formado por un grupo de siete personas con gran afinidad, recupera la figura del humorista Miguel Gila, y usa el humor para desarrollar acciones virales de desobediencia pacífica. En palabras de uno de los miembros del colectivo, el objetivo es “cambiar el sistema riéndonos y pasándonoslo bien”. El humor se concibe como una herramienta táctica, ya que permite una mayor viralidad de los mensajes y la creación de memes y narraciones que subvierten los contenidos de los medios de comunicación tradicionales. El uso de la figura de Miguel Gila, a su vez, permite al colectivo otro tipo de interacción en las redes sociales. Al construir el perfil en base al nombre de un personaje colectivo se facilita la interacción y por lo tanto construir otro tipo de relación con la comunidad de usuarios —según sus análisis—. A su vez, el uso del anonimato permite trabajar de forma más colectiva, empoderarse, y transformar las formas de liderazgo tradicionales. Dentro de Interviene Gila se asumen roles para tareas concretas, pero se intenta que estos roles se intercambien con el objetivo de hacer la organización más sólida frente a posibles mutaciones en la composición del grupo. Desde que el colectivo empezó a trabajar no se han incorporado nuevos miembros, en parte debido a que el colectivo está construido en base a la afinidad personal de sus integrantes.

2. Para más información sobre el perfil de las personas entrevistadas y el guión de las entrevistas ver Anexos 1 y 2.

3. La web de Interviene Gila <http://gilanoblogs.org/>

Interviene Gila empezó a usar primero Facebook⁴ y posteriormente Twitter⁵. Facebook les permite trabajar de forma más sistemática sobre las acciones y el perfil (personaje), ya que los *posts* duran más tiempo y se pueden construir mensajes más complejos. Por otro lado, Twitter les facilita incrementar la viralidad de las acciones. Para organizar las redes sociales no siguen ninguna metodología ni protocolo, sino que las gestionan en función de la disponibilidad e intereses de sus integrantes. Tampoco usan *padés* para la organización de la comunicación, sólo en casos muy concretos cuando se tiene que llevar a cabo una acción. En sus propias palabras, su tarea de *community manager* “funciona bajo la lógica del *carpe diem*”. Para el colectivo es esencial que las herramientas digitales sean libres y estén cifradas. Sin embargo reconocen la necesidad de usar herramientas comerciales (como Facebook y Twitter) con el objetivo de alcanzar mayores audiencias.

El colectivo tampoco usa herramientas de comunicación y organización interna. Las reuniones presenciales no son sistemáticas. No se encuentran de forma periódica sino cuando hay una necesidad organizativa muy concreta. Tampoco poseen una lista de correo propia ni un grupo de WhatsApp. Sin embargo, al ser colectivo con mucha afinidad, comparten la información de manera informal y a menudo, sobre todo cuando les surge alguna idea interesante sobre la que trabajar. Las decisiones sobre si se desarrolla una acción se toman en función de la evaluación coyuntural de su oportunidad. Si es así, se lleva adelante la propuesta y el colectivo se reparte tareas y se pone a trabajar. Es en este momento cuando se establecen funciones específicas, pero no tienen actividades estructuradas y reparto de roles permanente.

Contexto de la acción. #ToqueABankia fue una acción coordinada en todo el Estado con el objetivo de bloquear el máximo de oficinas de Bankia que tuvo lugar el 9 de mayo de 2013. La propuesta fue lanzada por el colectivo Interviene Gila que enmarcó la acción en el contexto de las luchas por la vivienda que se desarrollan en todo el Estado por parte de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH), así como de otras asambleas y grupos similares. Es necesario considerar que en marzo del mismo año, el Congreso de Diputados rechaza la ILP presentada por la PAH, que estaba apoyada por un millón y medio de firmas, y que exigía la dación en pago con carácter retroactivo, detener las ejecuciones hipotecarias y establecer un parque público de vivienda. El Partido Popular modifica sustancialmente la ILP con el objetivo de simular que aprueba las demandas de la PAH, es por ello que la plataforma se retira, como muestra de rechazo. También es importante tener en cuenta el escándalo desatado justo un año antes de la acción —en mayo del 2012— a raíz de la bancarrota de Bankia, que estaba dirigido en aquel momento por Rodrigo Rato. En este contexto, una acción dirigida a una entidad bancaria de tan escasa legitimidad se considera una oportunidad para proyectar una acción de gran alcance.

Preparación de la acción. El objetivo era bloquear todas las oficinas de un banco. La forma de desarrollar la acción surgió de manera colectiva y a partir de la lectura del *Manual para revolu-*

4. Facebook Interviene Gila <https://www.facebook.com/gilagrupodeintervencion>

5. Twitter Interviene Gila <https://twitter.com/IntervieneGila>

cionarios pragmáticos, donde se explica el caso de las trabajadoras de la limpieza que reivindicaban sus derechos laborales en una ópera saliendo en medio de la actuación y tirándose pedos. A partir de esta idea de acto de sabotaje simbólico surge la idea de #ToqueABankia.

Un integrante de Hacktivistas⁶ —un colectivo de activistas vinculado a las TIC y a cultura libre— les propuso utilizar las TIC para generar una acción distribuida que permitiera coordinar y conectar a una gran cantidad de gente con un objetivo concreto —en la lógica de *swarming* de la que hablaremos después—. Para la realización de la acción, Hacktivistas desarrolló la plataforma organizativa web, mientras que Interviene Gila se ocupó de los contenidos y la comunicación. Los dos colectivos habían colaborado con anterioridad antes de esta ocasión como por ejemplo en No More Hangers (contra la Ley del Aborto de Gallardón).

Para comunicar la convocatoria se usaron redes sociales, fundamentalmente Facebook⁷ y Twitter⁸, pero también se sirvieron de los medios de comunicación tradicionales. Primero publicaron la acción a través de medios activistas y luego alcanzaron medios *mainstream* como *El País* o *El Mundo*. Sin embargo, en su opinión, la campaña comunicativa final la hizo la misma Bankia al mandar un correo interno a los trabajadores alertando de una posible situación de “máximo riesgo”, lo que provocó que muchas oficinas cerraran el día de la acción sin necesidad de intervenir. La complejidad de la convocatoria logró que Bankia no entendiese cómo se había organizado ni el nivel de riesgo real, lo que incrementó la capacidad de incidencia de la acción. Es necesario apuntar la importancia de herramientas descentralizadas como Twitter y Facebook para llevarla a cabo ya que habría sido prácticamente imposible la coordinación de todos esos elementos, o su coste en tiempo y recursos habría sido altísimo.

La plataforma *online* (actualmente no disponible) que debía servir como espacio de articulación de los “ataques” pacíficos —o las formas de ocupación temporal— se lanzó el 9 de abril. Esta plataforma contenía un sistema de geolocalización de todas las oficinas de Bankia y el usuario podía elegir en cual intervenir. Una vez escogida oficina y horario, tenía la posibilidad de participar en un foro *online* con los otros usuarios con los que había coincidido, y que les permitiría decidir colectivamente cuál sería el sistema de bloqueo u ocupación de aquella oficina en concreto. También se lanzó un *pad* a través de Facebook y Twitter en el cual se recogían ideas y propuestas para desarrollar el bloqueo, con el objetivo de sumarlas a la campaña. A partir del 9 de abril, el *hashtag* #ToqueABankia empieza a tener cada vez más presencia en las redes a medida que se acerca la fecha de la acción.

La herramienta ofreció algunas ventajas y algunos inconvenientes. Por un lado, permitió que mucha gente que no se conocía se pudiera coordinar colectivamente para realizar la acción. También permitió “viralizar”, comunicar y explicar mucho mejor el desarrollo de la acción. No obstante, para participar era necesario inscribirse usando un usuario anónimo o la propia cuenta de Facebook, y esto fue problemático cuando Facebook bloqueó el día antes de la acción el *link* que conec-

6. Web Hacktivistas: <http://wiki.hacktivistas.net/index.php?title=Portada>

7. Facebook ToqueABankia: <https://www.facebook.com/Toque.a.Bankia>

8. Twitter ToqueABankia: <https://twitter.com/ToqueaBankia>

taba el perfil de Interviene Gila con la plataforma *online*, lo que provocó que mucha gente no pudiera entrar a través de Facebook y por lo tanto, no pudiera participar en la acción.

Finalmente, unos días antes de la acción, también se lanza la plataforma web en formato App para *smartphone*, lo que permite que durante la acción todos los participantes tengan disponible la información en tiempo real en su dispositivo móvil sin tener que acceder a la página web a través de un navegador.

Desarrollo de la acción. Como se ha apuntado anteriormente, algunas oficinas de Bankia ya estaban cerradas antes de empezar la acción debido a las medidas de precaución que tomó la empresa. Sin embargo, desde primera hora de la mañana empezaron bloqueos en todo el Estado. La acción se desarrolló de formas muy distintas. En algunas partes fue participada sobretudo por grupos militantes, fundamentalmente por nodos locales de las PAH y las asambleas de vivienda. La PAH de Madrid no quiso sumarse a la acción puesto que no la consideraron como propia; sin embargo, algunas asambleas de vivienda de Madrid sí que participaron. Los métodos utilizados para el bloqueo fueron múltiples, pero, el más usado fue el método denominado “cansinismo”: preguntar cuestiones absurdas o hacer muchas preguntas sin interés durante mucho tiempo, con el objetivo de generar una larga cola de clientes y bloquear así el funcionamiento de la oficina. Algunas, al darse cuenta de que se estaba desarrollando una acción de carácter reivindicativo, cerraron por decisión propia, de forma que esas personas se desplazaron a otra siendo capaces de cerrar varias en el mismo día. Durante la jornada fue fundamental el uso de Twitter y del *hashtag* #ToqueABankia, ya que éste permitió centralizar toda la información (*tweets*, imágenes, vídeos, *streamings*) que surgían de las distintas acciones. El *hashtag*, que se convirtió en *trending topic* —en uno de los diez temas más comentados del país— durante la mañana, también permitió reorganizar la acción en tiempo real a lo largo de la jornada, ya que ofrecía la posibilidad de visualizar dónde se estaba concentrando la gente o qué oficinas estaban ya cerradas.

En total se cerraron quinientas oficinas, la mayoría de ellas en el Estado español, pero algunas también en el extranjero. La acción tuvo una alta participación de personas no activistas. Los mismos organizadores reconocen que no existe ningún precedente de acción de ese tipo, de bloqueo distribuido y coordinado a través de Internet. Los integrantes de Interviene Gila habían participado en acciones similares de ocupación de bancos, pero muy diferentes a la de #ToqueABankia.

El colectivo desarrolló su propia cobertura y seguimiento de la acción. Para ello utilizaron la plataforma CuelgaMe, que permite realizar llamadas gratuitas a las oficinas de Bankia con el objetivo de colapsar las líneas, y que permite así mismo grabarlas para subirlas *online*. También se centralizaba toda la información que se produjo en las redes sociales: imágenes, vídeos, etc. Se realizaron distintas notas de prensa y la noticia apareció en bastantes medios. El humor implícito y el hecho de ubicarse en la semana de acciones del 15-M permitió que fuera bien aceptada entre los medios de comunicación tradicionales, a pesar de que la noticia fue censurada en aquellos medios financiados por Bankia —como por ejemplo *El País*—, según los organizadores.

Posteriormente, y debido al éxito y la novedad de la acción, se intentó repetir el modelo con Toque a Ibercaja, que se organizó para el 12 de mayo de 2014, pero no funcionó. De hecho,

una parte de Interviene Gila consideraba que era un error táctico, y falló el consenso interno dentro del colectivo. Se destaca en este sentido la necesidad de que este tipo de acciones incorporen tanto el factor innovación como el factor espontaneidad, y que se organicen con un amplio consenso y legitimidad social.

Redes sociales. Tras del acontecimiento, los perfiles de Facebook y Twitter de ToqueABankia han caído en cierto desuso. Después de la acción se realizó una devolución a la Red y se lanzó información de cómo había acontecido la jornada; sin embargo, el flujo comunicativo decae a partir de finales de mayo. En el caso de Twitter sólo encontramos siete *tweets* desde el mayo del 2013, y en el caso de Facebook sólo hay seis *posts*. Esto indica cómo ambos perfiles estaban muy vinculados al acontecimiento específico.

#EfectoGamonal

Antecedentes y contexto. La revuelta de Gamonal —el #EfectoGamonal— se inició en el barrio del mismo nombre de la ciudad de Burgos y posteriormente se extendió a todo el Estado. La protesta empezó el 10 de enero de 2014, pero hay antecedentes sin los cuales ésta no se podría comprender. En agosto del 2006 empezó un proceso similar en la misma zona, en la Avenida Eladio Perlado, donde durante cuatro días hubo fuertes protestas contra la construcción de un aparcamiento subterráneo. No obstante, en aquel momento la asamblea estaba menos organizada y el uso de las redes sociales era casi inexistente. La gente joven casi no participó en las movilizaciones del 2006, que estaban básicamente integradas por personas mayores de cincuenta años: vecinos y personas que trabajaban y accedían a la zona en coche. La revuelta de 2014 se enmarca en un caso de desarrollo urbanístico que no cuenta con el beneplácito de los vecinos —que estaban en contra de la construcción de un parque subterráneo, y de la transformación de la Calle Vitoria en un boulevard—. La obra estaba dirigida por el constructor Antonio Miguel Méndez Pozo, empresario que había estado siete años en prisión por un delito de falsedad documental, y que mantenía una relación de afinidad con el alcalde de Burgos, Javier Lacalle, del Partido Popular.

Desarrollo de las protestas. El miércoles 7 de enero de 2014 llegan las primeras máquinas a la Calle Vitoria y el jueves empiezan las primeras tareas de organización y sondeo, así como las primeras protestas y la represión policial. Los incidentes son menores, pero se incrementan la noche del viernes después de que empiecen las obras ese mismo día. Un grupo de personas se coloca en la entrada impidiendo la salida de las máquinas y camiones, y esto provoca la llegada de la policía y el comienzo de la tensión en la calle. La noche siguiente las protestas aumentan y se vuelven más violentas. El sábado empiezan a salir en los medios de comunicación de todo el Estado y en el barrio comienzan las asambleas. De esta forma se crea la asamblea del barrio, y se abre el *blog*⁹. El colectivo recoge el trabajo realizado por la asamblea nacida durante el 15-M, y amplía exponencialmente el grupo. La composición de la asamblea está marcada por una mayoría de gente mayor de 60 años, sin embargo, a diferencia de la revuelta de 2006, hay una

9. Blog de la Asamblea: <https://gamonalniunpasoatras.wordpress.com/>

participación creciente de gente joven. La asamblea reúne todo tipo de gente del barrio, pero está marcada por una diferencia entre un sector mayoritariamente joven con opciones de lucha de carácter “insurreccionalista” y un sector más mayor con formas de intervención que apelan a las instituciones. Esta diferencia recorre el conjunto de discusiones políticas durante aquellos días, y de hecho se mantiene aún hasta la fecha. A pesar de que la asamblea no elige portavocías durante el desarrollo de la protesta, los medios de comunicación entrevistan a figuras concretas que se convierten en portavoces informales de las protestas. Este elemento también tiene un sesgo generacional, ya que la gente más joven se muestra más reacia a hablar con medios por miedo y por rechazo.

Se establecen siete comisiones de trabajo: comunicación, economía, organización, participación, investigación, periódico, centro social y punto de encuentro, y se empiezan a realizar largas y amplias sesiones en la calle para decidir cómo continuar las protestas. Debido al aumento de los niveles de organización y de los disturbios, y a la creciente presencia mediática durante los días 11 y 12 de enero, el Ministerio de Interior decide enviar 85 policías extra desde Valladolid con el objetivo de reforzar los operativos, decreta el toque de queda en el barrio, y obliga a todos los vecinos a permanecer encerrados en casa. Estos hechos producen un efecto multiplicador con lo que se empieza a organizar el proceso de extensión de acciones de solidaridad a todo el Estado.

Herramientas de organización y comunicación. Para el desarrollo de las protestas a pie de calle se hace un uso intensivo del servicio de WhatsApp y de Telegram, así como de mensajería instantánea. Mediante estas herramientas se autoconvocan las protestas y se coordinan las movilizaciones en la calle. De esta forma, tuvieron mucha importancia las redes personales y el tejido de barrio preexistente, ya que permitieron mejorar las conexiones y la comunicación entre la gente que participó. En el caso de la asamblea, se crea un grupo de Telegram para cada comisión, con el objetivo de coordinarse con agilidad. La asamblea tiene también dos listas de correos, una para la comunicación externa y otra para la comunicación interna, y se crea un GoogleCalendar con el objetivo de reunir todas las actividades de la asamblea. Al principio, el GoogleCalendar estaba gestionado por las comisiones, que añadían sus contenidos; sin embargo, ahora que hay menos actividades, lo gestiona la comisión de comunicación.

Como se ha apuntado más arriba, durante los primeros días de la protesta se crea el *blog* de la Asamblea, que cumple distintas funciones: por un lado informar al exterior de lo que está sucediendo y por otro, publicar comunicados sobre el posicionamiento de la asamblea. Este último punto es especialmente relevante, puesto que la asamblea tuvo que estar contrarrestando continuamente la visión de los grandes medios de comunicación y en especial del *Diario de Burgos* afín al gobierno local. En la actualidad hay dos *blogs*: el de la asamblea y el del centro social¹⁰. En estos *blogs* se continúan publicando noticias de lo que sucede, y comunicados de las asambleas.

10. Web del Centro Social Recuperado de Gamonal: <http://csrgamonal.ga/>

El martes 14 de enero se lanza el *hashtag* #EfectoGamonal, que se convirtió en *trending topic* difundiendo también las convocatorias que se produjeron en los distintos lugares del Estado. En Madrid se convoca el jueves, y la tarde del mismo martes ya hay planteadas movilizaciones en una decena de ciudades. El miércoles 15 se lanzan otros dos *hashtags*. El primero de ellos es #ColapsoUIP, que tiene por objetivo lanzar una estrategia de colapso del dispositivo policial, a través de convocar protestas en muchos lugares y dispersar así la UIP (Unidad de Intervención Policial de la Policía Nacional) de Burgos. El segundo *hashtag*, también *trending topic*, se lanza por la tarde, y es #ConGamonal. Con este *hashtag* se pretende mostrar el soporte a las protestas que continúan en Burgos, y mantener las acciones en el punto de mira hasta que llegue la fecha de las movilizaciones en otras ciudades. El miércoles se convoca una protesta en Madrid a la que asisten unos miles de personas y en la que se producen algunos disturbios, y el jueves se vuelven a repetir las manifestaciones de soporte en la capital. Finalmente, el viernes hay protestas en más de cuarenta ciudades; entre las principales se encuentran Barcelona, Valencia, Zaragoza, Madrid, Vigo, Bilbao y Málaga. La afluencia de gente joven es mayoritaria, y en algunas ciudades como Barcelona y Zaragoza se producen disturbios y conflictos con la policía. La misma noche del viernes el alcalde de Burgos, Javier Lacalle, anuncia en una rueda de prensa que las obras quedan definitivamente suspendidas, y que no se realizará el boulevard.

Por otro lado, y anteriormente al lanzamiento de estos *hashtags*, en Gamonal se organizan dispositivos propios de comunicación al exterior. En la comisión de comunicación de la asamblea se propone abrir un perfil colectivo de Twitter, y se abre @GamonalEnLucha. Sin embargo, la cuenta es censurada y eliminada después de cincuenta *tweets*, y por ello se abre @GamonalEnLucha2, que llega a los 6.000 *followers* a los pocos días de abrirse. A través del perfil colectivo se empieza a informar de lo que está sucediendo en el barrio, con el objetivo de desmentir la versión de los grandes medios de comunicación. Al principio la cuenta es gestionada por un solo *community manager*, pero después se añaden otros gestores. La información que difunde la cuenta parte de la experiencia personal del *community manager* y del conjunto de redes sociales personales del mismo, que le envían información e imágenes pidiéndole que las difunda. De esta forma, @GamonalEnLucha2 se convierte en una suerte de centralita y altavoz de lo que sucede en el barrio durante aquellos días. Desde entonces, no se ha establecido un protocolo de redes, y el uso de éstas se realiza de manera informal. Las distintas personas que gestionan la cuenta lo hacen de forma personal y sin protocolo.

Aparte de @GamonalEnLucha2, también se crea un perfil de Facebook¹¹, que se recicla de la Plataforma contra el Boulevard de Gamonal. Después de las protestas, los perfiles en redes sociales creados para la ocasión siguen activos. Se mantiene una fuerte vinculación con la asamblea, con las actividades de esta y con lo que sucede en el barrio. Cada semana se organiza una asamblea a la que asiste alguien de la comisión de comunicación, que luego traslada las decisiones y debates al conjunto del grupo. Desde entonces, tanto el perfil de Twitter como el de Facebook se han seguido usando para explicar cuál es el estado de las negociaciones y la situación en el barrio, para difundir información sobre movilizaciones en Burgos y para hacer crítica política de la situación en el Estado español. Al estar gestionadas por gente distinta y sin un pro-

11. Facebook: <https://www.facebook.com/efectogamonal>

protocolo preestablecido, se utilizan estilos distintos de publicación y comunicación. En Twitter hay una importante difusión de links, con mensajes explicativos cortos. En Facebook se realiza una actividad similar, aunque a través de la repetición de un modelo de mensajes que van encabezados con las palabras #EfectoGamonal y #STOPRepresión, para dotar de sentido a la información difundida y poder vincularla así a los hechos sucedidos en Gamonal. El uso de ambas redes es de carácter informativo más que de análisis o propuestas.

B. Descripción de los casos seleccionados: organizaciones

E-Cristians

Genealogía y organización. E-Cristians nace en 2001 con el objetivo de incrementar la presencia del catolicismo y de sus valores en la vida pública y en las instituciones. La organización la inician cinco personas en Cataluña, agrupadas en torno a la figura de Josep Miró y Ardévol, exmiembro de Unió Democràtica. Posteriormente la organización se ha extendido también a otras partes del país, sobre todo a través de su dimensión virtual, ya que tienen un *blog*¹² —de amplia difusión— y utilizan profusamente distintas redes sociales¹³. También emiten una alerta semanal y un boletín informativo sobre actualidad con análisis y denuncias de situaciones relacionadas con la actualidad. Finalmente, tienen asociado el periódico *online Forum Libertas*¹⁴, con aproximadamente 22.000 visitas diarias, que mantiene un carácter independiente. Desde su nacimiento, E-Cristians ha realizado distintas tareas de difusión, comunicación, y también organización de actividades y acciones de todo tipo: manifestaciones, comedores, recogida de firmas o debates. La organización está constituida como asociación y mantiene una estructura de decisión de corte clásico, determinada por el modelo de la propia asociación.

Uso de la Red. El uso de la Red que realiza E-Cristians es en gran medida informativo. Tanto en Facebook como en Twitter tienen comunidades relativamente reducidas y con las que se genera poca interactividad. Se difunden mensajes cortos, normalmente a modo de titular, con enlaces a otras páginas o imágenes. Cuando se realiza una acción también recurren a las llamadas telefónicas a los socios, puesto que esto les permite un tipo de relación y contacto más directos.

ANJI

Genealogía y organización. En la primavera de 2011 nace la Assemblée Nacional Catalana (ANC), con el objetivo de crear una organización que trabaje para conseguir la independencia de Cataluña respecto al Estado español. En el texto de la declaración fundacional de la ANC¹⁵ se pueden leer sus fundamentos y objetivos; los principales son: (1) Recuperar la independencia

12. Blog: <http://www.e-cristians.net/>

13. Facebook: <https://www.facebook.com/ECristians> Twitter: <https://twitter.com/ECristians1>

14. Web Forum Libertas: <http://www.forumlibertas.com/>

15. Declaración fundacional ANC: <https://assemblea.cat/?q=node/31>

política de Cataluña. (2) Acceder a la independencia mediante el ejercicio del derecho de autodeterminación nacional. (3) Formar una mayoría en el Parlament de Catalunya con el objetivo de organizar un plebiscito de autodeterminación nacional. (4) Renegociar la permanencia en la Unión Europea.

Actualmente, la ANC ha tenido un enorme crecimiento, y cuenta con más de cincuenta nodos territoriales¹⁶ y setenta nodos sectoriales¹⁷. Este enorme crecimiento se debe en gran medida al contexto de auge del nacionalismo catalán, propiciado por la importante manifestación nacionalista del 11 de septiembre de 2012, a partir de la cual la cuestión nacionalista e independentista se pone en el centro de la agenda y la opinión públicas. Esto implica un crecimiento exponencial tanto de la ANC como de la cuestión nacionalista dentro de gran parte de las organizaciones y colectivos de todo tipo que se encuentran en el territorio catalán.

La ANC está organizada de forma descentralizada, y las formas de decisión son asamblearias. No obstante, consta de un coordinador nacional, un secretario nacional y un tesorero, que son elegidos a través de la votación de los miembros de la asamblea. También hay otras cuatro personas elegidas mediante votación, que son las responsables de los trabajos sectoriales. La ANC consta de un plenario presencial anual en el que se discuten las líneas generales de la asamblea.

La sección joven de la Asamblea Nacional Catalana nace como una sectorial de la ANC a principios del 2012, y actualmente cuenta con más de cincuenta nodos territoriales¹⁸ en todo el territorio de los “Països Catalans”, en los que hay aproximadamente unos doscientos jóvenes directamente implicados. De esta forma, la ANJI tiene una estructura distribuida con mayor presencia en algunas ciudades de más importancia. La horquilla de edad para participar en la ANJI va de los 14 a los 30 años; se permite la participación, aunque no el voto, a mayores de 30 años.

Uso de la Red. Para la ANJI, el uso de Facebook¹⁹ y Twitter²⁰ es muy importante, puesto que permite difundir convocatorias, informar sobre aspectos vinculados a las líneas generales de la ANC y generar interactividad con otros usuarios. La ANJI se preocupa de tener una presencia firme y sostenida en las redes sociales, produciendo contenidos a diario. Por otro lado, se está realizando una página web específica de la sección, que estará disponible en breve.

16. Nodos territoriales ANC: <https://assemblea.cat/?q=territorials>

17. Nodos sectoriales ANC: <https://assemblea.cat/?q=assemblees-sectorials>

18. Aquí se pueden consultar los principales nodos territoriales: <https://assemblea.cat/?q=node/4484>

19. Facebook ANJI: <https://www.facebook.com/ANJLANC>

20. Twitter ANJI: <https://twitter.com/ANJLANC>

Unión Interinstitutos de Madrid

Genealogía y organización. La Unión Interinstitutos de Madrid nace en un contexto de recortes y privatización acelerada de la educación pública, concretamente en el marco de la Educación Secundaria. Al inicio del curso académico 2011-2012, debido a la situación de precarización de los centros de educación pública, se decide iniciar un proceso de coordinación y organización entre los estudiantes de los distintos institutos de Madrid. Al mismo tiempo y por las mismas razones, nace la Marea Verde, que tiene como objetivo generar un proceso de agregación entre el conjunto de la comunidad educativa. Es importante destacar que tanto la Unión Interinstitutos como la Marea Verde nacen en el contexto de la emergencia del 15-M como proceso masivo de politización, y no sería posible entender estas formas de agregación en los centros de educación sin tener en cuenta las movilizaciones masivas que se sucedían desde mayo del mismo año en todo el país. A la primera asamblea²¹ acuden estudiantes de Secundaria de dieciséis institutos de Madrid.

Desde entonces, la red ha seguido creciendo y se ha ido componiendo con otros espacios, como la citada Marea Verde, y actualmente es el principal espacio de organización de los estudiantes de secundaria. A través de la Unión Interinstitutos se han organizado importantes huelgas de educación, como las del 22 de mayo de 2012 o la del 24 de octubre de 2013, así como multitudinarias manifestaciones. En la Unión Interinstitutos se realizan asambleas periódicas, a las que acuden uno o dos delegados de cada instituto, que luego llevan las propuestas de nuevo a las asambleas de cada centro con el objetivo de discutir las y hacer propuestas conjuntas.

Uso de la Red. El colectivo tiene un grupo específico encargado de la comunicación que se ocupa de la difusión a través de redes sociales, como Facebook²² y Twitter²³. No obstante, el perfil de Facebook se encuentra actualmente en desuso, desde la huelga y la manifestación masivas del 24 de octubre de 2013. Con Twitter se mantiene una comunicación más constante, aunque dilatada en el tiempo y concentrada en acontecimientos importantes (cuando hay manifestaciones o protestas).

A través de las redes no sólo se difunden contenidos relativos a su ámbito de actuación sino también en términos más generales vinculadas al conjunto de protestas que se dan en el Estado español, a la “crisis de la democracia” y la desposesión de derechos sociales. El uso de la comunicación tiene un carácter básicamente informativo, aunque también se difunden mensajes con un tono más emotivo y personal. Además, mantienen un *blog*²⁴, en el que publican declaraciones, memes e información sobre acontecimientos políticos relevantes.

21. Acta de la primera asamblea de la Unión Interinstitutos: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/2011/10/acta-de-la-primerasamblea.html>

22. Facebook Unión Interinstitutos: <https://www.facebook.com/pages/Un%C3%B3n-Interinstitutos-Madrid/207944149277605>

23. Twitter Unión Interinstitutos: <https://twitter.com/Interinstitutos>

24. Blog Unión Interinstitutos: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/>

Juventud Sin Futuro

Genealogía y organización. Juventud Sin Futuro nace en septiembre de 2010 a partir de una red estudiantil que se había formado desde el colectivo universitario Contrapoder. Su origen está muy relacionado con el ciclo de luchas contra el Plan Bolonia, en el contexto de las grandes protestas estudiantiles que tuvieron lugar durante aquel otoño en Italia, Francia y Reino Unido, y sobre todo con la convocatoria de Geração a Rasca (Generación Precaria) que se tuvo lugar en Portugal el 12 de marzo de 2011.

Juventud Sin Futuro nace con el objetivo de ir más allá del ámbito universitario y apelar a la juventud en general, así como al junto de problemas específicos de este segmento social. El 7 de abril de 2011 se realiza la primera acción, una manifestación en Madrid bajo el lema “Sin casa, sin curro, sin miedo”, que desborda las expectativas de los convocantes, y que implica un proceso de apertura y reorganización del colectivo. Desde entonces se han realizado distintas campañas como el “No nos vamos, nos echan”²⁵ o “Madrid no es ciudad para jóvenes”. La campaña “No nos vamos, nos echan” se realizó durante la primavera de 2013. El objetivo era denunciar que lo que el gobierno del Partido Popular denomina “movilidad exterior” esconde en realidad una nueva oleada de exilio económico de una generación precarizada que no encuentra su medio de vida en el Estado español, debido a las altas tasas de paro, a la precariedad y a las dificultades de acceso a la renta y a los derechos sociales. De esta forma, a través de una campaña *online* con base en la página web antes citada, se convocaron un conjunto de manifestaciones distribuidas por todo el planeta, organizadas por jóvenes españoles en el exilio. El 7 de abril de 2013 se sucedieron centenares de protestas y manifestaciones, principalmente en Europa pero también en otras partes del mundo, donde se denunciaban las condiciones de exilio y precariedad de los centenares de miles de españoles exiliados. A su vez, este acontecimiento provoca el surgimiento de la Marea Granate²⁶, un proceso de articulación y coordinación de los españoles exiliados, que no sólo denuncia su situación sino también las condiciones políticas del Estado español. De esta forma, la Marea Granate ha ido cobrando autonomía y se ha convertido en un proceso aparte, nacido de la campaña de Juventud Sin Futuro.

Actualmente el colectivo está desarrollando la campaña “Madrid no es ciudad para jóvenes”²⁷, con página web propia. Mediante esta campaña se pretende reivindicar el derecho a la ciudad como un conjunto de garantías para que la población, y en concreto la juventud, puedan acceder a una vida digna en el contexto de las grandes metrópolis. En la campaña se habla específicamente de cinco aspectos: el trabajo, la vivienda, los servicios públicos, el transporte y el ocio. El 7 de abril de 2014 se realizó una acción mediática para dar inicio a la campaña, que tendrá una duración de varios meses.

25. Web de “No nos vamos, nos echan” <http://www.nonosvamosnosechan.net/>

26. Marea Granate: <http://mareagranate.org/>

27. Explicación de la campaña “Madrid no es ciudad para jóvenes” en la web de Juventud Sin Futuro <http://juventudsinfuturo.net/madrid-es-ciudad-para-jovenes/> y web de la campaña: <http://www.noesciudadparajovenes.com/>

En el Estado español, Juventud Sin Futuro se encuentra solamente en Madrid, si bien durante la primavera de 2013 aparecieron temporalmente algunos nodos en ciudades como Barcelona y Zaragoza. Realizan reuniones presenciales semanales, a las que acuden aproximadamente 30 personas, y que son el principal espacio de discusión y de toma de decisiones.

Uso de la Red. Juventud Sin Futuro ha hecho desde el inicio un uso muy innovador tanto de Internet como de las redes sociales, y ha considerado estos canales como herramientas fundamentales para su propia organización y existencia como colectivo. Su apuesta deriva sobre todo del hecho de entender la importancia que tienen estos canales para la gente joven, a la que quieren apelar. Este hecho se hace patente también en los contenidos que publican que huyen del tipo de lenguaje de las organizaciones políticas convencionales y de la vieja izquierda. Tanto en Facebook²⁸ como en Twitter²⁹ tienen comunidades muy amplias (110.000 “me gusta” y 70.000 seguidores, respectivamente), lo que les permite una alta difusión de los contenidos.

Las campañas que realizan son diseñadas específicamente para ser desarrolladas a través de estas redes, con las que tienen una comunidad muy entregada y niveles muy altos de interacción. Para la gestión de las redes tienen un equipo específico, que se coordina en momentos concretos de lanzamiento de una campaña o una acción. Mediante Facebook y Twitter no sólo desarrollan una tarea informativa, sino también de *guerrilla de la comunicación*, con una fuerte presencia e insistencia alrededor de los acontecimientos políticos que surgen a diario en el Estado español, especialmente los vinculados con la falta de democracia, la corrupción, los derechos sociales, la precariedad, o los aspectos que conciernen a la situación de los jóvenes. Juventud sin Futuro ha apostado desde el inicio por el uso táctico de los medios de comunicación de masas. Desde su punto de vista es un espacio más a través del cual ocupar la esfera pública y consideran que, combinado con las redes sociales, puede incrementar mucho la difusión y expansión del colectivo.

C. Algunas consideraciones sobre el concepto de organización. Sistema-red 15-M y organizaciones latentes

Entendemos las Nuevas Organizaciones Políticas como “formas híbridas entre organización y movimiento social, entre organización masiva de protesta y grupo activista de base, que no sólo orientan su acción en relación a sus oponentes sino hacia el conjunto de la sociedad” (Parés, 2014: 32)³⁰. En nuestro caso, hemos optado por la denominación de organizaciones políticas no convencionales (OPNC).

28. Facebook de Juventud Sin Futuro: <https://www.facebook.com/juventudsinfuturo?fref=ts>

29. Twitter de Juventud Sin Futuro: <https://twitter.com/juventudsin>

30. También se recoge la propuesta de Mir (2013) de utilizar el concepto Colectivo de Organización Política Autoinstituido (COPA), “argumentando que las ‘nuevas’ formas de participación política juvenil no convencional utilizan herramientas y repertorios de los movimientos tradicionales. Lo nuevo, en todo caso, es el momento que les ha tocado vivir, lo que supone una oportunidad para recombinar recursos y métodos de una manera original. Los factores que definirían a los COPA serían su carácter colectivo (proyectos grupales en beneficio de aquello que consideran común), su dimensión organizativa (estable e incluyente), su orientación política (generando procesos de gestión creativa de la propia existencia cotidiana) y su naturaleza autoconstituida (siendo proyectos de emancipación, de recuperación e institución de normas ajustadas a la propia experiencia)” (Parés, 2014: 32).

En la elaboración del “mapa” de OPNC y de su presencia en Internet, hemos podido comprobar cómo muchas de las organizaciones que se podían identificar en base a un rastreo por su impacto en redes sociales y por el desarrollo de sus herramientas comunicativas tenían poco que ver unas con otras. Es decir, que las formas que asumen estas organizaciones es plural y en ocasiones difícil de rastrear o fijar en categorías: desde agrupaciones estables con sede física y reuniones presenciales —pero también sin ellas con trabajo únicamente a través de la Red—; plataformas o coordinadoras de organizaciones más o menos estables, de carácter local e incluso internacional —de la Unión Interinstitutos a la Marea Granate—; proyectos comunicativos en los que participan uno o varios colectivos que funcionan a la manera de campañas —#NoLesVotes, #ToqueABankia—; nombres múltiples con capacidad de coordinarse, en ocasiones, pero cuya identidad puede ser asumida por cualquiera —Anonymous—; formas de organización que se mantienen y se dan a conocer únicamente través de listas de mensajería múltiple —WhatsApp o Telegram— sostenidas en redes de afinidad, etc. Todas responden a nuevas formas organizativas que surgen o se potencian gracias a las TIC hasta el punto de que muchas serían imposibles sin la existencia y desarrollo de esas tecnologías.

Por tanto, la palabra “organización” podría resultar un tanto ambigua para referirse a determinadas prácticas, como por ejemplo aquellas que funcionan más bien como “acontecimiento” y que están basadas en formas de agregación efímeras que se gestan a través de Internet (como una *flashmob*, que es una acción en la que un gran número de desconocidos se reúnen en un lugar a partir de una convocatoria *online*). Un buen ejemplo de acontecimiento es la campaña #ToqueABankia, que ha constituido uno de los casos de análisis y que, como hemos visto, no es una organización sino una forma de “movilización distribuida” o de coordinación de grupos preexistentes, grupos de afines o ciudadanos no agregados que aprovechando las posibilidades de las TIC realizan una acción un determinado día en diferentes lugares de todo el Estado. Estas coreografías organizacionales están emparentadas con el concepto de “*swarming*” (enjambamiento) que trata de dar cuenta de la capacidad de las redes de generar coordinación en la dispersión.

Swarming

El concepto se utilizó por primera vez aplicado a la táctica militar para definir un ataque aparentemente amorfo en el que se ataca desde muchos frentes distintos pero que, en realidad, está perfectamente estructurado y coordinado (Arquilla y Rondfeldt, 2000).

Este concepto ha pasado a la literatura sobre comunicación y redes y también a la teoría de redes y sobre movimientos sociales, para definir formas de agregación dispersas. Sin embargo, ha conservado parte del lenguaje militar. Según Padilla, “el *swarming* es una forma de autoorganización en tiempo real: personas y grupos que coordinan espontáneamente sus acciones sin darse ni recibir órdenes. Se trata de un patrón de ataque: unidades dispersas de una red de pequeñas fuerzas —y quizás algunas grandes— convergen en un mismo blanco desde direcciones múltiples. El objetivo primordial consiste en mantener presión sostenida. Las redes de *swarm* deben ser capaces de unirse rápida y ágilmente contra un mismo objetivo —nodos autónomos e inteligentes— y después romperse y dispersarse, pero

quedar preparadas para reagruparse y emprender una nueva presión. Es una autoorganización en tiempo real que parece surgir de la nada, pero que es reconocible porque se mueve de una forma más o menos rítmica” (2012: 67).

Clay Shirky identifica tres requisitos para que se dé esta forma de cooperación distribuida en una acción llevada a cabo bajo esta lógica. Primero una promesa o convocatoria de acción plausible y atractiva. Una herramienta que permita la articulación y que está constituida tanto por recursos como por estrategias. Estas herramientas pueden ser *forums online*, *wikis*, *chats*, *blogs*, etc., que pueden coordinar esfuerzos a distintos niveles y escalas. Y por último, una serie de condiciones que se han de aceptar para participar en la acción. Sólo, explica Shirky, cuando se dan estos tres requisitos y funcionan para una gran cantidad de gente, se produce la cooperación bajo lógicas de *swarming* (2008).

Como explica una de las entrevistadas, sobre la acción de #ToqueABankia:

Enjambrazar es que si nosotros no tenemos una estructura vertical, como no tenemos, ni el 15-M, y tenemos una estructura horizontal, creemos que existe la oportunidad de que la gente se junte para una sola acción, como un enjambre de abejas y se disperse; pero las abejas tienen canales de comunicación para hacerlo y nosotros no sabemos como íbamos a hacer. Por eso diseñamos esa campaña comunicativa multicapas para poder enjambrazarnos.

Es decir, estas formas de organización efímera están vinculadas no sólo a herramientas comunicativas sino al propio contenido de la comunicación. La comunicación genera organización aunque sea de carácter efímero y esas formas tienen poco que ver con lo que tradicionalmente se ha entendido por organización política. Sin embargo, como explica Padilla partiendo de Shirky, la información y la comunicación por sí solas no consiguen generar estas condiciones si no hay por lo menos un “horizonte compartido y el intercambio de acontecimientos y de afectos” (Padilla, 2012: 68). El “horizonte compartido” se puede pensar desde la definición que hace Tarrow (2012) de los movimientos sociales, que de forma amplia conceptualiza como “desafíos colectivos planteados por personas que comparten objetivos comunes y solidaridad en una interacción mantenida con las élites, los oponentes y las autoridades.”

Además de estas formas diversas, en el mapa de experiencias hemos descubierto que, al menos en lo que a su presencia en la Red respecta, al número de seguidores de Twitter, Facebook y otras redes sociales, así como otros indicadores —capacidad de posicionar *trending topics*, etc.— las organizaciones o prácticas que surgen o se alimentan de procesos vinculados con el 15-M³¹

31. Entendemos el 15-M como lo que Tarrow (2012) denomina ciclo de acción colectiva: “Una fase de intensificación de los conflictos y la confrontación en el sistema social, que incluye una rápida difusión de la acción colectiva de los sectores más movilizados a los menos movilizados, un ritmo de innovación acelerado en las formas de confrontación, marcos nuevos o transformados para la acción colectiva, una combinación de participación organizada y no organizada y unas secuencias de interacción intensificada entre disidentes y autoridades.”

o que forman parte de su marco discursivo, son más numerosas en cuanto a la implicación específica y activa de los jóvenes. Podemos decir, a partir de los datos recogidos, que el vector de innovación más fuerte respecto a la tecnopolítica en nuestro país se ha dado y se está dando en estos entornos. A diferencia de los planteamientos que reducen el 15-M a un mero acontecimiento después del cual habría desaparecido como forma de hacer política, consideramos que ha producido una acumulación de saberes, relaciones sociales y cultura política que ha transformado en buena parte las formas de acción política juveniles. Muchos de los colectivos y redes, sobre todo aquellos en los que mayormente se mueven los jóvenes más interesados en política, se han transformado durante estos tres años. Algunos han desaparecido, otros han emergido en formas novedosas o se han readaptado de una u otra manera a esas nuevas formas de hacer o entender la política. El 15-M en este sentido, como “ecosistema”, no es sólo un acontecimiento sino también una condensación de experimentos tecnopolíticos que venían desarrollándose en la Red de manera minoritaria en las décadas anteriores a partir de un vínculo entre movimientos sociales y cultura *hacker* y que en la actualidad se expanden a partir de las nuevas posibilidades que ofrecen el desarrollo de las TIC y sobre todo de las redes sociales.

Respecto a otros grandes grupos ideológicos que hemos podido identificar, las organizaciones con el eje nacionalista o independentista, o espacios identitarios más clásicos —comunistas, troskistas, anarquistas, etc.— creemos que necesariamente han recibido por vías formales o informales ciertas “técnicas” aprendidas en las experiencias y prácticas tecnopolíticas gestadas en las redes: modos de hacer que han sido asimilados, resuenan o se expanden a partir de las prácticas y el sentido común que se ha generado en torno al 15-M.

Sin embargo, y de la misma manera que sucede con los partidos políticos clásicos, cuanto más identitarias, centradas y jerárquicas son estas organizaciones, más dificultades tienen para adaptarse a la lógica descentralizada y participativa de las redes y para aprovechar la potencia distribuida según las lógicas de *swarming* que hemos descrito antes u otras similares.

Pero el 15-M no sólo ha implicado una nueva concepción de la política y una nueva cultura de la organización, sino también la rearticulación de distintos colectivos y redes. Este cambio cultural y el proceso de politización de masas vinculado al 15-M han supuesto tanto la transformación de las organizaciones ya existentes como la aparición de nuevos procesos, redes y colectivos, que beben de esta cultura política. En definitiva, el 15-M ha dejado sedimentos, tanto en formas de organización como en vínculos personas y redes sociales no virtuales, que a menudo se desconocen en los análisis de la tecnopolítica y que son centrales para explicar cómo se organizan acciones de solidaridad con capacidad de reproducirse en buena parte de la geografía del Estado. Es interesante contar aquí con la definición de red social de Tarrow (2012) —que se no centra especialmente en el ámbito digital—, para quien éstas constituyen estructuras operativas que hacen posible la transformación de las acciones colectivas episódicas en movimientos sociales. Es decir, son las redes de afinidad o de confianza que se generan en los acontecimientos políticos —ese capital social que parte de las prácticas y los objetivos compartidos— la que posibilita la articulación de movimientos sociales que van más allá de las movilizaciones puntuales. Habría que añadir que son las TIC, sobre todo en el estado de desarrollo actual —y aún más con las posibilidades que proporcionan los dispositivos móviles y la conectividad constante— las

que generan o sostienen muchas de esas redes de afinidad a lo largo del tiempo y que también posibilitan su mantenimiento en territorios dispersos.

En este sentido, queremos incidir en que no hay práctica que no vaya acompañada de algún tipo de coordinación. Por ejemplo, lo que la literatura sobre el tema recoge bajo la denominación de resonancia³² y que trata de dar cuenta de los procesos de contagio del repertorio de la protesta que se dan más allá de las fronteras nacionales —como se dio en el ciclo de luchas del 2011/2012—. Aunque no se expliciten, estos vínculos entre experiencias pueden ser rastreados y explicados por vínculos directos entre activistas o convocatorias internacionales que parten de redes preexistentes o que se crean *ad hoc*. Con esto queremos poner el acento en la idea de que las prácticas gestadas en las redes virtuales se expanden fuera de las TIC en redes personales.

Como explica una de las entrevistadas:

“Ya habíamos abierto los servidores con Take The Square, tomando la plaza de Madrid pues era mucho más fácil. Todo esto estamos hablando de que es el inicio, que es cuando se decide internacionalizar el movimiento, que es cuando se convoca la llamada a ocupar las bolsas el 17 de septiembre que es cuando sale Occupy [Wall Street]”³³. Entonces todo esto fue coordinado y dinamizado a través pues de Facebook, listas de correo y Mumble, mucho Mumble, muchísimo Mumble.”

Incluso, como hemos podido comprobar en las entrevistas, lo que pueden parecer acciones “espontáneas” tienen detrás el funcionamiento de algún tipo de cooperación que acaba por ensamblarse incluso de las formas más distribuidas. Esto puede comprobarse en la producción de un *trending topic*, que aparentemente no constituye sino una tendencia momentánea, pero para la cual se ha experimentado una metodología propia que consigue dotar de visibilidad a un determinado *hashtag* para los usuarios de Twitter y por tanto, para la prensa. Durante el 15-M se ha desarrollado una forma de producir *trending topics* que implica que los organizadores contactan incluso con cuentas de Twitter de personas desconocidas a nivel personal pero que son percibidos como nodos “afines” dentro de la Red, y que colaboran en el posicionamiento del tema o *hashtag* durante el periodo deseado. Una metodología que en principio resulta opaca o que no es totalmente pública y que ejemplifica la dificultad de rastrear algunas formas organizativas en Internet con apariencia de espontáneas.

Resonancia

La noción de resonancia parte de lo que el sociólogo Erwin Goffman describió como análisis del marco, a partir del cual se describe cómo las interacciones sociales se producen dentro de marcos interpretativos concretos. A partir de esta noción, los autores David A. Snow y Robert D. Benford, en su artículo “Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization”, han trabajado el análisis del marco dentro de la sociología de los movimientos sociales,

32. Sobre este proceso ver *Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave* de Gerbaudo (2013).

33. Ver: <http://occupywallst.org>

para describir cómo éstos producen marcos de interpretación concretos, y cómo su éxito puede ser medido en función de la sincronía entre los marcos proyectados y los de los participantes. A este proceso lo llaman *frame alignment*. De esta forma, su noción de resonancia hace referencia a cómo un conjunto de marcos interpretativos se superponen, componen o vuelven complementarios. Recientemente, a partir del ciclo de movilizaciones iniciado en 2011 y donde Internet tiene un nuevo papel y una relevancia fundamental, la noción de resonancia ha sido recuperada no sólo en el campo académico, sino también en el campo activista, aunque con un sentido diferente. La noción de resonancia que ensayan autores como Paolo Gerbaudo en su artículo “Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave”, hace referencia a la gran viralidad que permite Internet, y en cómo esta viralidad permite una expansión tanto de los marcos interpretativos como de las formas de hacer y entender la política. Desde este punto de vista, la resonancia no hace simplemente referencia a relación entre marcos de interpretación sino a cómo esta relación puede multiplicarse a través de las herramientas digitales y *online* y las propias prácticas políticas.

Eras capaz de hacer un trending topic no porque @acampadasol tenga 80.000 seguidores, eras capaz de hacer un trending topic porque tenías una red de un montón de gente, sabiendo cómo se utiliza un pad, sabiendo a qué hora tengo que entrar en ese pad para elegir el hashtag, o sea ya está participando de ese hashtag, estoy discutiendo como en esa discusión, o sea como cuando sale el hashtag en un cierto modo lo siento mío, y sé que al día siguiente hasta las 11h no puedo tuitearlo porque si no, lo quemo, o sea, como que hay como una serie de normas no escritas que la gente conoce y que te permitía realmente conseguir esa difusión en red, conseguir ese alcance.

Hay que destacar también el hecho de que el entrevistado (miembro de Difusión en Red³⁴) vincula organización y emoción: “lo siento mío”. De alguna manera, estas formas organizativas, aunque no sean permanentes, también pueden generar —y se mantienen, en parte— debido a un cierto sentido de pertenencia, que en principio podría parecer una característica más propia de las organizaciones políticas de carácter más estable pero que son un ingrediente más de las posibilidades de articulación de identidades afines en la Red.

Estas redes de afinidad más o menos orgánicas constituyen lo que podríamos llamar organizaciones políticas latentes, que pueden permanecer contenidas en la forma de una herramienta de coordinación: página de Facebook, lista de correos y cada vez más, aplicaciones de mensajería instantánea para dispositivos móviles y que en principio sirven para distribuir información pero que muchas veces también son capaces de articularse para generar acontecimientos políticos.

34. Difusión en Red es un colectivo que empezó como comisión de redes de la Acampada Sol.

Claro ejemplo de ello es el caso de #EfectoGamonal, donde a través de las redes y contactos personales —que pasaban incluso por llamadas de teléfono— una miríada de colectivos y vínculos personales de todo el Estado se activaron para generar acciones de solidaridad que diesen visibilidad a las protestas que estaban teniendo lugar en Burgos. Es importante señalar que estas redes no se activan de forma espontánea sino a través de nodos, vínculos y catalizadores organizados que las rearticulan en momentos concretos. Estos nodos y vínculos pasan por perfiles de Twitter —sobre todo aquellos más activos y con mayor capacidad de influencia—; grupos de Telegram y WhatsApp de coordinación estatal; *padrs*, o vínculos personales que se han construido a lo largo de estos años desde la eclosión del 15-M. Se trata de redes tanto formales como informales, que producen vínculos tanto fuertes como débiles, pero capaces de generar organizaciones que se constituyen para conseguir un objetivo concreto: en el caso de Gamonal, la solidaridad con la movilización vecinal que pedía la paralización de las obras planeadas por el Ayuntamiento.

Al principio no había fórmula porque como son intentos espontáneos. Lo que hacemos es por un lado monitorizar y por otro lado pues eso, mucha de la gente que está capacitada que está convocando está ya en este tipo de grupos. Entonces claro, ya les conoces, son tres años de currar, ya sabes el que tiene el dedo rápido como digo yo y ya sabes que siempre hay una posibilidad de hablar con ellos como "oye, espera, estamos coordinando esto." Sin limitarles, porque es una decisión soberana, pero tratando de hacerles entender que todo eso [la coordinación] les va a dar más fuerza. [...] Cuando ya tenemos 5 o 6 ciudades que quieren salir a favor de #EfectoGamonal se habla directamente con otras asambleas o grupos que pensamos que tienen capacidad: "Oye, vamos a hacer esto ¿os animáis?" "Oye, ¿cómo lo veis?" "Pues no podemos esta semana, las siguiente podría ser por esto... ¿Sabes?" Se negocia todo un poco, pero hablando de inflarlo.

Cuando los entrevistados hablan de monitorizar se refieren a una forma de rastrear los consensos en las redes sociales y se aplica fundamentalmente a las comunidades que se generan en Twitter. Cuando Difusión en Red era la comisión de redes sociales de la Acampada Sol y se encargaba de la gestión de distintas cuentas colectivas de Twitter y Facebook —Take the Square, Toma la Plaza, Acampada Sol, etc.— el contenido que se comunicaba partía de los consensos que más o menos se podrían percibir en las asambleas y en los grupos de trabajo más estables. Posteriormente, cuando esas asambleas se convierten en asambleas de barrio o desaparecen, se empieza a percibir las redes sociales como un ógora capaz de generar ciertos consensos, casi como si el ecosistema 15-M produjese su propia asamblea virtual. Las formas de funcionamiento entonces no son necesariamente deliberativas sino más bien meritocráticas o por capacidad de influencia —una persona con muchos seguidores es un nodo que tiene la confianza de una mayor parte de la comunidad, aunque las cuestiones de legitimidad se basan también en otros parámetros como las relaciones personales, el hecho de que el tuitero verifique la información que emite, su probada solvencia, etc—. Si las personas que llevan cuentas colectivas o que quieren apoyar los acontecimientos que están teniendo lugar en Burgos necesitan saber si una determinada propuesta puede calar —o si el ecosistema 15-M está asumiendo una lucha como propia— lo que hacen es rastrear determinados *hashtag* o cuentas más influyentes y sondear a través de los gru-

pos de coordinación de WhatsApp o Telegram. Esa monitorización sirve entonces para saber cuál es el “sentir” del ecosistema sobre un determinado tema y si las acciones que se quieren impulsar tienen la posibilidad o no de generar convocatoria. Una de las entrevistadas explica cómo funciona uno de estos procesos y cómo interactúan las distintas plataformas en relación a una convocatoria:

Alguien tiene la idea, lo pone en Twitter, la gente retuitea, o lo dice en un mensaje de WhatsApp y le salen quince +1, y normalmente es muy difícil trazar quién fue que decidió convocar tal día y tal hora. Nosotros sí podemos trazarlos porque estamos en muchos grupos de WhatsApp y somos muy activos pero es irrelevante quién lo diga. Entonces lo que hacemos nosotros más bien es monitorizar, buscar qué tweet lo ha dicho y si tiene muchos retweets, empezar a medir y cuando ya vemos que ha tenido muchos retweets o muchos más unos, en el grupo de WhatsApp o lo que sea, lo empezamos a modificar...

Como se ha visto, el 15-M resultó ser un gran experimento de herramientas y modos de hacer respecto a las posibilidades de las TIC. De hecho, hay prácticas que se realizaban a modo de prueba para medir la capacidad de las distintas herramientas de coordinación. Respecto a la generación de estas redes de mensajería múltiple móvil —sobre todo las más populares, WhatsApp y Telegram— es interesante pensar su funcionamiento a partir de una experiencia que relata Marta G. Franco. En ella se eligieron, a partir de herramientas de medición desarrolladas por activistas-investigadores, las diez cuentas de Twitter más influyentes de Madrid pertenecientes al ecosistema 15-M (no con más seguidores, sino aquellas que tenían comunidades más diversas y por tanto, mayor capacidad de incidencia). Estas personas entraron a formar parte de un mismo grupo de WhatsApp. Hay que tener en cuenta que hace unos años los grupos tenían un límite de participantes que se ha ido incrementando hasta llegar a los doscientos de Telegram a día de hoy y de cincuenta para WhatsApp, pero que anteriormente el número de participantes era más limitado. Cada una de estas personas “influyentes” tenía el mandato de abrir otro grupo con otras diez personas que considerase relevantes y que, a su vez, continuarían la cadena creando sus propios grupos. De esta manera se “diseñaba” una herramienta —una red social propia basada en relaciones virtuales y/o cara a cara que involucraban redes de afinidad— para que circulase información. Así se reprodujo lo que ya sucede de manera no tan organizada cuando se viralizan convocatorias a través de la mensajería instantánea. Este primer experimento constituyó un embrión de lo que ahora son los grupos de coordinación estatal y de lo que se ha establecido como uso político de las cadenas de mensajes tanto mediante Telegram como mediante WhatsApp.

Se crearon muchos grupos, se creó esa costumbre de estar en distintos grupos para poder enlazar unos a otros y que ahora las cadenas fluyen y que tú mandas una cosa y al rato te viene de vuelta. Y que tú preguntas: “Necesito a alguien de Burgos ¿Quién es de Burgos?” Y sale alguien de Burgos en un momento. Si no en tu grupo, en el de al lado alguien pregunta y va y vuelve.

[...]

No son grupos abiertos sino grupos de afinidad y entonces muchas de estas listas siguen funcionando para tomar decisiones y otras son más de espacios de encuentro

y de afinidad. Pero sí que siguen funcionando muy bien para poner en común a gente y hay mucha capacidad de crear otras nuevas. O sea, en el momento en que una lista o un grupo de WhatsApp tiene mucho ruido, se hace otra. Y sirven, hay muchas que están apagadas, o sea que no son grupos de trabajo continuo por comisiones, pero cuando hace falta se reactivan. Pasa mucho con las de comunicación que a lo mejor día a día no están recibiendo nada, pero abdica el rey y alguien pregunta "Oye, ¿que hacemos?"

A través de estas herramientas TIC, el ecosistema 15-M también permanece vivo y puede activarse en momentos determinados para dar respuesta al contexto político:

La potencia de lo que hicimos en ese año y de lo que hemos seguido cuidando en estos tres años, es la capacidad que tenemos de organizar y de difundir información con una capacidad de respuesta grandísima de llegar a mucha gente con la estrategia, que creo que no hay ninguna estructura social en este país que lo consiga desde abajo. Evidentemente si tienes Televisión Española puedes decir lo que quieres y llegar a veinte millones de personas en un momento. Pero sin esa potencia no hay nadie que tenga esa capacidad de viralizar ideas. El 15-M tiene esa capacidad. Por ejemplo, abdica el rey y a la hora ya hay comunicadas cincuenta manifestaciones y a las cinco, ya hay, cinco horas, ya hay 140 en un listado, en un pad y memes moviéndose por WhatsApp, imágenes que se está hecho con un mismo hashtag que más o menos se convierte en el lema de la convocatoria y baja a la plaza y todo el mundo tiene carteles en los que pone referentes en vez de otro desmadre. O sea, esa capacidad de generar mensajes, memes...

Se trata, en definitiva, de la constitución de *nuevas formas de institucionalidad emergente* con límites más difusos que se recomponen de formas distintas en función del contexto. Lo que a primera vista pueden parecer acontecimientos espontáneos y sin una organización detrás se desarrollan gracias a un conjunto de sedimentos depositados, redes sociales —presenciales y virtuales— en un determinado contexto que sirve de catalizador, que hacen posible la generación de acontecimientos políticos y la articulación de nuevas formas organizativas.

Estas características de las OPNC más novedosas —redes informales, militancia online, límites organizacionales difusos, etc.— creemos que están relacionadas con las formas en las que los jóvenes se vinculan con la política hoy. Como se ha dicho, las propias posibilidades que ofrecen las TIC complican el rastreo de la pertenencia o no a un determinado grupo o colectivo. Es posible pertenecer a distintos proyectos al mismo tiempo —*multimilitancia*—; cambiar de uno a otro con facilidad o sentirse parte y "colaborar" de forma intermitente o puntual con propuestas concretas, incluso sin un compromiso específico. Desde nuestro punto de vista, la forma en la que los jóvenes se vinculan hoy con espacios políticos tiene que ver con estas formas "líquidas" de compromiso y a que, en muchas ocasiones, las identidades políticas estables han perdido peso.

Por ejemplo, las prácticas o acontecimientos de las que hemos hablado también constituyen verdaderas alternativas a las organizaciones formales, y generan identidades políticas difusas tanto en los integrantes como en las propias organizaciones. El ejemplo de People Witness sirve para

pensar esto. People Witness es una red, grupo, o simplemente acción de vigilancia de los abusos de las autoridades policiales mediante el *streaming*. En Barcelona son un colectivo de afines más parecido a un grupo activista clásico, mientras que en Madrid funcionan más bien como un *hashtag* o una práctica. Para la entrevistada de este grupo: “el concepto de People Witness es que si ahora mismo llega aquí la poli y se pone a pegar a esa mujer, que cualquiera coja un teléfono y lo dinamicé, no es más.”

Para participar en procesos de transformación social hoy no es imprescindible pertenecer orgánicamente a ninguna agrupación, sino más bien integrar alguna de las redes existentes de militancia ya sean estables o difusas. En este sentido, podemos decir que estas mutaciones han transformado también a los movimientos sociales clásicos —sin perder de vista también su gran diversidad de partida—. Más que organizaciones estables con voluntad de permanencia, muchas veces la militancia se da por “redes de afinidad”: cultural/subcultural, política difusa, temas clave, etc.

... entendiendo la política como algo más cotidiano. Quizás es más difícil la militancia en espacios para toda la vida o para toda la semana incluso, pero creo que la gente joven está mucho más politizada a cualquier escala. La gente más joven, o sea, la gente que está ahora acabando la carrera o que está en la universidad y le han subido las tasas y le han fastidiado la vida, está hablando de política todo el rato aunque no esté militando. Y pasa una cosa como lo de la abdicación [...] y es más fácil que salgan a la calle.

D. Sobre herramientas digitales y OPNC. La comunicación como organización

Las herramientas digitales más utilizadas por las OPNC analizadas son los servicios de mensajería móvil, el *e-mail* y las redes sociales —sobre todo Twitter y Facebook—. El más antiguo de todos ellos es el *e-mail*. Es habitual el uso de listas de correo que permiten incorporar a una gran cantidad de personas en una misma conversación. Sin embargo, el servicio de *e-mail* se ha mostrado poco útil para formas de comunicación más rápidas y virales. En ese sentido, tanto las redes sociales como posteriormente WhatsApp o Telegram, han sustituido algunas de las funciones del antiguo *e-mail*.

Hay que destacar también a las redes sociales como espacios sobre todo de comunicación externa —aunque no sólo, también organizan—. De esta forma, la suscripción a un canal de información —como podían ser los *newsletters* que cada vez tienen menos presencia— migra a servicios de mayor agilidad como las redes sociales. Por otra parte, Facebook también es usado por algunas organizaciones como espacio de organización interna —aunque no ha sido diseñado para ello— a través de los grupos privados ya que permiten más funciones e interacción que el servicio de *e-mail* y mayor agilidad y variedad en la interacción.

Por otro lado, los servicios de mensajería instantánea también han sustituido algunas de las funciones del *e-mail*. WhatsApp y Telegram, de aparición relativamente reciente, permiten formas de comunicación instantáneas y, por tanto, extremadamente ágiles. Estos dos servicios, como hemos visto, son utilizados en tareas de coordinación interna de ciertas organizaciones, especialmente

en lo relativo a grupos de trabajo concretos, como pueden ser los de comunicación. Telegram es usado sobre todo por organizaciones políticas no convencionales que contemplan la importancia tanto de las licencias abiertas como de la encriptación, ya que está programado con código abierto. A su vez WhatsApp y Telegram, como se ha comentado, también son usados como herramientas de comunicación externa y de difusión, ya que mediante la opción de compartir o copiar un mensaje se puede distribuir una misma información a distintos grupos de forma muy rápida. Esto permite la viralización de ciertos mensajes como pueden ser convocatorias de acciones o acontecimientos, aunque por relaciones de afinidad más fuerte que las redes sociales más utilizadas.

El uso de estas herramientas, especialmente las vinculadas a aplicaciones móviles, implica también una migración del uso del ordenador al uso de dispositivos móviles —sobre todo el *smartphone*— para la organización, lo que a su vez significa también una mayor difusión geográfica de los nodos y de las formas de organización. En el caso de #EfectoCamonal y #ToqueABankia las acciones se reconfiguran en tiempo real a partir de la comunicación de la gente que participa en éstas, y que informa de qué está sucediendo a través de canales distintos. Esta organización en tiempo real está también muy relacionada con la pérdida de definición de las fronteras entre comunicación y organización, ya que las prácticas de comunicación redefinen constantemente el acontecimiento y lo canalizan. Lo mismo ocurre con la emisión de vídeo en tiempo real, que, al mostrar en directo lo que ocurre, sirve tanto para comunicar como para rediseñar la propia acción.

Sobre el minuto a minuto en la comunicación, una de las entrevistadas explica:

Era un espacio donde nosotros reinábamos, reinábamos siempre. Como que era nuestro espacio natural, y con la naturaleza del 15-M y su ser orgánico pues era muy fácil. Porque si a mí me llaman ahora, recibo un WhatsApp sobre un desalojo en no sé dónde, pues yo te dejo aquí y tardo lo que tardo en llegar. Ya estoy viviendo en tiempo real, ya he avisado por el camino a todo el mundo, ya he ejercido toda la coordinación descentralizada y ya hay un impacto en las noticias que vamos a tener. Si trabajas para un medio [convencional], desde que se enteran... primero no les llega tan rápido como a nosotros, han tardado dos horas en enterarse, después hay una decisión jerárquica, después esta tiene que ser comunicada, después tienen que ir a pedir el material, después tiene que coger las cámaras, después tienen que coger el permiso del coche... después para cuando llegan, a lo mejor ya no hay noticia. Y de esto nos dimos cuenta desde el principio que nosotros éramos como muy buenos ahí, que había un potencial.

Según otro de los entrevistados:

Las redes sociales dan inmediatez, te lo he señalado antes como un aspecto negativo; pero también es un aspecto muy positivo, estoy hablando de cosas reales, no de supuestos: empieza a haber detenciones ilegales de activistas en su casa, ¿cómo te enteras? Pues yo me entero a través de las redes sociales. Quizás a mí personalmente, que estoy como muy metido en algunos círculos, me llega por el móvil, pero la única manera de hacerlo visible, aunque sea a un poco más de gente, es a través de las redes sociales, porque no se hace con la Ser, ni se hace con Prisa.

Para la prácticas de organización a gran escala también son de uso común los servicios de videoconferencia o de llamada múltiple como Mumble, Hangout o Skype. Estas herramientas permiten ahorrar costes de desplazamiento —de tiempo y económicos— y permiten agilizar el crecimiento de las OPNC. En este sentido, han sido fundamentales para la extensión territorial de organizaciones como la Marea Granate, o de la Asamblea Nacional Catalana/ANJl. Como se ha apuntado anteriormente, estas herramientas no sustituyen el encuentro presencial siempre y cuando esto sea posible, sino que permiten multiplicar los encuentros o la participación de gente que no puede desplazarse.

Finalmente es también necesario citar la centralidad cada vez mayor de las herramientas colaborativas como Pads, especialmente entre OPNC que forman parte del ecosistema 15-M. Los Pads son a un mismo tiempo una herramienta de comunicación y de organización, ya que funcionan como documento de trabajo que permite estructurar y decidir en tiempo real cuáles serán las líneas de argumentación y acción en torno a un asunto determinado. Por esta razón son también fundamentales para las prácticas de organización a gran escala.

Estas herramientas diversas han posibilitado la aparición de lo que podríamos llamar una *organización multimedia*. Esto es, formas de organización que pasan por una multiplicidad de canales de comunicación distintos que son constitutivos de la agrupación. También se constata como mediante algunos de los usos no habituales de estas herramientas (por ejemplo, cuando Facebook se utiliza para la coordinación política) se produce una reapropiación o tergiversación de la plataforma comercial. Finalmente, se puede ver cómo la frontera entre comunicación interna y externa se desdibuja. Las distintas herramientas son utilizadas para ambas funciones y, como consecuencia, las organizaciones se recomponen de formas innovadoras.

En las formas de funcionamiento de las OPNC percibimos una mutación estrechamente vinculada a las TIC y sobre todo a la emergencia de las redes sociales y sus posibilidades de usos múltiples —comunicación exterior/interior, organización/coordination—. Este nuevo papel provoca el ya mencionado efecto de pérdida de las fronteras entre comunicación y organización. Como explica Gerbaudo, “en los movimientos sociales contemporáneos el uso de los *social media* no augura el fin de la organización como tal, sino la emergencia de formas de organización ‘líquidas’. En este modelo, basado en una crítica a las formas de organización ‘sólidas’, la comunicación y la organización se convierten en prácticamente indistinguibles, y los ‘comunicadores’ de un movimiento devienen automáticamente en sus organizadores y líderes.” (2012: 135)

En la concepción de la comunicación como organización podemos distinguir dos aspectos concretos: por un lado, la comunicación como acción. Es decir, cómo la comunicación deviene a veces el eje vertebrador de la acción política como sucede en las campañas *online*. Esto también se produce en dinámicas con lógica de “enjambre” como podemos ver en las formas en las que se ocupa el espacio público en muchas de las movilizaciones. Un ejemplo claro de ello son los casos estudiados de #EfectoCamonal y #ToqueABankia: acciones que se reorganizan en tiempo real mientras están sucediendo, a partir de herramientas de comunicación. Ese aspecto de la comunicación es otro elemento a tener en cuenta para comprender qué implican los llamados procesos multicapa, y cómo se componen las ya mencionadas organizaciones multimedia, a través de herramientas y canales distintos de comunicación.

En este sentido, podemos decir que la presencia física está atravesada por las redes de comunicación. Respecto a cómo se concibe la acción política, no se puede separar la capa física de la capa informacional. Las nuevas formas de subjetivación política que se producen en las redes están muy vinculadas a los dispositivos móviles que “añaden” o suman esta capa de información interactiva a las acciones presenciales. Las acciones políticas no son sólo mediáticas y/o presenciales, tienen una tercera dimensión informacional con características de P2P o de tú a tú.

Como explica uno de los entrevistados de Juventud Sin Futuro:

Para nosotros no es diferente, nosotros no notamos una diferencia entre hoy lanzamos un hashtag y un contenido de redes y hacemos una acción; siempre acompañamos las acciones con difusión y contenido en redes, pero yo es que lo concibo igual, es que al final, puede tener más impacto, por desgracia, una cosa que haces en las redes sociales que una cosa que haces en la calle. No es por priorizar el tema virtual, pero es intentar acompañarlo, y en algunas cosas hacemos más trabajo de redes, pero en otras temáticas o en otras esferas, no hacemos trabajo de redes y vamos a lo que hay un poco más visible.

E. Nueva institucionalidad: la Red como metáfora

Uno de los ejes de esta investigación consiste en tratar de definir cómo se está produciendo nueva institucionalidad a partir de las formas organizativas que surgen de las TIC. Tanto el trabajo de diseño del mapa de OPNC, como las entrevistas en profundidad estaban encaminadas a comprender de qué manera *la Red funciona como metáfora de organización política* o cómo se valoran principios asociados a la cultura de la Red en las nuevas OPNC. Así como en qué medida están presentes las características que Pekka Himanen (2001) ha vinculado a la ética *hacker*: meritocracia, apertura, pragmatismo, transparencia, rapidez, formas de hacer basadas en el compartir, estructuras de participación distribuidas orientadas a la consecución de una misión más que a un método —*rough consensus and running code*—, rechazo a la burocratización de los procesos... Esto es central para pensar las relaciones entre Internet y política —así como sus entrecruzamientos con la cuestión de la juventud— porque “pensar la Red como espacio organizativo y de comunicación que pueda producir nuevas formas institucionales, es algo que ha acompañado su propio nacimiento y desarrollo” (Martínez, 2014: 108). La cultura de Internet en la manera que tiene de materializarse en prácticas conlleva muchos de los elementos de cómo se piensa la democracia hoy en las nuevas organizaciones políticas, y estos “modos de hacer” también están permeando incluso las organizaciones más clásicas.

Podemos decir que cada vez más el funcionamiento de los movimientos sociales vinculados a las formas de cooperación distribuida que posibilitan las TIC se activan y se modulan a partir de los códigos, protocolos y sistema de signos de la Red. De esta forma, podríamos hablar de una mirada difusa de colectivos que funciona bajo una lógica de red y que se articulan a partir de agregaciones efímeras en torno a un fin específico, y que luego se vuelven a dispersar, mutan, o quedan latentes sin necesariamente desaparecer. Los movimientos sociales se parecen de modo creciente —sobre todo en su vertiente más novedosa— al funcionamiento de la Red y la cultura a la que ha dado lugar.

La hipótesis que intentamos desarrollar aquí pasa por pensar el 15-M como *software*, es decir, intentar un acercamiento a la nueva recombinación y reinención de determinados “modos de hacer” que pueden perfilar un “estilo 15-M”: desborde, replicabilidad, postideología, articulación organizativa sobre la base del movimiento-red, estilos de comunicación, etc. En este sentido, podemos ver el 15-M como una condensación de formas políticas que ya se venían experimentando en la Red con anterioridad en anteriores ciclos de lucha como durante el Movimiento Global. El presente ciclo de acción colectiva se podría ver como una exacerbación de estas características en un contexto social favorable para llevar a cabo un experimento masivo de la política red que ya venía prefigurándose con anterioridad. Estas prácticas estaban presentes en algunas experiencias políticas de finales de la década de 1990 y los primeros años del 2000 en lo que se llamó Movimiento Global —o Antiglobalización— y que, por supuesto, partía de la cultura o contracultura *hacker*³⁵. Aquí el 15-M le debe mucho a la cultura de la Red, pero también a cierta acumulación movimentista. Como explican Sampedro y Sánchez (2011), “el 15-M llegó a las plazas por la confluencia de redes de activistas sociales muy movilizadas (al menos, el núcleo inicial) y otras redes más difusas (y extensas) generadas en ámbitos digitales.”

Estos valores son asumidos de forma bastante generalizada por las organizaciones que han estado vinculadas al 15-M y han generado una suerte de sentido común.

Como explica uno de los entrevistados:

Por muy bien que montes una manifestación, al final, cómo acababan apareciendo las cosas o cómo se montaban a nivel físico, tenían una relación muy muy directa con cómo utilizas ahí la Red: el carácter distribuido, la autonomía, los niveles de apertura, el que todo el mundo pueda participar. ... Entonces ya sea por el potencial de la Red, de las nuevas tecnologías como tal o por las dinámicas y las prácticas que conlleva su uso o el conocimiento de esas tecnologías, yo creo que hubiera sido impensable hacerlo de otra forma.

A continuación desgranamos algunas de estas características:

Formas de liderazgo: meritocracia y horizontalidad

Las formas de liderazgo y organización en las organizaciones políticas no convencionales (OPNC) difieren en muchos aspectos de las formas de liderazgo y organización de las organizaciones convencionales y de las organizaciones previas a la era digital.

Cuando se intentan tipologizar las formas de liderazgo y organización propias de las OPNC, se suele simplificar apuntando que no tienen organización ni líderes y que se trata de organizaciones horizontales. No obstante, un análisis en detalle muestra que la realidad es más compleja, y lo que se produce realmente son nuevas formas de liderazgo y organización que en mayor o menor medida integran la forma-red como su elemento característico. Frente a la supuesta horizontalidad

35. Para ello basta ver la centralidad que tuvieron esos años espacios políticos *hacktivistas* como Sindominio.net o Nodo50. Así como plataformas de contrainformación como Indymedia que formaban parte del corazón de este movimiento.

sin matices, lo que encontramos son formas distintas e híbridas de liderazgo, organización y asunción de roles. En las OPNC, la organización se vuelve flexible y difusa, toma formas distintas según el momento y los objetivos inmediatos, contempla una serie de anillos y se ramifica integrando formas distintas de participación, al tiempo que combina los lazos fuertes con una multiplicación de lazos débiles que también son fundamentales para su activación. Las formas de liderazgo no son verticales, pero sí hay ciertos nodos que tienen un papel relevante en función de objetivos concretos, de saberes prácticos y cuya autoridad se reconoce en base a una cierta noción meritocrática.

Estas formas de liderazgo son temporales, puesto que cambian según el contexto, y son distribuidas o descentralizadas. Dentro de las OPNC estos elementos se componen de formas distintas, y varían dependiendo del tipo de organización y de sus objetivos. Los ejemplos de los dos acontecimientos analizados, #EfectoGamonal y #ToqueABankia, son muy ilustrativos de estructuras de participación distribuidas entre un conjunto amplio de nodos con formas de organización difusas que cambian a medida que se desarrolla el acontecimiento.

Código abierto, transmisión de conocimiento

Muchos de los usos de las herramientas tecnológicas que se han desarrollado estos últimos años se han gestionado de manera abierta. El 15-M supone un gran experimento masivo de aprendizaje colectivo donde se acumulan una serie de saberes sobre la producción política en Internet y el trabajo en redes —gracias a los costos bajos que proporcionan las formas en que se dan muchas de las herramientas comunicativas actuales, pero también al trabajo vivo de miles de personas dedicadas a la militancia en las redes—. Este conocimiento se produce de forma colectiva según dinámicas de ensayo y error:

... ha creado mucho corpus y maneras de hacer. Han sido las propias asambleas y la acampada de Sol, porque la gente trabajaba junta no porque se decidiera. Esas maneras de hacer acaban siendo contagiosas en positivo, y por eso casi todo el 15-M tiene el mismo estilo porque trabajan juntos tanto de manera presencial como no presencial... Son más pensamientos generales que técnicas en concreto, no es decir: "pon la almohadilla aquí o pon la almohadilla acá", sino entiende que tienes que ser siempre veraz en lo que cuentas, no vale manipular, el Pad es una buena herramienta, el anonimato sirve, la horizontalidad es una herramienta muy potente... Son ese tipo de cosas las que se van transmitiendo en el hacer.

Pero como sucede en la Red, este conocimiento se multiplica o multiplica su potencia y capacidad de incidencia porque se devuelve al común y por tanto, genera dinámicas acumulativas.

Un movimiento súper orgánico y muy pilas con las ganas de aprender y superar. Y con una compartición de la información, sobre todo del aprendizaje muy bestial ¿no? Por eso a día de hoy, todos nosotros somos unos expertos community manager del copón, y sabemos muchísimo de comunicación por todo el aprendizaje. No sólo porque han sido tres años muy intensivos, de 16 a 18 horas delante de la pantalla, sino que, a parte de lo que tú experimentabas, tenías una tropa de gente haciendo lo mismo, entonces el avance de aprendizaje a mi juicio fue muy bestial.

De hecho, la mejor prueba de que se generan “expertos” en los movimientos sociales vinculados sobre todo al 15-M, es que algunos de ellos son solicitados para realizar pruebas de *beta testing*, que es la manera en que las empresas de desarrollo de *software* prueban las aplicaciones nuevas. Es el caso de Susana Sanz, quien en la entrevista que mantuvimos con ella, nos comentó que había participado en *beta testing* de aplicaciones como Hotsuite o SocialBro.

Si la cultura de Internet y la ética *hacker* pregonan la necesidad de compartir el conocimiento, las personas involucradas en tareas de comunicación durante el 15-M se dedican, como parte importante de su militancia y compromiso, a dar talleres de formación.

Como explica una de las entrevistadas:

Durante, el año del 15-M cambiamos totalmente la manera de usar las redes sociales en este país y además eso es lo que hace que sea un poco distinta a como se utilizan en otros países y luego, como hemos sido muy transparentes en la forma en las que las usamos, esas técnicas están siendo usadas cada vez más por partidos políticos, por empresas.

A ese respecto, tareas de formación en *community managing* y las tareas de comunicación se convierten en elementos centrales para distribuir el poder dentro de las organizaciones. Compartir la *expertise* y traducir el conocimiento tácito en explícito es uno de los retos para superar lo que podría llamarse la brecha digital de participación, la división entre quienes están altamente alfabetizados digitalmente y dominan el uso de Internet y las redes sociales, y quienes no lo están. Esta es también una brecha que posee un componente etario, puesto que quienes tienen entre 20 y 35 años acostumbran a tener mayores conocimientos del mundo digital que quienes están por debajo o por encima de esta franja de edad. (Es interesante a este respecto el caso del barrio de Gamonal en Burgos, donde algunas las personas que acudieron en soporte a las protestas ofrecieron talleres de redes para niños —de 10 a 14 años— y también para personas mayores.) Además, esta transmisión de conocimientos constituye una herramienta fundamental para descentralizar las tareas comunicativas militantes.

Nosotros vamos, te enseñamos y estamos acompañándote, pero tienes que empoderarte tú. Yo ya estoy empoderada, no sirve de nada que yo siga creciendo sola si tú sabes. La idea es que esto se replicara y que todos fuéramos igual de válidos en términos de comunicación online.

En este sentido, el conocimiento es técnico, del uso de las herramientas —redes sociales, *streaming*, *blogs*, etc.—, pero también de contenidos —cómo realizar una campaña comunicativa, como viralizar el contenido de las mismas—. Las personas que han tenido roles centrales en la gestión de determinadas TIC dentro del ecosistema 15-M (Susana Sanz como *streamer* o los miembros de Difusión en Red como *community managers*) se dedican habitualmente a proporcionar formación a activistas o ciudadanos movilizados. Esto sucedió por ejemplo con los yayoflautas en Madrid y Barcelona, pero también con integrantes de la Marea Blanca o con los protagonistas de encierros en hospitales como el de la Fundación Jiménez Díaz de Madrid.

Sin embargo, este conocimiento adquirido en las tareas militantes también ha constituido una vía de profesionalización:

Yo por ejemplo, los cursos que hago, son para asambleas o grupos así los hago gratuitos, yo no los voy a cobrar, porque ese aprendizaje es colectivo, es una forma de devolver todo lo que nosotros aprendimos; pero si por ejemplo, me lo piden Amnistía Internacional o Greenpeace o algún otro centro así, que sí que nos lo han pedido y les hemos dado una formación, se lo hemos cobrado.

También es el caso de algunos de los integrantes del grupo de redes de las movilizaciones de Sol —Difusión en Red— que hora tienen una cooperativa que ofrece este tipo de servicios de formación en redes llamada Catorce.cc.

Forks y replicabilidad

Fork —bifurcación— es un término que proviene del ámbito del desarrollo de *software* y se refiere a la creación de un proyecto en una dirección distinta de la principal u oficial tomando el código fuente del proyecto ya existente. Este concepto también se usa para representar la ramificación de cualquier trabajo.

El término ha pasado al lenguaje habitual de los movimientos sociales y se utiliza para explicar que una organización proviene de otra o parte de una escisión. En las OPNC que provienen del entorno del 15-M esto no se ve como un problema sino que se alienta y se contempla como un éxito del propio proyecto. Es la forma en la que se replicó la acampada de Sol, de manera que se reprodujo en distintas ciudades españolas e incluso en otros países.

En cuanto a las organizaciones, esto ha sucedido con experiencias como los yayoflautas que primero surgieron en Barcelona y luego en Madrid, o con experiencias como People Witness.

En relación a este concepto, podemos incidir en la experiencia de la campaña de Juventud Sin Futuro relatada antes: “No nos vamos, nos echan”. Esta campaña se centró en visibilizar y situar en la agendas mediática y política la experiencia de los jóvenes que están emigrando como consecuencia de la crisis. Quienes la organizaron la consideran un éxito por su capacidad de impacto mediático, y por cómo algunos partidos han recogido el problema para situarlo como uno de sus *issues*. Pero sobre todo, porque consiguió generar una identidad en los jóvenes emigrados que tuvo como consecuencia su propia movilización política. La consecuencia de la campaña es que surgieron nodos en diferentes ciudades europeas. Como explica uno de los entrevistados de Juventud Sin Futuro:

Nosotros no queremos acaparar todo lo que sale de nosotros, de hecho cuando una cosa te sale bien es cuando te desborda, al menos así lo entendemos desde Juventud Sin Futuro... No queríamos que fueran nodos de Juventud Sin Futuro porque nosotros sacamos la campaña como una cosa mucho más abierta... queríamos que fueran nodos de “No nos vamos, nos echan”. La gente que ya estaba fuera y se organizaba, eso fue un caos, porque nosotros somos un colectivo de 40 personas que

no tenemos capacidad para gestionar 70 nodos alrededor del mundo y ahí lo que se crearon fueron grupos de Facebook abiertos, en los que cada persona se podía meter, en plan: “¿Tú eres un español que te has tenido que ir a Berlín? Métete en este grupo que uno, vas a conocer a otros españoles que están en Berlín; dos, a lo mejor hacéis algo para denunciar la situación que tenéis.” Se crearon grupos de WhatsApp en los que había una persona de Juventud Sin Futuro desde Madrid y una persona de cada nodo, de Berlín, de Viena, de Montevideo, de Vietnam... o sea, una cosa loca, y luego había listas de correo internas (cada nodo tiene su lista de correo) y a día de hoy ya se ha conformado la Marea Granate, que ya funciona de manera completamente autónoma de Juventud Sin Futuro.

Podemos decir que, en momentos de condensación del descontento y de efervescencia social debido al ciclo movimentista que arranca en 2011, la acumulación de posibilidades de coordinación gracias a las TIC, tiene como consecuencia que campañas de comunicación puedan cuajar en organizaciones. Así, de la campaña surgieron nodos que acabaron coordinándose en la Marea Granate que agrupa a los “exiliados económicos” como ellos se denominan, de diferentes países del mundo. Pero las mutaciones han continuado. En el caso de Alemania, por ejemplo, el nodo de la Marea Granate ha generado a su vez otro *fork*: el Grupo de Acción Sindical (GAS), una plataforma pensada para servir de conexión entre los trabajadores inmigrantes españoles que sufren abusos laborales y los sindicatos alemanes.

De hecho, algunos de esos nodos de la Marea Granate, o una parte, han acabado constituyendo círculos del partido de nueva creación Podemos —una de las articulaciones territoriales de este partido de nuevo cuño—. Primero, porque el tema, como hemos dicho, se ha posicionado en la agenda de algunos partidos, pero también por los estrechos lazos personales y de militancia entre Podemos y Juventud Sin Futuro.

Diría que está la Marea Granate que funciona con sus ritmos, y los partidos o las herramientas institucionales, por hablar de Izquierda Unida o de Podemos, entienden que el exilio es una baza a jugar, es una realidad que tienen miles de jóvenes, y ahora en algunas ciudades los nodos de Marea Granate se están convirtiendo en el círculo Podemos Montevideo y en otros, está el Círculo Podemos París y la Marea Granate París, y hay gente que va a militar en los dos sitios, hay gente que nunca se acercó a la Marea Granate y se acerca a Podemos y hay gente a la que no le gusta Podemos y que se va a quedar en la Marea Granate. Diferentes herramientas.

F. Apertura y organización

Hay una clara insistencia en los entrevistados, cuyas experiencias pasan por el entorno 15-M, en reafirmar el grado de apertura política de las experiencias, la voluntad de dirigirse a cualquiera, el establecer discursos y protocolos claros e inclusivos que permitan la participación. Así como la superación de cierta identidad resistencialista de ciclos anteriores de movilización. Sin embargo, podemos decir que estos intentos de apertura discursiva y simbólica se encuentran ya anteriormente al 15-M, si bien no de manera masiva, en experiencias como ciertos centros sociales de

nuevo cuño (Patio Maravillas en Madrid, la Casa Invisible de Málaga, el Ateneu Candela de Terrassa) o movilizaciones como “V de Vivienda” que tuvo lugar en varias ciudades del Estado.

En el caso de Juventud sin Futuro, que también surge un poco antes del 15-M, la constitución del colectivo se hace sobre la construcción del sujeto al que se dirigen en un debate interno que ejemplifica esta tensión entre identidad activista/gente no militante:

Juventud Sin Futuro nace para dar respuesta a que entendíamos que la juventud era uno de los sectores de la población más afectados por las medidas que se estaban aprobando y no queríamos que cayera en el olvido y que solo se mantuviera la imagen esta prefabricada que teníamos de los “ni-ni”, por eso el momento de surgir, y hubo debates internos sobre si había que apelar al sujeto estudiante o al sujeto joven. Apelar al sujeto joven en la historia de los movimientos sociales en Madrid rompe un poco con la lógica [de los movimientos], porque normalmente era: “los estudiantes”, que luego podían ser del movimiento okupa, desobediencia civil, antimilitaristas, ecologistas o lo que fuera.

[...]

Y también pensábamos que había que hablar a la gente normal. Normalmente, los jóvenes movilizados hemos tendido a hablar a los ya convencidos, a los ya movilizados; desde Juventud Sin Futuro queríamos hablar precisamente a ese joven que está despolitizado o que se pensaba despolitizado o que habían conseguido, a través de 30 años de pensamiento único, que despolitizara sus aspectos vitales: de vivienda, curro, transporte... y nosotros queríamos decirle a la gente normal, al 99%, a esos jóvenes que no son activistas, que la política se hacía todos los días, que no se hacía cada cuatro años y que se podía participar de muy diversas formas en política.”

Para uno de los entrevistados, los momentos de consolidación de las organizaciones que en principio pueden tener momentos de fuerte entrada de militancia nueva, van en detrimento de esta apertura que constituye una de las improntas fuertes de las formas de hacer quincemayistas. En su caso, de comisión de comunicación de la Asamblea de Sol, Difusión en Red ha pasado a ser un grupo consolidado, e incluso ahora, una cooperativa:

Vas cogiendo identidad, al principio era como “pues soy la herramienta de comunicación de esta asamblea y vamos consultando”. Luego, pues, a media que van transcurriendo cosas o según vas difundiendo, cuando sale un tema polémico la gente te empieza a conocer. Al principio eras Jota y luego eras el de Difusión en Red. Al final, como que todo el mundo se acaba conociendo... Cuanta más identidad pillas al final más cerrado eres porque tienes más límites. Si no crees que compartes una serie de líneas con ese colectivo, igual no entras.

Esta voluntad de llegar a mayorías sociales amplias constituye una diferencia de estos nuevos movimientos sociales respecto al ciclo de lucha anterior. Para Gerbaudo, el activismo de las ocupaciones e insurrecciones del 2011 de carácter masivo contrasta con el del Movimiento Global de finales de la década de 1990 y primeros años del 2000 Para ejemplificar esta evolución, Ger-

baudo utiliza las distintas herramientas comunicativas paradigmáticas del ciclo anterior, como por ejemplo Indymedia —una página de publicación libre y no moderada pensada para movimientos sociales con un eje principal en la contrainformación— que constituyó un verdadero precedente de la publicación abierta y de los foros de comentarios. Para Gerbaudo (2012), Indymedia se pensaba como *ciberseparatismo* por su dedicación a la creación de infraestructura autónoma como una “condición que permite evitar la captura y la complicidad con el capitalismo comunicativo”. Con la evolución de las redes sociales podemos decir que la contrainformación ha perdido relevancia como función comunicativa activista. No sólo ha cambiado la Red y nuestra forma de consumir información a través de ella —las redes sociales constituyen el mejor espacio contrainformativo hoy—, también podemos decir que el 15-M ha hecho saltar el marco de interpretación dominante: hay más relatos discordantes con el hegemónico y, en general, más contestación. Discursos o informaciones que ahora podemos leer o ver en medios de comunicación tradicionales, hace una década sólo tenían difusión en espacios “alternativos”.

Dijimos vamos a estar en Twitter y eso tiene que ver con una reflexión que venía de atrás, de gente que estábamos en los movimientos haciendo nuestras propias herramientas: los Indymedia o así, que en un momento dado dijimos: a ver, la gente normal no entra aquí y vamos a dejar nuestro caparazón de activistas y vamos a trata de llegar a cualquiera. Esto es algo que vino un poquito antes del 15-M que de hecho provino de la gente que estaba en la plataforma que convocó la mani del 15-M. Allí había gente que eran activistas con un recorrido en el activismo y los movimientos autónomos y tal, y gente que no... Éramos gente que estábamos en el Patio Maravillas, éramos esa gente que veníamos de los movimientos autónomos y estábamos haciendo la reflexión de ser inclusivas y de crear centros sociales en los cuales mi madre se pueda sentir cómoda y no tenga que venir con la capucha negra... Eso vino pasando antes del 15-M y se hizo mucho más masivo, esa hipótesis de que teníamos que dejar de ser identitarias y tal, se verificó en el 15-M y muchísima más gente lo entendió.

O sea, por un lado, la función contrainformativa pierde peso, pero por otro lado la vocación de llegar al mayor número de gente tiene como consecuencia que los militantes de las OPNC asuman las plataformas comunicativas propietarias y cerradas que constituyen las redes sociales y las herramientas tecnológicas *mainstream*: Facebook, Twitter, Youtube, etc. Entonces, se da la paradoja de que, por un lado, los valores de la cultura hacker han permeado la política movimentista y nuestros conceptos de la democracia, por otra parte se ha diluido la idea-fuerza de la necesidad de plataformas independientes (*software y hardware*).

Acabo de venir de Alemania y me hacía mucha gracia que los alemanes eran: “no queremos Facebook ni Twitter” y en el 15-M decimos: “Conocemos todos los límites que tiene Facebook y Twitter y precisamente los utilizamos con inteligencia.” Es decir, hay que utilizar Facebook y Twitter como redes sociales para comunicar de cara a fuera y hay que utilizar otras maneras para comunicarse cara a adentro. Hay que defender el derecho a cifrar, pero es muy importante llegar a un público muy amplio. Entonces es, bueno, la típica controversia que tienen los movimientos sociales. Cada colectivo tiene su postura que además, tiene que replantearse día a día.

La gran mayoría de OPNC que hemos analizado usan indistintamente esas plataformas *mainstream*, y si algunas adoptaron redes sociales alternativas realizadas con código abierto (como N-1), la mayoría las ha abandonado o las usa muy poco. De hecho, las organizaciones —y sobre todo las juveniles— que tienen más impacto mediático y mayor presencia en la Red usan ampliamente las plataformas propietarias.

Estos datos se corresponden con los obtenidos en último estudio *Reuters Digital News Report 2014*³⁶ donde se recoge que los menores de 25 años ya se informan casi por igual a través de la televisión que de las redes sociales (65% frente a 62% respectivamente). Plataformas como Twitter y Facebook ya superan a los diarios impresos como primer lugar de acceso a la información. De éstas, Twitter es la que mantiene un perfil de uso más juvenil, a pesar de que su penetración en el conjunto de la población es mucho menor que el de Facebook. Para organizaciones que se piensan respecto al eje juvenil, intervenir en el espacio de la redes sociales resulta imprescindible, como en el caso de Juventud Sin Futuro.

Pensamos que las redes sociales son un nuevo espacio que se crea en esta sociedad y que los jóvenes están mayoritariamente ahí. Cuando se ha destrozado todos los espacios públicos donde los jóvenes pueden compartir nosotros entendemos que el ágora, o sea, una nueva plaza que hay para los jóvenes son las redes sociales —en la que hay muchos usos y no todo el mundo lo usa de manera militante o para marcar contenido político como nosotros—.

Respecto a los jóvenes y a la cultura *hacker*, hay que destacar que no sólo se están alfabetizando digitalmente mayoritariamente en plataformas propietarias, sino que la extensión de los dispositivos móviles —un *hardware* cada vez más cerrado— les está distanciando de las concepciones de infraestructuras abiertas que permearon gran parte de la cultura movimentista a través de la cultura *hacker* durante el ciclo anterior de luchas.

Ahora mismo la gente joven está más acostumbrada a una tableta que a un ordenador con teclado. Si tú tienes una tableta, tú no puedes ni editar en vídeo y no puedes, por supuesto, tocar el código, ni de broma. Hay otra generación que estamos entre medias que hemos visto nacer la tecnología, la hemos visto nacer tan en pañales que hemos tenido que aprender cómo se utiliza. Mucha de esa gente ha tenido incluso que aprender a tocar el código, por necesidad. Y esa generación entre medias es mucho más creativa y tiene mucha más capacidad de ser mucho más prosumidor que consumidor. Y eso era efecto del 15-M: la gente hacía vídeos, hacía powerpoints, una presentación, cualquier tipo de forma, pero producían sus propios contenidos. Si tú tienes una tableta es muy difícil que hagas tus propios contenidos y más cuando tienes un software privativo. Entonces vemos que los jóvenes están muy conectados y muy dependientes de la tecnología, pero es una tecnología que les convierte en seres pasivos.

36. Center For Internet Studies and Digital Life- School of Communication, Universidad de Navarra, *Reuters Digital News Report 2014*, <http://www.unavedu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> [Consultado a 6/6/2014].

4.3. CONCLUSIONES

En este trabajo, a la hora de rastrear las OPNC, hemos demostrado la gran diversidad de formas organizativas de las agrupaciones juveniles que presentan diferentes tensiones entre lo instituido/territorializado —más similares a las formas clásicas de agregación— y otras más fluidas relacionadas con las nuevas posibilidades que las TIC ofrecen. La muestra de casos evidencia esta diversidad, ya que recoge desde agrupaciones estables con voluntad de permanencia en el tiempo, sede física y reuniones cara a cara, como por ejemplo el sector juvenil de la ANC —federal y muy territorializado—, hasta plataformas o coordinadoras que pueden constituir organizaciones más o menos estables, de carácter local e incluso internacional (Democracia Real Ya, Marchas de la Dignidad 22-M) que se coordinan para un único evento y luego se disuelven o cuyas redes permanecen en estado latente.

En ocasiones esta coordinación puede hacerse a partir de campañas comunicativas que devienen herramienta de articulación de varios colectivos —aquí, como en otros casos, es difícil separar organización de comunicación—. Este sería el caso de #NolesVotes (movimiento organizado a través de la Red a principios del 2011 con el objetivo de detener el proyecto de la llamada Ley Sinde).

A veces, incluso la palabra organización puede resultar un tanto ambigua para referirse a determinadas prácticas que permiten las nuevas tecnologías, como por ejemplo aquellas que funcionan más bien como *acontecimiento* y que están basadas en formas de agregación efímeras que se gestan a través de Internet. El caso paradigmático sería la forma de funcionamiento de una *flash-mob* (en la que un gran número de desconocidos se reúnen en un lugar para realizar una acción puntual). Funcionamiento muy similar al de algunas campañas políticas que suceden durante un único día como en el caso de #ToqueABankia, que no concebimos como una organización, sino más bien una forma de "movilización distribuida". Estas formas de organizarse están emparentadas con el concepto de *swarming* (enjambamiento) que trata de dar cuenta de la capacidad de las redes de generar coordinación en la dispersión.

Otras formas organizativas de fronteras difusas que hemos podido descubrir son aquellas que funcionan como campañas de *guerrilla comunicativa* como el caso de Anonymous, un nombre múltiple con el que cualquiera puede firmar una acción, un vídeo o texto en la Red y que constituye un reflejo de la nueva sociedad red: la organización formal no existe —aunque siempre hay herramientas de coordinación— o es absolutamente descentralizada.

Comunicación como organización

De los casos expuestos podemos inferir que, en ocasiones, la herramienta comunicativa equivale a la propia organización, como en el caso de People Witness, quienes se dedican a la retransmisión de acciones de calle en tiempo real —*streaming*—, contra la represión a través de dispositivos móviles. People Witness está conformada por una red de personas, pero el principio es que cualquiera puede hacerlo, es una forma de acción o una práctica. En Barcelona son un colectivo de afines, pero que en Madrid funcionan como una práctica que se coordina a través de un *hashtag*.

También decimos que la herramienta es organización en el caso de lo que hemos denominado “organizaciones políticas latentes”. Es decir, aquellas redes de afinidad más o menos orgánicas sostenidas a partir de una herramienta comunicativa: página de Facebook, lista de correos y cada vez más, aplicaciones de mensajería instantánea para dispositivos móviles —WhatsApp, Telegram— que son capaces de articularse para generar acontecimientos políticos y que en general, se sostienen en redes de afinidad como las que se generaron en el 15-M. Hemos podido comprobar el funcionamiento de estas redes a partir del estudio de caso #EfectoGamonal, donde una lucha vecinal que se produjo en un barrio obrero de Burgos consiguió extenderse a todo el país con acciones de solidaridad que se replicaron en unas 40 ciudades.

Esto fue posible, como hemos comprobado, gracias a las redes que vinculan colectivos e individuos de todo el Estado —de gente que no necesariamente se conoce cara a cara— que permanecen contenidas en listas de correo o mensajería múltiple móvil y que se activaron para generar las acciones de solidaridad. Lo que a simple vista pueden parecer acontecimientos espontáneos y sin una organización detrás se desarrollan gracias a un conjunto de sedimentos depositados: redes sociales presenciales y virtuales que se pueden activar en función del contexto ante algún acontecimiento disparador.

Es importante resaltar esto, ya que a veces lo digital invisibiliza la organización existente detrás de los acontecimientos: cuando se habla de autoorganización, movilizaciones distribuidas, o formas de compromiso lábil, no debemos ocultar que detrás siempre existe algún tipo de coordinación. Lo que sucede, por ejemplo en la producción de un *trending topic* que conlleva un trabajo colectivo de muchas cuentas y personas que se coordinan para esa acción comunicativa a través de herramientas como redes sociales, *mails* y *pads*. Recordemos también que este tipo de trabajo colaborativo genera sentido de pertenencia y vinculación emocional, lo que a su vez, alienta la participación.

En ocasiones son las redes sociales las que pueden ocupar esta función de estructuración como cuando funcionan como *asamblea virtual*. Ciertos ecosistemas dentro de las redes sociales pueden ser *monitorizados* para sondear posiciones sobre un determinado tema. Así, tal y como relata Difusión en Red —gestores de cuentas colectivas durante el 15-M y posteriormente—, se pueden monitorizar o rastrear consensos en redes sociales —un ejemplo claro es Twitter— a partir de su análisis: de los mensajes emitidos por determinadas cuentas de líderes de opinión, o cuentas colectivas con capacidad de influencia, etc. Esta actividad sirve entonces para saber cuál es el “sentir” del ecosistema sobre una determinada convocatoria.

La ética hacker en relación con la organización

Una de las herramientas que hemos utilizado para afrontar el trabajo de mapeo y las entrevistas es la noción de *la Red como metáfora de organización política*. La pregunta fundamental es de qué manera los principios asociados a la cultura de la Red que proviene de la ética *hacker*, según ha sido descrita por Himanen, podrían ser identificados en las OPNC.

Lo que hemos comprobado es que la cultura de Internet tal y como se manifiesta en las prácticas políticas juveniles está vinculada en gran medida a cómo se piensa la democracia hoy en las

nuevas organizaciones políticas, en torno a valores como meritocracia, apertura, pragmatismo, transparencia, formas de hacer basadas en el compartir o la horizontalidad.

Así, las formas de liderazgo que hemos descubierto son alternativas a las de la sociedad mediática y están basadas en la meritocracia y la horizontalidad. Si en las OPNC la organización es flexible, los liderazgos también. Aunque sin duda esto puede estar cambiando ya que nos encontramos en un momento de transición a partir de la irrupción de apuestas electorales que parten de los movimientos como son Podemos y Ganemos.

También encontramos en estas organizaciones y en sus protagonistas una apuesta clara por la transmisión del conocimiento y la inclusión de una cierta cultura del código abierto y de la cultura libre, tanto de los contenidos como de los procedimientos. En este sentido, el 15-M como experimento tecnopolítico genera dinámicas de acumulación y diseminación del conocimiento que son asumidas por las OPNC. Este conocimiento acumulado, unos años después del 15-M, ha provocado una cierta profesionalización de algunos de los protagonistas de las movilizaciones más activos en las redes. Pero también, debido a la centralidad social de que ha disfrutado el 15-M, la asunción de los valores de la cultura hacker se han diseminado y popularizado no sólo entre núcleos activistas, sino también en otras organizaciones.

Esta flexibilidad adopta también la forma de la replicabilidad tanto de las formas organizativas como de la posibilidad de que de una surjan otras —un *fork*, en terminología del *software* libre—. En las OPNC que provienen del entorno del 15-M esto no se ve como un problema sino que se alienta y se contempla como un éxito del propio proyecto, como hemos visto en el caso de Juventud Sin Futuro y la creación de la Marea Granate, en la circulación de logos y nombres, la creación de versiones locales de grupos y experiencias que provienen de otros lugares, etc.

Por último, la voluntad de apertura, inclusividad y diseminación de contenidos y conocimiento conlleva la paradoja de asumir plataformas comunicativas propietarias. Facebook, Twitter, Youtube y otras son utilizadas por las OPNC con menos reparos que en el ciclo de lucha anterior con el objetivo manifiesto de “llegar a más gente” o a “gente de todo tipo”. Por lo que nos encontramos con la paradoja de que, por un lado, los valores de la cultura *hacker* han permeado la política movimentista y nuestros conceptos de la democracia, y sin embargo se ha ido perdiendo la exigencia de comunicar a través de plataformas independientes o de adoptar *software* y *hardware* libres.

¿Qué tienen que ver las formas organizativas estudiadas y la cultura de la Red con la manera en que se vinculan los jóvenes a la política hoy? Hemos comprobado que las características más novedosas de las OPNC —redes informales o latentes, militancia *online*, límites organizacionales difusos, etc.— implican mayores posibilidades de participación política para los jóvenes.

Por un lado, la apertura e inclusividad —que hemos analizado como rasgos provenientes de la cultura de la Red— permiten a estos jóvenes participar más fácilmente debido a las nuevas formas líquidas de compromiso. Esto es así en parte por la cantidad de funciones que se pueden desempeñar en organizaciones o acontecimientos que tienen su eje en la comunicación. La falta de jerarquías claras o el nivel bajo de compromiso exigido por agrupaciones de carácter efímero hacen

más sencilla la participación. Es más fácil entrar y salir de la militancia. Es posible pertenecer a distintos proyectos al mismo tiempo —multimilitancia—, cambiar de uno a otro con facilidad o sentirse parte y “colaborar” de forma intermitente o puntual con propuestas concretas que, además, en sus formas más novedosas, no exigen expresiones identitarias fuertes y compromisos inalienables.

Coda: nueva institucionalidad y nueva coyuntura

En la presente investigación hemos demostrado que muchas de las organizaciones juveniles, sobre todo las que hacen un uso más intensivo e innovador de las TIC están vinculadas o forman parte de lo que hemos llamado “ecosistema 15-M” donde se ha producido una acumulación de saberes, relaciones sociales y cultura política que ha transformado en buena parte las formas de acción política de los jóvenes. Hoy, a tres años del 15-M podemos identificar una mutación del contexto social-comunicativo que ha devenido en una cierta crisis de las formas de representación tradicionales.

Por un lado, parte de esa energía movilizada se ha transformado en nuevas OPNC como asambleas de barrio que todavía siguen activas en muchos lugares del Estado —sobre todo en Madrid— y otras organizaciones que ya existían se han visto reforzadas, como en el caso de la PAH. Por otro, como hemos visto en el presente informe, han quedado redes latentes que se activan en momentos concretos cuando el contexto así lo demanda y que se reproducen unas ciertas condiciones. La existencia de las llamadas “organizaciones latentes” implica que determinados acontecimientos pueden reactivar las redes existentes generando procesos de solidaridad a escala estatal, como en el caso de Gamonal (#EfectoGamonal) o como podemos ver en las acciones de solidaridad con el Centro Social Can Vies, derribado hace poco en Barcelona.

En los últimos años también se ha generado un saber técnico y de funcionamiento sobre redes sociales y herramientas comunicativas y digitales que, por un lado, ha sido reconducido al ámbito comercial, por otro se transmite constantemente no sólo entre núcleos activistas sino también hacia otras organizaciones, según la filosofía *hacker* y la cultura de Internet de la libre circulación del conocimiento.

Por otra parte, están apareciendo organizaciones nuevas como la Asamblea Nacional Catalana con reivindicaciones clásicas y una identidad fuerte, como puede ser la que proporcionan las demandas de independencia, pero con estructuras de organización y un uso de las TIC muy parecido al de cualquier movimiento social —extensión por nodos, comisiones sectoriales, asambleas presenciales y virtuales, etc—. Formas híbridas que se mueven entre lo institucional y lo ciudadano, que interpelan fuertemente a las instituciones estatales —a donde se dirigen fundamentalmente sus demandas— pero que se organizan a la manera de un movimiento social más. También es el caso de organizaciones como E-Cristians, una agrupación mucho más estable que un movimiento social (con financiación, apoyo institucional y una organización con estructura de toma de decisiones bastante vertical) que funciona como *lobby* pero con herramientas de agitación social sostenidas en un uso intensivo de las TIC.

Sin embargo, frente a la lógica de apertura y agregación que muestran muchas de las OPNC, sobre todo aquellas que han adoptado las formas de hacer quincemayistas, otras organizaciones

más institucionalizadas como E-Cristians conciben la construcción de su comunidad sobre la base de una identidad sostenida en una afinidad ideológica fuerte:

En un momento hacia ciertas propuestas, entre todas unas eran contra el aborto. Entonces notaba que la reacción era negativa por parte de la comunidad, de una parte de la comunidad y entonces me di cuenta que a lo mejor lo que tenemos que hacer es eliminar esa parte de la comunidad. A lo mejor es mejor tener 30.000, en lugar de 50.000 pero que esos 30.000 formen parte de la comunidad que tú quieres crear. Entonces colgaba noticias muy fuertes con las que yo sabía iba a provocar bajas en los “me gusta” pero era lo que quería. Quiero decir, es verdad que es viral, la red social, etc. pero tú puedes construir esa comunidad y tienes que crear esa comunidad que a ti te conviene.

Frente a la voluntad de llegar a cuantos más mejor, o de hablarle a cualquiera que tienen organizaciones como Juventud Sin Futuro o más próximas al ecosistema 15-M:

En junio de 2013, hicimos un análisis, que lo veníamos haciendo desde hacía tiempo, de que somos un colectivo que habla a la gente no politizada, pero no tenemos una organización para que la gente no politizada pueda participar. Hemos estado dos años, y esto duele decirlo, pero es así, escupiendo gente, gente que se acercaba a Juventud Sin Futuro porque lo había visto en la televisión, en las redes sociales, o se lo había contado un vecino, venía y, después de dos o tres asambleas, se iba. Bueno, a lo mejor de seis o siete asambleas, pero en un par de meses se iba.

[...]

Porque teníamos unos ritmos muy altos de curro, porque no somos mucha gente. O sea, tenemos mucha más visibilidad de los que somos, y teníamos unos ritmos quizás hipermilitantes y en las asambleas teníamos este deje de militante antiguo: dábamos muchas cosas por hechas, hablábamos de otros actores sin explicar en las asambleas.

[...]

Entonces, hicimos algún cambio y ahora, en los últimos 6 meses se han incorporado como unas 15 personas que se quedan, que se sienten parte de Juventud Sin Futuro, lo sienten como propio y, de hecho, empiezan a invitar a sus amigos y a sus compañeros. Bajamos un poco el ritmo, pese a que hay muchas cosas que hacer hemos tenido que bajar un poco el ritmo, hacer mucho más accesibles las herramientas y los conocimientos y hemos pillado algunas dinámicas... para incorporar a la gente nueva.

Nuevos partidos

Si los movimientos sociales se han visto transformados en los últimos años, durante el 2014 hemos asistido al nacimiento de nuevos partidos que empiezan a ocupar un lugar visible en la vida política del Estado español. Existen partidos nuevos de carácter movimentista como la Red Ciuda-

dana Partido X, que apunta a recoger la herencia del 15-M y que se organiza de formas novedosas a partir de esos aprendizajes colectivos de los que hemos hablado.

Pero, sin duda, el caso más exitoso en cuanto a representación electoral es el de Podemos, creado cuatro meses antes de las elecciones europeas del 2014. Por ahora ha adoptado la forma de partido-movimiento: un nodo central que anima a replicar “círculos” o asambleas territoriales sin una dirección clara más que el primer mandato de constituir herramientas de discusión del programa y de agitación electoral —con fuerte acento en la expresión política de los “cualquiera”—. En este caso, un segmento importante de Juventud Sin Futuro se ha constituido en estos círculos, así como nodos de la Marea Granate más allá de las fronteras españolas. También ha habido un trasvase de militantes de una a otra organización, como en el caso de Rita Maestre, una de las entrevistadas, que ha pasado de ser una de las portavoces de JSF a formar parte del equipo de *community management* de Podemos. De hecho, como hemos visto, la multimilitancia es una característica de muchas de las nuevas OPNC:

Porque creo que todos hemos aprendido, o deberíamos haber aprendido que no hay ninguna razón para sustituir ni imponer ni transformar militancias. O sea, que hay cosas que son compatibles, que precisamente se trata de ir hacia modelos de relación política mucho mas flexibles y que nadie tiene por qué dejar su colectivo, su asociación ni su movimiento social. Pero que caben todas a la vez y no sólo caben, sino que son necesarias. Porque si dentro de tres años sólo hay círculos Podemos y no hay Marea Granate, cuando el PSOE y el PP hagan una reforma y sea imposible votar, tendrá que haber alguien ahí para hacer esa denuncia.

El punto de partida y una conexión fundamental de estos nuevos partidos-movimiento, es que asumen que su programa ya está escrito en las demandas de las movilizaciones de los últimos años.

El programa de cambio lo están poniendo encima de la mesa los movimientos sociales hace años. El programa está claro. ¿Qué piensas de la cuestión de la vivienda? Pues no sé, lo que diga la PAH. ¿Qué piensas del exilio de los jóvenes? Lo que diga la Marea Granate.

Pero también es central la cuestión de las formas organizativas experimentadas en el ciclo de luchas sociales que inicia en el 2011. Por ejemplo, como explica Rita Maestre, la forma de gestionar las redes sociales de Podemos es totalmente descentralizada y replica formas de hacer del 15-M, aunque la casi total autonomía estaba matizada por la defensa de los contenidos del programa electoral y algunas recomendaciones de estilo. Sin embargo, no se establecía el contenido de forma controlada desde la organización, sino que era asumida por voluntarios de los distintos círculos. Por lo tanto, estos nuevos dispositivos como Podemos son en gran medida experimentos organizativos que pretenden superar el modelo de partido, tanto las versiones de centralismo democrático clásicas de la izquierda como otras más centralistas. Los problemas actuales de organización de Podemos tienen que ver con la necesidad de llegar a una fase de institucionalización mayor a medida que el éxito electoral impone dinámicas de estabilización de la organización o la necesidad de gestionar tareas de mayor envergadura. La pregunta es si a medida que los

retos de Podemos se acrecienten, tendrá que ir abandonando la lógica de movimiento en favor de una lógica más de partido o de OPC. Los debates actuales respecto a la organización se enmarcan en una discusión sobre si se concibe la democracia interna como una democracia “plebiscitaria” donde todo el mundo —no sólo los militantes del partido— puede utilizar las herramientas tecnológicas para discutir y votar, o si finalmente tendrá una estructura más asamblearia articulada territorialmente donde los círculos envíen delegados a una asamblea periódica, que sería el órgano donde residiría finalmente la soberanía. Ambas formas han sido experimentadas por los movimientos sociales, aunque la primera está más marcada por el uso de las TIC y las nuevas experiencias organizativas que de ellas se derivan.

En cualquier caso, el impacto de estas transformaciones no sólo provoca la aparición de partidos nuevos, sino que también se están produciendo transformaciones en los partidos convencionales. Al menos, en una serie de medidas visibles como son la adopción de las primarias por muchos de ellos, modificaciones del discurso que hablan de renovación y asumen demandas como la transparencia o la lucha anticorrupción, y el relevo generacional de partidos como PSOE e IU. Partidos que dicen haber iniciado un proceso de renovación con la sustitución de sus líderes Alfredo Pérez Rubalcaba (63 años) y Cayo Lara (62) por otros que no llegan a los 40 o que rondan esa edad³⁷.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBS DE INTERÉS

Arquilla, J. y Ronfeld, D. (2000). *Swarming and the future of conflict*. Rand Corporation.

Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). “Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable”, en Equipo IGOPnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.

Center For Internet Studies and Digital Life (2014). *Digital News Report 2014*. Pamplona: School of Communication, Universidad de Navarra. Disponible en: <http://www.unavedu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> [consulta: 06.06.2014]

García Galera, M. y Del Hoyo Hurtado, M. (2013). *Redes sociales, un medio para la movilización juvenil*. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer34-06-garcia.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets*. Londres: Pluto Press.

37. Ver “La política salta de generación”. *El País*, 5/6/2014
http://politica.elpais.com/politica/2014/07/05/actualidad/1404591777_972344.html [consultada a 6/7/2014]

Gerbaudo, P. (2013). "Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave". *The International Spectator*. Volume 48, Issue 4, 2013: 86- 101.

Channam, J. (2012). *Digital Media in the Arab World*. Washington DC: CIMA.

Himanen, P. (2001). *The hacker ethic and the spirit of the Information Age*. Londres: Secker & Warburg.

Khamis, S. (2013). *The Role of the Media in Arab Transitions: How "Cyberactivism" is Revolutionising the Political and Communication Landscapes*. Disponible en: <http://www.iemed.org/observatori-en/arees-danalisi/arxiu-adjunts/anuari/iemed-2013/Khamis%20Media%20Arab%20Transition%20EN.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Kritzer, H. M. (1977). *A theory of unconventional political action: the dynamics of confrontation*. Disponible en: <http://users.polisci.wisc.edu/kritzer/research/Protest/HoefnagelsBook1977.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Martínez, R. (2014). "Internet y política. Política de la Red, desde la Red y para la Red", en Equipo IGO Pnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Nunes, R. (2014). *Organisation of the Organisationless: The Question of Organisation After Networks*. Londres: Mute Books.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2014). *Indicadores destacados de la sociedad de la información en España*. Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/indicadores_destacados_abril_2014.pdf [consulta: 02.04.2014]

Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet*. Madrid: Traficantes de Sueños. Disponible en: <http://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/El%20kit%20de%20la%20lucha%20en%20Internet-Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf> [consulta: 06.06.2014]

Parés, M. (2014). "Jóvenes, Internet y política: estado de la cuestión", en Equipo IGO Pnet. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Sampedro, V. y Sánchez Duarte, J. M. (2011). *La Red era la plaza*. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf> [consulta: 04.06.2014]

Sánchez-Cedillo, R. (2012). *El 15M como insurrección del cuerpo-máquina*. Disponible en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=145402> [consulta: 02.04.2014]

Sharp, G. (1988). *La lucha política no violenta*. México DF: ChileAmérica CESOC. Disponible en: <http://www.aeinstein.org/wp-content/uploads/2013/10/La-Lucha-Politica-Nonviolenta.pdf> [consulta: 02.04.2014]

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.

Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Leipzig: Duncker & Humblot.

Snow, D. A. y Benford, R. D. (1988). "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization". *International Social Movement Research*, 1: 197-219.

Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en:
http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret

VAA (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones*. Madrid: Icaria. Disponible en:
http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/Tecnopolitica,%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf
[consulta: 05.06.2014]

VAA (2013). *Juventud y redes sociales. Motivaciones y usos preferentes*. Disponible en:
www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147287.pdf [consulta: 02.04.2014]

We are social (2014). *Global digital statistics 2014*. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-around-the-world-january-2014>
[consulta: 02.04.2014]

Webs de interés

John Postill <http://johnpostill.com/>

Global Uprisings <http://www.globaluprisings.org/>

15M.cc <http://www.globaluprisings.org/>

Datanalysis15M <http://datanalysis15M.wordpress.com/>

Project Kairos <http://projectkairos.net/>

Civilsc <http://civilsc.net>

5. TENSIONES, RELACIÓN E INFLUENCIA

entre organizaciones políticas no convencionales y la política institucional

En la actualidad se da en el terreno de la política en España un doble fenómeno: por un lado, existe un sentimiento de rechazo hacia la política institucional, sus actores y sus tradicionales vías de ejercicio. Paralelamente, en especial desde 2011, hemos vivido una explosión de la política de movimiento, no institucionalizada, que ha girado en torno al sujeto político 15-M, pero que se ha manifestado a través de otras muchas organizaciones políticas no convencionales (en adelante OPNC) y acontecimientos. Estos factores no son ajenos a los jóvenes. Muy por el contrario, estos movimientos han tenido un marcado componente juvenil, así como un papel importante en la utilización de tecnologías de la comunicación.

A pesar de que ambas dimensiones de la política, la institucional y la de las OPNC, pueden demarcarse y diferenciarse fácilmente, esto no implica que no haya relaciones entre ambas, canales de comunicación, flujos de retroalimentación, tensiones o enfrentamientos. Del mismo modo, no es incompatible que una persona pueda participar al mismo tiempo en estas dos esferas. Si bien es cierto que las vías de acción y participación en la política institucional están fuertemente regladas, y que las OPNC tienden a desarrollar su actividad en otras áreas y con otro catálogo de prácticas, existe un roce permanente, una intencionalidad que se proyecta en una doble dirección, la de influir y modificar las instituciones, por parte de las OPNC, y la de controlar y regularizar a estos movimientos por parte de la política institucional.

En este capítulo se pretende, por un lado, demarcar las dos dimensiones de la política ya mencionadas, definiendo sus patrones y marcos de acción, para lograr dibujar esa zona de tensión donde ambas rozan —y en ocasiones chocan— y, por otro lado, determinar qué grado de influencia ejercen las ideas y prácticas políticas de las OPNC sobre las instituciones, sus actores, órganos y funcionamiento, y cómo reaccionan éstas, en un sentido opuesto.

Como variables transversales se tendrá siempre en cuenta el factor juventud y el elemento tecnológico.

El presente texto está compuesto por apartados cuyo contenido parte de diferentes clases de recursos y materiales por lo que, a nivel metodológico, se ha realizado una aproximación específica para cada uno.

En lo relativo a la descripción del contexto actual, se han utilizado estudios estadísticos y sondeos de opinión que reflejasen el sentimiento actual de los jóvenes en relación con la política, en ge-

neral, y con las diferentes instituciones (Congreso, Gobierno, partidos políticos, etc.) y otras expresiones políticas (como el 15-M) en particular. Estos recursos se han completado con una pluralidad de artículos de prensa relacionados con los temas tratados.

A la hora de elaborar un marco jurídico de base, que definiese las líneas maestras de la acción y la participación política por cauces institucionales, se ha acudido al ordenamiento vigente, recopilando y analizando textos legales de diversa índole, partiendo de los preceptos constitucionales fundamentales y complementándolos con sus leyes orgánicas de desarrollo. La selección de estos artículos se corresponde con la identificación, dentro del catálogo constitucional de Derechos Fundamentales, de aquéllos ligados a la participación política.

Del conjunto de disposiciones normativas tratadas, se han resaltado, en su análisis, aquéllos aspectos íntimamente relacionados tanto con las prácticas y los acontecimientos vividos en el ámbito de la política no institucional como con nuevos sujetos políticos colectivos, con el objetivo de delimitar el objeto principal del informe: el espacio de tensión, relación y mutua afectación entre ambas dimensiones.

Para abordar la política no convencional (o no institucional) se ha partido de trabajos de investigación previos, especialmente relacionados con la relevancia e influencia que ha tenido la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación con el crecimiento de este tipo de movimientos y con el aumento de su actividad e impacto en la agenda política y en la opinión pública. Al mismo tiempo, he intentado aportar los conocimientos y la experiencia adquiridos durante los últimos años participando activamente en diversos grupos enmarcados en el ecosistema 15-M.

Precisamente, este bagaje de investigación-activismo me ha permitido identificar y ensayar con las prácticas y los métodos de acción (tecno)política que se reflejan y describen en el apartado 5.4. Al mismo tiempo, me ha servido para poder identificar y seleccionar las experiencias citadas en el apartado 5.5 y elaborar los cuestionarios incluidos en el Anexo 2, bajo los criterios de adecuación objetiva —al objeto del informe— y subjetiva —de los activistas encuestados y de sus colectivos/organizaciones—.

La finalidad de los cuestionarios era recabar la experiencia que, de primera mano, han tenido un número significativo de organizaciones políticas no convencionales en procesos de colaboración con organismos y sujetos encuadrados en el ámbito descrito como “política institucional”. A través de los cuestionarios se busca evaluar la experiencia de colaboración, los resultados de la misma, así como las impresiones de los encuestados en cuanto a la motivación que les sirve de sustrato.

La selección de las organizaciones encuestadas ha seguido criterios como la presencia relevante de jóvenes, el uso de Internet y el área sobre la que versa la relación/colaboración, primando áreas relacionadas con la participación política y la transparencia en la Administración, dimensiones ambas sobre las que gira el resto del informe, tanto en la parte de la política institucional como en lo referente a las organizaciones políticas no convencionales.

En definitiva, se ha utilizado una metodología mixta que combina los procedimientos de comprensión y comentario de textos jurídicos, las pautas de la narrativa analítica, el trabajo con recursos cuantitativos y referencias testimoniales directas, extraídas de experiencias personales concretas.

5.1. DE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL

Para delimitar el objeto de estudio de este apartado tomaremos el significado de "institución" del Diccionario de la Real Academia Española, en sus acepciones relacionadas semánticamente con lo político. Así, la segunda de ellas habla de "una cosa establecida o fundada", lo que nos da idea de que la política que aquí vamos a tratar viene siendo estable en el tiempo. La cuarta acepción habla de "cada una de las organizaciones fundamentales de un Estado, nación o sociedad". Por último, la séptima lo concreta algo más al hacer referencia a los "órganos constitucionales del poder soberano en la nación".

Es el factor constitucional clave a la hora de determinar qué vamos a entender por "Política Institucional". En nuestra Constitución de 1978, aparecen instituidas las tres vertientes en las que se fragmenta el poder soberano, según las tradiciones constitucionalistas que inspiran los estados contemporáneos. Así, las vertientes Legislativa, Ejecutiva y Judicial aparecen, además, materializadas en sus respectivos órganos (Gobierno, Administración Pública; Cortes Generales; Poder Judicial). Pero, además, aparecen en la Constitución institucionalizados, como el elemento esencial en el modelo de representación parlamentario, los partidos políticos (art. 6).

Tanto los órganos, como los actores o las instituciones responden, en su composición y funcionamiento, a una serie de cuerpos legales. Es este marco jurídico el que vamos a seguir para establecer una visión de conjunto del funcionamiento de la Política Institucional. El objetivo es describir los modos de acceso y participación dentro de la Política Institucional.

Atendiendo a los *principios de jerarquía normativa y legalidad* (art. 9 CE y art. 2 CC) nuestro ordenamiento jurídico enuncia los derechos políticos fundamentales en la Constitución y los desarrolla posteriormente a través de Leyes Orgánicas.

La participación política tiene sus referencias constitucionales clave en los artículos 1.2¹, 9.2² y en el 23.1³. Este último artículo establece dos vías de participación: a través de representantes políticos, consagrando el derecho de sufragio universal, y de una forma directa, opción ésta que no cuenta con un amplio desarrollo a lo largo del ordenamiento jurídico, pero que puede relacionarse con el ejercicio del Referéndum (art. 92 CE) y de la Iniciativa Legislativa Popular (art. 87.3). Sin embargo, del desarrollo posterior de estos dos mecanismos en sus respectivas Leyes Orgánicas, se observa que la capacidad de acción política ciudadana queda siempre supeditada bien a la iniciativa o bien a la aprobación de los representantes políticos.

1. "La soberanía nacional reside en el pueblo español, del que emanan los poderes del Estado."

2. "Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social."

3. "Los ciudadanos tienen el derecho a participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes, libremente elegidos en elecciones periódicas por sufragio universal."

Otros derechos fundamentales y libertades públicas vinculados a la participación política directa, aunque en ámbitos diferentes a la proposición y toma de decisiones, son el de Reunión —del que deriva el de Manifestación— (art. 21 CE), el de Asociación (art. 22 CE) o la Libertad de Expresión (art. 20 CE).

Los desarrollos legislativos de estos artículos constitucionales se llevan a cabo a través de sus respectivas leyes orgánicas⁴, añadiendo, en lo referente al ámbito electoral y de partidos, la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG) y la Ley Orgánica de Partidos Políticos.

Al hablar el artículo 23.1 de un derecho de participación en los asuntos públicos de una manera directa, las dos vías de acción que más pueden encajar, *a priori*, en esta modalidad son el referéndum (art. 92 CE) y la Iniciativa Legislativa Popular (art. 87.3 CE). El primero por consistir en un pronunciamiento público y directo de la ciudadanía que conlleva la adopción o ratificación de una decisión política; la segunda por consistir en la proposición de una ley que parte de un grupo promotor ciudadano, no vinculado con ninguna cámara legislativa ni, formalmente, con ningún partido político.

En lo relativo a la posibilidad de consultar mediante referéndum decisiones o temas de especial relevancia, el artículo 92 de la Constitución concede esta potestad exclusivamente al Gobierno, a propuesta del Presidente, salvo en los casos que la CE reserva al Congreso de los Diputados (art. 2.2). Se refiere este artículo a los supuestos de modificación de la propia Constitución, que vienen determinados en los artículos 167.3 CE y 168 CE.

El hecho de que la potestad se atribuya a estos órganos institucionales ha influido notablemente en que su uso se haya limitado a dos ocasiones⁵ desde el propio referéndum para aprobar la Constitución. Durante el trámite de la reforma del artículo 135 de la Constitución, acaecida en 2011, se optó por la fórmula del artículo 167.3, para la que es necesario que una décima parte de los diputados pida que se ratifique la reforma en referéndum, no alcanzándose los 35 necesarios.

Sí se ha utilizado, en cambio, el mecanismo del referéndum para aprobar las recientes reformas de los Estatutos de Autonomía de varias comunidades, en su ámbito territorial⁶, aunque su validación definitiva requería de la aprobación del Congreso de los Diputados y su publicación como Ley Orgánica en el BOE.

Se observa, entonces, que a pesar de ser una herramienta de participación de naturaleza directa, su regulación posterior, la exclusividad de los órganos que lo pueden convocar, lo transforman

4. Ley Orgánica 2/1980 sobre la regulación de las distintas modalidades de referéndum; Ley Orgánica 3/1984 reguladora de la Iniciativa Legislativa Popular; Ley Orgánica 9/1983 reguladora del Derecho de Reunión; Ley Orgánica 1/2002 reguladora del Derecho de Asociación.

5. En 1986 para decidir sobre la permanencia en la OTAN y en 2005 para aprobar el Tratado Internacional por el que se establecía una Constitución para la Unión Europea.

6. Comunidad Valenciana (2006), Catalunya (2006), Illes Balears (2007), Andalucía (2007), Aragón (2007), Castilla y León (2007), Navarra (2010) y Extremadura (2011).

en una vía de potencialidad y alcance intermediados necesariamente —en origen— por el Gobierno o por el Congreso de los Diputados. Si bien es cierto que en derecho comparado es esta fórmula la más extendida, existen casos particulares como Italia⁷ o Suiza⁸, donde la propia voluntad ciudadana, materializada en un número definido de firmas, puede convocar un referéndum.

Algo parecido sucede con la Iniciativa Legislativa Popular (ILP), salvo que su sujeción al beneplácito de los órganos de representación política no se encuentra en su promoción —de la que se ocupa un colectivo ciudadano—, sino en su admisión al trámite parlamentario y, en su caso, en su aprobación definitiva.

En el preámbulo de la Ley que desarrolla la ILP se conecta directamente con el ya citado artículo 9.2 CE —“(...) facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política (...)”— pero incidiendo en el respeto al “papel institucional de los partidos políticos como órganos de manifestación de la voluntad popular e instrumentos fundamentales de la participación política”. Esta supeditación explícita de las formas de participación directa a aquéllas intermediadas redundando en la misma dirección que ya apuntaba el artículo 23, y es que, de la regulación de la Iniciativa Legislativa Popular y de los acontecimientos recientes, se pueden sacar conclusiones similares a las del referéndum: nos encontramos ante otro mecanismo de participación —teóricamente— directa, pero sujeto a la aprobación final de los representantes políticos.

El carácter subsidiario, prácticamente marginal, de esta iniciativa legislativa se deduce de varios aspectos de su regulación: el excesivo número de firmas que hacen falta para que pueda ser tramitada en sede parlamentaria (500.000), la limitación de las materias sobre las que se puede formular una ILP (art. 2, Ley 3/1984), el doble control parlamentario —primero de la Mesa del Congreso, después del Pleno de la Cámara— o el hecho de que, aún admitida a trámite y valorada, puede ser subsumida y transformada en otro proyecto/proposición de Ley sobre la misma materia.

En datos, es de destacar que hasta la IX legislatura (inclusive) tan sólo una ILP había superado los filtros legal y parlamentario⁹, mientras que en la presente legislatura, de las 25 que ya se han presentado¹⁰, tan sólo dos llegaron a pasar el trámite parlamentario.

Una vez examinado el grado de intermediación política¹¹ de mecanismos como el referéndum y la ILP, comprobamos que no existen vías de participación que incidan directamente en ámbitos

7. El artículo 75 de la Constitución Italiana, del referéndum popular para decidir sobre la derogación total o parcial de una ley o de un acto con fuerza de ley, establece su convocatoria si se reúnen 500.000 firmas de ciudadanos con derecho a voto.

8. La Constitución Suiza establece los casos en los que es obligatoria la convocatoria de referéndum (artículo 140) y aquéllos en los que se faculta a la población para su convocatoria, mediante la presentación de 50.000 firmas (artículo 141).

9. <http://www.publico.es/espana/385060/solo-una-ilp-ha-pasado-el-filtro-en-mas-de-30-anos> (última consulta en febrero de 2015).

10. <http://www.juntaelectoralcentral.es/portal/page/portal/JuntaElectoralCentral/JuntaElectoralCentral/IniLegPop/XLegislatura> (última consulta en febrero de 2015).

11. En tanto dependencia de organismos e instituciones para su plena efectividad.

legislativos y de toma de decisiones. Así, esta modalidad, recogida en el artículo 23 de la Constitución, se reduce prácticamente al ejercicio de otros derechos políticos que, a lo sumo, tienen un efecto de presión sobre las instituciones, pero que no garantizan, *per se*, un grado inequívoco de influencia.

Entre estos derechos se encuentra el de Reunión, del que se deriva el de Manifestación, y que es, sin duda, uno de los derechos fundamentales para la práctica política. Es por ello que el ordenamiento jurídico le confiere una especial protección. Del propio artículo 21 de la Constitución se pueden extraer ya dos vertientes del derecho. La primera (21.1) hace referencia a la libertad de reunirse, pacíficamente y sin armas, sin necesidad de comunicación o permiso de ningún tipo. El segundo apartado hace una salvedad al primero, al referirse a reuniones en espacios de tránsito público o manifestaciones, estableciendo como requisito una comunicación previa a la autoridad competente, a título informativo, sin que ésta pueda prohibir la reunión/manifestación, “salvo que existan razones fundadas de alteración del orden público, con peligro para personas y bienes”.

Esta cautela (informativa) aparece de nuevo en el preámbulo de la LO 9/1983, donde se recalca que en ningún caso consiste en una autorización gubernativa. Más aún, el carácter informativo conecta con el deber para “la autoridad gubernativa de proteger las reuniones y manifestaciones, frente a quienes traten de impedir, perturbar o menoscabar el lícito ejercicio de este Derecho” (art. 3.1 LO 9/1983).

El buen desarrollo de la reunión/manifestación también requiere de una colaboración activa por parte de los organizadores que, según el artículo 4.3, serán responsables subsidiarios de los daños en bienes o personas que se produzcan, en caso de no identificarse a los autores. Sin embargo, esta responsabilidad se elimina en caso de demostrarse que los promotores de la manifestación pusieron todos los medios a su alcance para el buen desarrollo de la misma.

En la última legislatura ha aumentado espectacularmente el número de manifestaciones¹², algunas de ellas con un gran eco mediático —Rodea el Congreso, Marchas por la Dignidad, etc.—, y envueltas en polémica por haberse desatado incidentes al final de las mismas. Esto ha llevado a muchos cargos políticos a insinuar una posible reforma de la Ley que regula este Derecho¹³. El fenómeno de los escraches¹⁴ o la combinación de las tecnologías de la comunicación para la convocatoria y seguimiento en tiempo real de las manifestaciones han transformado sus dinámicas tradicionales, convirtiéndose esta práctica política en una de las mayores áreas de tensión entre las instituciones y los movimientos sociales.

Podemos concluir que uno de los conflictos jurídicos relativos al Derecho de Reunión, por tanto, es el criterio con el que se pretendan aplicar requisitos formales como la comunicación a la au-

12. Se pueden encontrar datos del Informe de Seguridad Ciudadana en el siguiente artículo:
http://www.eldiario.es/agendapublica/nueva-politica/Proyecto-Ley-Organica-Seguridad-Ciudadana_0_282771984.html
(última consulta en diciembre de 2014).

13. http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/10/02/madrid/1349172692_804454.html (última consulta en diciembre de 2014).

14. <http://es.wikipedia.org/wiki/Escrache> (última consulta en marzo de 2015).

toridad gubernativa o la legitimación de la convocatoria. Precisamente, este segundo punto está relacionado con las formas asociativas, dado que se requiere que éstas tengan personalidad jurídica para poder ejercer, por ejemplo, este tipo de derechos colectivos. Y es que, si bien los partidos políticos gozan de un estatus privilegiado en la estructuración de la participación política colectiva, el Derecho que recoge la otra vía de organización y acción, como grupo/s, es el de Asociación. No en vano, el Comité Económico y Social de la UE aprobaba un Dictamen, con fecha 28 de enero de 1998, donde declaraba que “las asociaciones permiten a los individuos reconocerse en sus convicciones, perseguir activamente sus ideales, cumplir tareas útiles, encontrar su puesto en la sociedad, hacerse oír, ejercer alguna influencia y provocar cambios”.

La Ley Orgánica 1/2002 configura un régimen común para todas las asociaciones que no tienen una regulación especial propia y funciona como regulación de mínimos para los tipos especiales de asociación (partidos políticos (6 CE), sindicatos (7 CE), confesiones religiosas (16 CE), consumidores y usuarios (51 CE), organizaciones profesionales (52 CE).

El elemento principal que se introduce a partir de la Constitución de 1978, presente en esta Ley y respecto de su antecesora preconstitucional —Ley 191/1964—, es la eliminación del control preventivo que se realizaba a las asociaciones antes de darles carta de legalidad. En la actualidad, el requisito de la inscripción se considera a efectos de publicidad¹⁵.

Sin embargo, esta inscripción registral funciona como una condición para el reconocimiento de personalidad jurídica de la asociación, punto de partida para la determinación de su responsabilidad legal, y requisito indispensable para la obtención de subvenciones y ayudas públicas, o para otras vías de colaboración con las Administraciones Públicas¹⁶. La propia Ley, en su artículo 4, enumera una serie de relaciones de la Administración para con las asociaciones, siguiendo el enfoque del Dictamen del Comité Económico y Social de la UE¹⁷.

A pesar de la insistencia en remarcar que el trámite del registro es a efectos meramente publicitarios, podemos ya comprobar que conlleva otros efectos jurídicos de suma importancia. Además,

15. Artículo 22.3 CE

16. En este sentido, los Consejos Sectoriales, figura de nueva creación en la LO 1/2002

17. Artículo 4. Relaciones con la Administración

1. Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán la constitución y el desarrollo de las asociaciones que realicen actividades de interés general
2. La Administración no podrá adoptar medidas preventivas o suspensivas que interfieran en la vida interna de las asociaciones.
3. El otorgamiento de ayudas o subvenciones públicas y, en su caso, el reconocimiento de otros beneficios legal o reglamentariamente previstos, estará condicionado al cumplimiento de los requisitos establecidos en cada caso.
4. La Administración competente ofrecerá el asesoramiento y la información técnica de que disponga, cuando sea solicitada, por quienes acometan proyectos asociativos de interés general.
5. Los poderes públicos no facilitarán ningún tipo de ayuda a las asociaciones que en su proceso de admisión o en su funcionamiento discriminen por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
6. Los poderes públicos no facilitarán ayuda alguna, económica o de cualquier otro tipo, a aquellas asociaciones que con su actividad promuevan o justifiquen el odio o la violencia contra personas físicas o jurídicas, o enaltezcan o justifiquen por cualquier medio los delitos de terrorismo o de quienes hayan participado en su ejecución, o la realización de actos que entrañen descrédito, menosprecio o humillación de las víctimas de los delitos terroristas o de sus familiares.

todo el proceso de constitución de una asociación está fuertemente reglado en el Capítulo II de la norma. En él se establece la documentación necesaria para el registro (art. 5.2), el contenido de los diferentes documentos (Acuerdo de Constitución; Acta Fundacional, art. 6; designación de los integrantes de los órganos provisionales, art. 6.1; Estatutos, art. 7), así como otros requisitos del procedimiento y efectos del registro (art. 10). En los capítulos siguientes, se desarrolla una base común regulatoria de aspectos como el funcionamiento de las asociaciones (Capítulo III) o el estatus de los asociados (Capítulo IV).

Otros apartados de interés son el dedicado al Registro de Asociaciones (Capítulo V) y a las medidas de fomento del asociacionismo por parte de la Administración (Capítulo VI). En este capítulo se especifica claramente que “no beneficiarán a las entidades asociativas no inscritas las garantías y derechos regulados en el presente artículo” (art. 31.4).

En lo referente a las asociaciones juveniles, para aquellas personas que no han alcanzado la mayoría de edad, la presente Ley Orgánica se remite a la LO 1/1996 de Protección Jurídica del Menor, básicamente para definir la capacidad de los menores en el ámbito asociativo y los ámbitos donde su falta de capacidad jurídica ha de ser suplida por algún tipo de tutela (de los padres, por ejemplo).

Repasando el marco legal que regula el Derecho de Asociación, pareciera que esta vía de acción política y social está bastante definida y detallada, pero la realidad del asociacionismo, en los últimos años en España, es bien diferente, comenzando por el gran número de formas asociativas no registradas, pero con una identidad bastante bien reconocible, y cuya estructura y funcionamiento se rige por otros principios que no son necesariamente los que esta Ley Orgánica describe. Aspectos estos que analizaremos más adelante.

Repasadas ya las principales formas institucionales de participación política de naturaleza directa, nos queda por delante hacer lo propio con la participación por medio de representantes, también consagrada en el artículo 23.1 de la Constitución, y que encuentra su principal cauce articulador en la figura y el papel de los partidos políticos y la vía electoral.

Ya en su exposición de motivos, la LO 6/2002 expone la particular doble naturaleza del “sujeto partido”, al describirlo, por un lado, como un ente privado de base asociativa y, por otro, como un ente constitucional (art. 1, 6, 22 y 23 CE). Para la obtención de dicho estatus, en consonancia con lo ya visto en el marco de las asociaciones —de entre las que es un tipo especial—, es la inscripción del acta fundacional en el Registro de Partidos Políticos, acompañada de los estatutos, la condición de partida.

Los mecanismos de registro y constitución son similares a los de las asociaciones —acuerdo de constitución en acta fundacional, identificación de promotores, órganos directivos provisionales y estatutos (art. 3.1)—. A partir de la inscripción y la consiguiente adquisición de personalidad jurídica, se desplaza la responsabilidad desde los promotores hacia el partido (art. 4), se hace pública la constitución, se vincula a los poderes públicos y se afianzan las garantías tanto para los terceros que se relacionan con el partido como para sus propios miembros.

Los requisitos para la inscripción no son rigurosos en cuanto a la forma, pero sí en cuanto al fondo, esto es, respecto de los fines del partido reflejados en los estatutos, siendo de observación su posible ilicitud penal¹⁸. La misma tónica sigue el Capítulo II, que hace referencia a la organización, funcionamiento y actividad de los partidos. Hay referencias bastante ambiguas y abstractas al deber de mantener una organización y funcionamiento democráticos, estableciendo una doble exigencia: la existencia de una asamblea general como máximo órgano de decisión y el acceso libre a los órganos directivos mediante sufragio libre y secreto. Sin embargo, se introduce la posibilidad de que dicha asamblea se organice a través de representantes o delegados. Como indicación genérica, el artículo 6 establece que "los partidos políticos se ajustarán en su organización, funcionamiento y actividad a los principios democráticos, la Constitución y el resto de las leyes".

Más extensa y detallada es la regulación acerca de su actividad, con una clara orientación a prevenir y prohibir los partidos con algún tipo de actividad, filiación o relación con actos penalmente ilícitos.

Respecto al estatus de los afiliados, se reconoce su derecho a participar en los órganos de gobierno y a participar en la asamblea general "de acuerdo a los estatutos" (art. 8), con lo que se redanda en la libertad organizativa correspondiente a ese carácter de ente privado de base asociativa que compone una de las dos vertientes de la naturaleza jurídica de los partidos políticos.

En cuanto a la financiación de los partidos, el Capítulo IV remite a la LO. 3/1987, que actualmente ha quedado derogada por la actual LO 8/2007. Este ámbito es de especial controversia, en atención a los múltiples casos de financiación irregular de los partidos que han tenido lugar en los últimos años.

Por lo anteriormente expuesto, si queremos analizar las vías de participación en los partidos políticos, así como su estructura y actividad, no queda más remedio que acudir a sus respectivos estatutos, cuestión que se tratará más adelante, a la hora de comparar el funcionamiento de los partidos tradicionales con aquéllos de reciente creación y que contienen ya en su ADN muchos de los principios que han caracterizado a las organizaciones políticas no convencionales.

De lo visto hasta ahora se desprende que es la vía electoral, a través de los partidos como ente privilegiado, el principal cauce de participación política en España. Es momento ahora de repasar la regulación en materia electoral para completar el marco jurídico y la visión de conjunto de la política institucional.

La Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG) desarrolla lo dispuesto en el artículo 23 de la Constitución, en conjunción con el artículo 81. Los procesos electorales materializan la libre expresión de la soberanía popular (art. 1.2 CE) y, por tanto, están directamente relacionados con el bloque de derechos y libertades que hasta ahora hemos visto, a los que se suman la libertad ideológica (16 CE) de expresión (20.1 CE) y de información (20.4 CE).

18. Esta rigurosidad se corresponde con los procesos de ilegalización de partidos políticos relacionados con la banda terrorista ETA.

Es en el artículo 23 donde se reconoce a los ciudadanos el “derecho a participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes, libremente elegidos en elecciones periódicas por sufragio universal”.

Entrando en el derecho de sufragio, éste tiene dos modalidades: el sufragio activo (art. 2 y ss.), derecho a elegir a representantes; y el sufragio pasivo (art. 6), ser elegido por otros como representante. En los citados artículos se establecen las condiciones para el ejercicio de ambas modalidades de sufragio, haciendo hincapié en las causas legales de privación del derecho. Sin embargo, encontramos que esas causas, sobre todo en la modalidad de sufragio pasivo, son meramente formales, refiriéndose básicamente a incompatibilidades legales y condenas judiciales en sentencia firme.

Aparte de estos casos, el derecho al sufragio pasivo —a presentarse y ser elegido— está bastante más mermado, teniendo en cuenta que es necesario pertenecer a un partido/agrupación de electores que, a su vez, esté válidamente registrada y obtenga los avales necesarios para concurrir a unas elecciones¹⁹. Y es que la presentación de candidaturas queda reservada, según el artículo 44.1, a los partidos y federaciones inscritas en el Registro, a las coaliciones constituidas según el artículo 44.2 y a las agrupaciones de electores que cumplan los requisitos de las disposiciones especiales de la Ley. Respecto a los avales que se exigen a las nuevas formaciones, llama la atención que sean muchos más los requeridos a las agrupaciones de electores que a los partidos, algo que puede tener relación con la necesidad (y el pacto) de potenciar el sistema de partidos, débil en los primeros años tras la Transición.

Otros aspectos relevantes de esta Ley Orgánica hacen referencia a la campaña electoral, entendida como “el conjunto de actividades lícitas llevadas a cabo por partidos, candidatos, federaciones (...) en orden a la captación de sufragios” (art. 50.4), y donde se establece que “ninguna persona jurídica —salvo las anteriormente mencionadas— podrá realizar campaña electoral a partir de la convocatoria de elecciones —sin perjuicio del artículo 20 de la Constitución—” (art. 50.5).

Estas disposiciones sobre el acto de campaña y sobre su exclusividad suelen conllevar la denuncia y prohibición, por la Junta Electoral, de muchos actos que se suelen convocar en periodo electoral por entes que no necesariamente están constituidos como partidos, en otra de las tensiones entre la política institucional y la no convencional.

Por último, hay que destacar la regulación de subvenciones para sufragar los gastos de campaña (art. 175), que se materializa abonando una cantidad fija por representante obtenido y otra por cada voto cosechado, siempre y cuando se haya alcanzado representación. La subvención para sufragar el envío de propaganda está también sujeta a que la candidatura haya obtenido el número de representantes o de votos necesario para constituir grupo propio. En todo caso, la subvención pública no sobrepasará el total invertido por la candidatura durante la campaña.

19. La reforma introducida por la LO 2/2011 establece una nueva redacción del artículo 169.3 por la que se exige la presentación de firmas, por avales, a las candidaturas de nueva creación o que hubieran quedado sin representación en anteriores comicios; siendo necesarios los avales del 1% de los electores de una circunscripción para las agrupaciones de electores y del 0,1% para los partidos políticos. Añadiendo la dificultad de que ningún elector pueda avalar a más de una candidatura.

Esta norma, que se reproduce también a nivel europeo, ha provocado que, en el caso de Podemos, tan sólo vaya a recibir lo dispensado en campaña (unos 150.000 €), a pesar de que, por votos y representantes, le correspondiese una suma cercana al millón y medio de euros²⁰.

Conclusiones parciales

Del texto constitucional se extrae que la participación política puede ejercerse en dos modos, directamente o a través de representantes (art. 23.1 CE). Mientras que la segunda se centra por completo en lo electoral y se estructura a través del sujeto-partido, la primera tiene menos peso en la toma de decisiones (ILP y referéndum no se utilizan eficazmente o se bloquean en sede parlamentaria) y se materializa más en las manifestaciones y en el terreno asociativo. Sin embargo, estas dos vías de acción política están sujetas a determinadas formalidades que, aunque se presentan como meros instrumentos comunicativos y de efectos publicitarios, condicionan en gran medida el modo en que se llevan finalmente a cabo.

Quizás por estas limitaciones, materiales y formales, los cauces de acción y participación política de corte institucional están atravesando un periodo de crisis, que se manifiesta en el desapego y desconfianza hacia la forma tradicional de partido, o en el incumplimiento de los requisitos legales para el ejercicio de los derechos de manifestación o asociación.

5.2. DESCRÉDITO INSTITUCIONAL Y ESPACIO DE RUPTURA

Del apartado anterior extraíamos una conclusión importante: la participación política institucional se articula principalmente, desde el ordenamiento jurídico, con base en la representación. Los procesos más importantes son los electorales y los sujetos con mayor protagonismo son los partidos políticos. Del sistema de normas que regulan este ámbito de la política institucional, compuesto por artículos constitucionales y sus respectivas leyes orgánicas de desarrollo, se desprende la construcción de un modelo de representación forzosa (Jurado, 2014), que deja pocas o ninguna vía de acción política ciudadana directa y con capacidad inequívoca de repercutir en las esferas de toma de decisiones²¹.

Esta configuración de la política institucional tiene varias consecuencias, de las que destacaré en este momento dos:

En primer lugar, el hecho de que la vida política redunde exclusivamente en los procesos electorales, la acción legislativa y de gobierno y el protagonismo de los partidos y sus élites provoca que exista una subsunción metonímica de la noción de política, en general, dentro de la política institucional y de partidos²².

20. <http://www.expansion.com/2014/05/28/economia/politica/1401302681.html> (última consulta en diciembre de 2014).

21. Recuérdese que, tanto en la ILP como el referéndum, el papel de la sociedad se ve siempre limitado por la aprobación definitiva (ILP) o la potestad de convocatoria (referéndum) del Legislativo o del Ejecutivo.

22. De hecho, era habitual que se considerase en sus inicios al 15-M como un movimiento "apolítico", al no posicionarse dentro del escenario electoral y de partidos, confundándose, en una deformación derridiana, dos significantes "político" y "partidista", con sendos significados diferentes.

En segundo lugar, y probablemente a causa del citado efecto metonímico, cuando en las encuestas se cuestiona acerca del grado de interés que los sujetos albergan respecto a la política, la respuesta tiende a venir motivada por la impresión y percepción que éstos tienen de la política institucional. Dicho de otra forma, “el componente afectivo introduce en cierta manera un error de medida, puesto que en ocasiones puede estar capturando el rechazo de los ciudadanos a determinados aspectos del sistema político, y no la desatención o falta de compromiso con lo público en general” (Galais, 2012; 111).

Este matiz introductorio obedece a la intención de comprobar, según diferentes encuestas publicadas²³, si el rechazo o el desinterés de la sociedad en general —y de los jóvenes en particular— responde a una actitud homogénea hacia todas las dimensiones políticas o, por el contrario, varía en función de la dimensión política de que se trate.

Prácticamente en todas las encuestas que consultemos comprobaremos que el grado de interés por la política es bajo²⁴, apreciación que coincide —y se agrava— con el grado de confianza que se tiene en las instituciones y en “los políticos”²⁵. Si reducimos el marco de estudio a la categoría “jóvenes”²⁶, el resultado suele ser incluso más bajo que en las franjas de edad inmediatamente superiores, lo que se puede explicar por la carencia de condicionantes socioeconómicos que den forma a expectativas políticas en edades tan tempranas, al no haber entrado a formar parte de la población activa (Rosenstone y Hansen, 1993) estableciéndose una relación de tipo cuadrático entre la edad y el interés por la política. Esta percepción se acentúa si comparamos la generación de jóvenes actual con aquéllos que engrosaban esta categoría a principios de los años ochenta, la “generación de la Transición”, que fue un fenómeno único de interés y compromiso por el extraordinario contexto histórico en el que se encontraban (Galais, 2012).

Lo que parece cada vez más claro (y se pone de manifiesto ya en la 4ª ola del ESE, 2008-2009), es que el desinterés juvenil se asociaría a sentimientos negativos orientados a actores e instituciones de la representación política²⁷ (Galais, 2012).

Si buscamos un contrapunto en otro tipo de manifestación de la política, veremos que, según el informe *Jóvenes, participación y cultura política* (INJUVE, 2012), el 55,8% de los jóvenes encues-

23. Para este apartado tomaré como referencia los datos del informe *Jóvenes, participación y cultura política* (Observatorio INJUVE, 2012), el informe ejecutivo de la *1ª Encuesta Iberoamericana de Jóvenes* (OIJ, 2013), el barómetro del CIS correspondiente a mayo de 2014, el trabajo “¿Cada vez más apáticos? El desinterés político juvenil en España en perspectiva comparada” (Galais, 2012), que toma como referencia la 4ª oleada de la Encuesta Social Europea (ESE) y los primeros datos avanzados de la 6ª oleada ESE (UPF/European Social Survey, 2013).

24. Todas las encuestas consultadas rondan, para la suma de las opciones “Mucho” y “Bastante”, porcentajes alrededor del 30% de los encuestados.

25. http://politica.elpais.com/politica/2014/01/14/actualidad/1389701333_740639.html (última consulta en enero de 2015).

26. En la mayoría de los informes, considerados los menores de 30; en los sondeos del CIS agrupando las categorías 18-24 y 25-34 años.

27. No en vano, y después de que el eslogan “No nos representan” sea uno de los más comunes en los entornos de los movimientos sociales actuales, *Metroscopia* publicaba una encuesta en 2013 donde una gran mayoría de la población, incluyendo a votantes del partido en el gobierno, afirmaba no sentirse representado por los diputados.

Cfr <http://blogs.elpais.com/metroscopia/2013/02/no-nos-representan.html> (último acceso noviembre 2014).

tados siguieron con mucho o bastante interés el 15-M y las acciones y acontecimientos asociados al movimiento durante su primer año de existencia, porcentaje que asciende al 63% si tomamos como referencia la franja de edad entre los 25 y los 29 años (corroborando la hipótesis de la relación cuadrática entre edad e interés por la política). En el mismo informe se establece que un 61,7% de los encuestados se mostraba favorable al movimiento mientras que un 38,3% optaba por la indiferencia.

Del contraste de las cifras de interés por “la política” —en general— y por un movimiento/acontecimiento político concreto, como es el 15-M, que parte de un encuadre distinto al de las instituciones, se puede ya atisbar que se cumplen las dos hipótesis de partida de este apartado: la común confusión de la política con la que es únicamente su vertiente institucional y el sentimiento de desapego o de falta de interés que ésta produce y que se suele atribuir homogéneamente a todos los ámbitos de la política, en general. En palabras de Carol Galais, “el componente afectivo de esta actitud en España lleva a muchas personas a manifestar desinterés cuando, en realidad, sí se orientan con atención y compromiso a la esfera pública” (Galais, 2012: 123). La misma autora manifiesta que, si bien los jóvenes de ahora están menos interesados que sus padres, pero más que sus abuelos (cuando esas generaciones eran jóvenes), sí manifiestan bastante sensibilidad a los sucesos de naturaleza política y su atención es susceptible de ser atraída por contextos y acontecimientos políticos de excepcionalidad.

Es en este punto donde el papel de Internet empezó a resultar clave, a la hora de generar un estado de ánimo proclive a la movilización y a un repunte en el interés por lo político, cotas que tuvieron su pico en la eclosión del 15-M, pero que se venían fraguando desde antes y que continúan hoy día. Según el trabajo *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas* (Toret *et al.*, 2013), este resurgir está fuertemente condicionado por “una movilización emocional, estructurada tecnológicamente”, que tiene sus orígenes en las referencias que llegaron de la Primavera Árabe y en la formación de una masa crítica con capacidad tecnopolítica para construir una campaña viral, movilizándolo y creando un estado de ánimo de indignación y empoderamiento (Toret *et al.*, 2013: 33).

En este sentido, entienden los autores de este trabajo que la tecnopolítica²⁸ supone una “reapropiación de las herramientas y espacios digitales para construir estados de ánimo y nociones comunes”, haciendo una enunciación colectiva que cuestione la univocidad de los grandes medios e instituciones, pudiendo establecer nuevas visiones sociales como fuentes de “verdad” y “legitimidad” (Toret *et al.*, 2013). Apoyan sus tesis en hechos como que el 89% de los participantes en las movilizaciones del 15-M contase con perfil de Facebook (el 53% de Twitter y el 38% de Tuenti), o en que el 82% de los participantes se enterase de la movilización a través de las redes sociales, frente al 36% que lo hizo a través de amigos y conocidos, el 33% por la televisión y el 21% a través de la prensa escrita (Toret *et al.*, 2013: 44).

Precisamente, sobre la hipótesis de que los jóvenes cibernautas sean más activos en política que aquéllos ajenos a Internet, los datos de la última oleada de la Encuesta Social Europea (2014)

28. Uso táctico y estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción colectiva.

muestran que, si bien hace unos años los jóvenes cibernautas eran más asiduos a cualquiera de las formas de protesta, las diferencias se han reducido enormemente en nuestros días, conclusión que hay que balancear con el espectacular crecimiento de los jóvenes que declaran conectarse varias veces todos los días (de 31,3% en 2002 a un 81,2% en 2010)²⁹.

Aunque todo apunta a la existencia de una correlación entre el uso de las nuevas tecnologías y un reciente repunte en España del interés por la política y del aumento de la implicación en lo público³⁰, todavía es temprano para augurar una causalidad directa y rigurosa entre un aumento de la participación política y el uso de Internet. Sobre todo porque el catálogo de prácticas que se suele utilizar para medir este grado de participación (por ejemplo el de la ESE), se limita a manifestaciones políticas bastante tradicionales que, salvo el caso de la firma de peticiones, difícilmente muestran el grado de influencia de las nuevas tecnologías en esas prácticas políticas.

Lo interesante, aparte de haber comprobado que el interés social por la política puede variar en función de la dimensión que tratemos (institucional o no convencional), es encontrar y analizar nuevas formas de acción y participación política, facilitadas o potenciadas por el uso de las tecnologías de la comunicación, así como el papel de éstas en la transformación de los catálogos clásicos de la acción política. Finalmente, comprobar si estos nuevos repertorios tienen algún grado de influencia sobre las estructuras y sistemas de la política institucional, más allá de fomentar un sentimiento de desapego creciente.

De momento nos encontramos con un claro espacio de ruptura, de la ciudadanía con y hacia las instituciones, que se muestra como un terreno favorable para la experimentación política. Así, la noción de lo institucional se tornaría susceptible de abrirse, retomando nociones menos rígidas (de rigorismo legalista), a un “agregado duradero de conductas humanas, organizado en torno a un propósito o fin” (Valdés, 1989: 106), la búsqueda de un nuevo “sistema, establecido o reconocido socialmente, de normas o pautas de conducta referentes a un determinado aspecto de la vida social” (Radcliffe-Brown, 1993), en este caso, la política.

5.3. NUEVAS PRÁCTICAS POLÍTICAS Y DE ORGANIZACIÓN NO INSTITUCIONALIZADAS

La hipótesis de partida de este bloque, encuadrada en el conjunto del capítulo, es la aparición y socialización de prácticas políticas que transforman y desbordan las lógicas organizacionales, de estructura y participación, de la política institucional anteriormente demarcada. Al mismo tiempo, se pretende señalar y definir la influencia que tiene, en este proceso innovador, el uso de Internet como herramienta y como espacio donde estas prácticas se desarrollan y desenvuelven.

29. http://www.eldiario.es/piedrasdepapel/jovenes-cibernautas-participacion-politica_6_252034815.html (última consulta en diciembre de 2014).

30. http://politica.elpais.com/politica/2014/01/14/actualidad/1389701333_740639.html (última consulta en diciembre de 2014).

Es preciso, a su vez, partir de una serie de premisas, en aras de mantener cierto rigor en las afirmaciones que aquí se vierten y en las conclusiones que de este texto se puedan extraer. Por un lado, advertir que en los siguientes párrafos se abordaran prácticas orientadas a la acción política, de una manera singularizada, pero también en su conjunto, dando lugar a ciertos tipos de organización y de métodos. Por otro, destacar la dificultad de determinar, en muchos casos, el grado de participación juvenil, su diferenciación con otras categorías de edad. Es decir, que estas prácticas pueden ser desarrolladas —y estas organizaciones pueden estar compuestas— tanto por jóvenes como por otras generaciones; si bien es cierto que, dado su fuerte carácter tecnológico, se sobreentiende que las generaciones más jóvenes parten con una familiaridad algo mayor respecto a las prácticas y a las herramientas tecnológicas que se utilizan. Por último, matizar que, a pesar del protagonismo que ostentan los movimientos sociales en la práctica política no institucionalizada, hay que extender el objeto de análisis hacia un sujeto ampliado, es decir, a personas que pueden no sentirse parte de una organización definida³¹, pero participar de determinadas acciones —individuales o colectivas— y, sobre todo, a los fenómenos de acontecimiento ampliado, que generalmente componen momentos de agregación de grupos y personas, sin necesidad de constituir un tipo definido de organización³².

A la hora de determinar el grado de influencia que tiene Internet en nuevas prácticas y tipos de organización política, es necesario examinar algunas de sus características como “*supramedio*” o “*metamedio*” de comunicación (Ferrero Barberá, 2001 y Jurado, 2014). Nos encontramos con/en un espacio relacional provisto de herramientas que permiten la interacción de millones de personas en tiempo real, transformando el clásico esquema-proceso de la comunicación (emisor-mensaje-receptor), cuya linealidad se convierte en una red comunicativa con multiplicidad de emisores, receptores y mensajes³³. Esta comunicación, a su vez, tiene las características de ser simultánea, universal e inmediata. Sin embargo, se añade a esa inmediatez una potencial permanencia en el tiempo, lo que permite la constante integración de contenidos y, por ende, su continua actualización.

Si, como afirma Castells³⁴, uno de los rasgos esenciales en los movimientos sociales (y de la esfera política de la sociedad, en general) consiste en la puesta en común de valores e ideas, que

31. En este sentido, es interesante incidir en que en los grupos del ecosistema 15-M, por ejemplo, no se lleva un conteo o registro de “militantes” o activistas, además de darse con normalidad la “pluripertenencia” a varios grupos y la participación simultánea en diferentes acciones y campañas.

32. Precisamente ahora, más de tres años después del surgimiento del 15-M, se empieza a observar este fenómeno como un ejemplo de acontecimiento ampliado, en lugar de como un movimiento social. Para esta categorización se tiene en cuenta la multiplicidad de grupos que lo conformaron y en lo que, después, ha devenido; su latencia en el tiempo, cierta dificultad a la hora de definir en *numerus clausus* sus reivindicaciones; el flujo de entrada y salida de personas que han participado en acciones o campañas, la no uniformidad en sus métodos de acción y organización, etc., sin obviar que el desarrollo de señas de identidad en torno a una “marca” supone la atribución a este acontecimiento de cierta influencia y repercusión en el ámbito político, en la opinión pública y, en definitiva, en los marcos cognitivos culturales comunitarios.

33. Donde un usuario puede ser, incluso al mismo tiempo, emisor y receptor, como es el caso de los *retweets* en Twitter.

34. En la *Lección inaugural* del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Accesible en <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain8.html><http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain8.html> (última consulta en septiembre de 2014).

conformen condiciones de agregación, la naturaleza y las características de los medios y espacios de comunicación que se utilicen afectarán y condicionarán, de plano, el modo y el alcance de las prácticas que se lleven a cabo, así como a los tipos de agrupación y vertebración de los participantes.

Que estas actividades acaezcan en entornos digitales como Internet conlleva, como indica Silva Machado (2004), una proliferación y ramificación de los colectivos sociales, dada la disminución de los costes de la comunicación,³⁵ se incentiva el aumento de la participación,³⁶ interacción,³⁷ acceso a la información, provisión de recursos,³⁸ afiliaciones³⁹ y las ramificaciones entre los movimientos.⁴⁰

Al mismo tiempo, este entorno preconfigura y proporciona unas estructuras flexibles, en red, que coinciden y promocionan formas de organización e intervención descentralizada (Castells, 1999: 426). Comúnmente se suele hablar de la “horizontalidad de la Red”, sin embargo, esta cualidad puede llevar a equívocos, ya que conlleva elementos de territorialidad, espaciales, encuadrándose en ejes bi-dimensionales (arriba y abajo), que no se corresponden con las dimensiones de la comunicación en red. Frente al concepto clásico de horizontalidad —relativo a las formas clásicas de asamblea—, se empieza a utilizar el de *netocracia* (Bard y Soderqvist, 2003), término acuñado para nominar las relaciones de poder que se dan en una red social distribuida, cuya máxima parte de que “todo actor individual decide sobre sí mismo, pero carece de la capacidad y de la oportunidad para decidir sobre cualquiera de los demás actores”, lo que configura este sistema como una red de iguales, pero sólo de partida.

Para comprender las diferencias entre la netocracia y la concepción común de horizontalidad pueden ser de ayuda las dos figuras siguientes.

En la primera figura observamos un modelo de organización compuesta por cuatro subgrupos, que pueden estar diferenciados por su localización territorial, por especialización en tareas o cualquier otro motivo que dificulte que la deliberación, el trabajo y la toma de decisiones se lleven a cabo conjuntamente. Para la puesta en común de sus opiniones y propuestas, se habilita un mecanismo de representación, donde uno (o varios) delegado(s) se reúnen para exponer la postura de su respectivo subgrupo.

35. En términos de espacio-tiempo.

36. Desde la simple firma de una petición on line a la implicación directa en el desarrollo de una campaña.

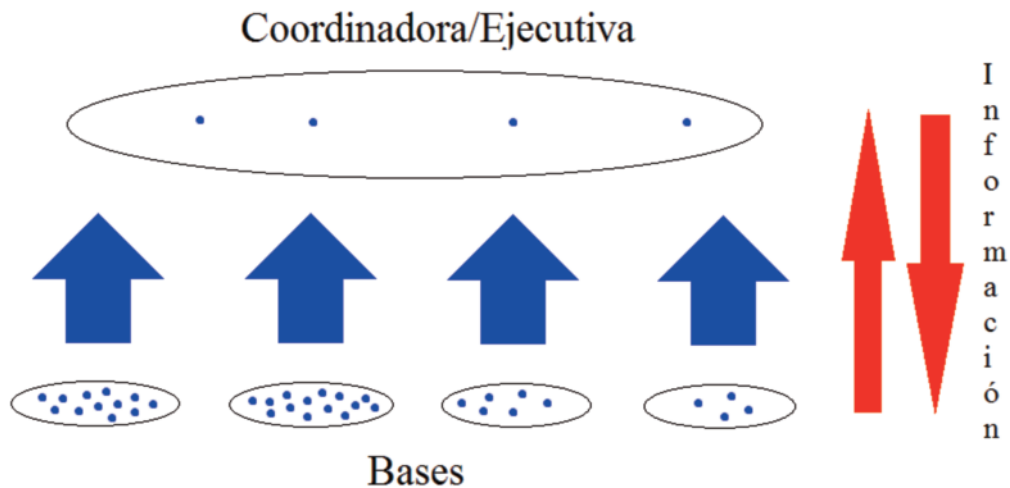
37. Por vía de múltiples canales como las redes sociales, las listas de correo, los *chats*, los foros, las *wikis*, los procesadores de texto multipersona, etc.

38. Humanos o materiales (*crowdsourcing* y *crowdfunding*).

39. Que no tienen por qué tener una continuidad, sino que se adaptan al tiempo y a la motivación de cada persona.

40. Que se puede comprobar, por ejemplo, siguiendo la cadena de mutaciones y desbordamientos: Democracia Real Ya-15M-Acampadas-Asambleas de barrios y pueblos-Mareas y grupos especializados-nuevos partidos políticos.

FIGURA 5.1. ESTRUCTURA ASAMBLEARIA CON DELEGACIÓN



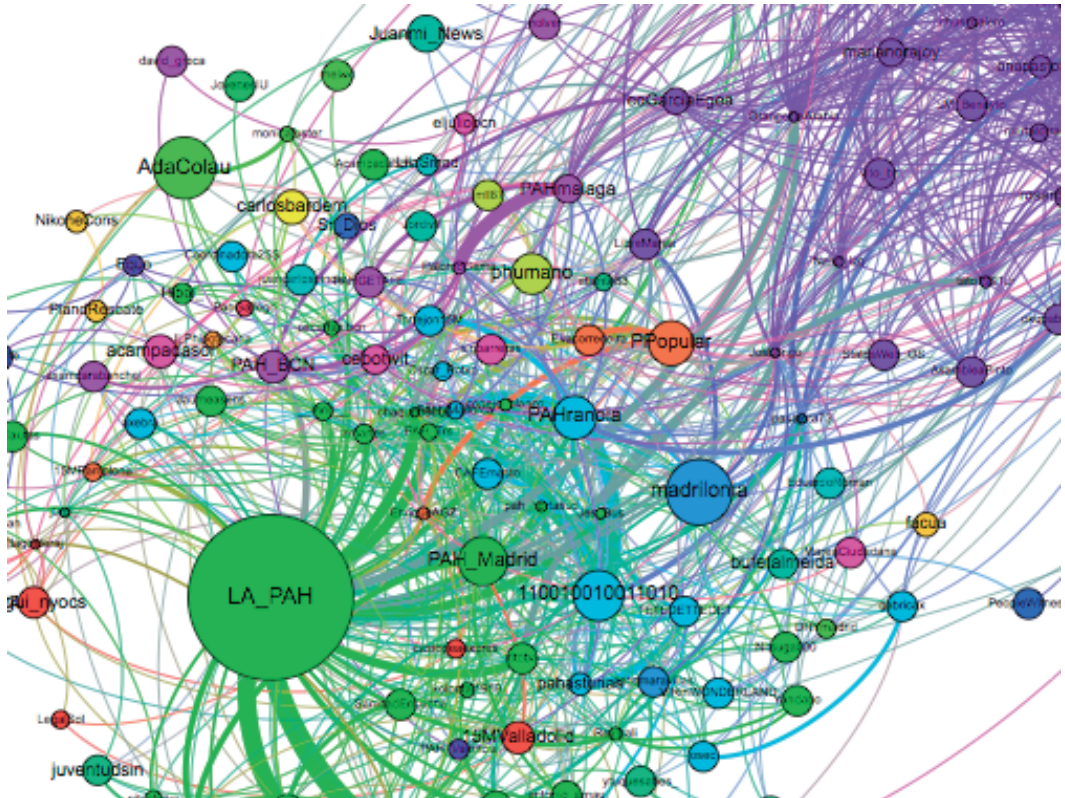
Este modelo, aunque muy simplificado, es el que sintetiza el funcionamiento clásico de los partidos políticos, dado que, como vimos en el apartado 5.1, la legislación específica sobre partidos ordena la existencia de una organización democrática donde exista, obligatoriamente, una asamblea general donde se reúnan los militantes, bien físicamente o mediante delegación, siendo esta fórmula la comúnmente utilizada. Pero también han venido funcionando bajo estos parámetros las asambleas de barrios del 15-M en algunas ciudades⁴¹.

Es un modelo de fuerte condicionamiento espacio-temporal, identificándose como horizontal o vertical en función del espacio donde se toman efectivamente las decisiones. En el caso de los partidos políticos, estas decisiones se suelen tomar en el ámbito de la ejecutiva, respondiendo a una lógica jerárquica vertical. En los ejemplos relativos a las asambleas del 15-M, la decisión se toma en las bases, siguiendo la información un doble flujo, primero hacia arriba y, después, hacia abajo, donde se toma la decisión, de ahí que se considere horizontal. Sin embargo, habría que dar más importancia al recorrido que dibujan esos flujos de información (arriba-abajo), para identificar el papel clave del intermediario (delegado/representante) y la posición de poder que adquiere (interpretación y transmisión de los mensajes). Obviamente, cuanto más grande y extensa sea una organización, mayores son las distancias a recorrer y mayor es el número de delegaciones (con lo que aumenta, tanto el peso de los delegados como la distancia entre el estamento superior y las bases). Desde este enfoque comunicacional, ya no queda tan clara la característica de horizontalidad⁴².

41. Por ejemplo la Coordinadora de Barrios y Pueblos en Sevilla o la Asamblea Popular de Madrid.

42. Por otra parte, pudiera suceder que los diferentes subgrupos contasen con un número diferente de miembros (como se desprende de la figura), con lo que se produce un desequilibrio en las cuotas decisorias de cada una de las personas, y que habría que corregir, o bien ponderando el voto de los delegados/subgrupos, o bien asignando más delegados a los subgrupos más numerosos. Es entonces donde se producen conflictos entre las "tiránias de las mayorías o de las minorías", en atención al peso relativo que se les concedan.

FIGURA 5.2. MAPA DE LAS RELACIONES EN TWITTER DE LAS COMUNIDADES DE LA PAH DURANTE LA CAMPAÑA POR LA ILP



Fuente: @Dataanalysis15M.

En esta segunda figura se puede observar la disposición estructural de una red social distribuida⁴³. La principal diferencia con la figura anterior reside en la potencial interconexión directa entre cualquiera de los perfiles del mapa, sin necesidad de intermediación, con lo que la figura del delegado/representante se hace prescindible. Esto no quiere decir que no haya perfiles (ya sean de usuarios particulares o perfiles colectivos) que no tengan más peso específico que el resto. Como se observa en la figura, hay nodos cuya centralidad se representa con círculos más voluminosos, lo que responde al grado de protagonismo que ostenta el perfil, así como al alcance de sus mensajes. Por ello, antes se decía que, en una *netocracia*, la red se componía de iguales, pero sólo en el punto de partida, en el sentido en el que cada uno de sus miembros tiene la oportunidad de proponer y decidir por él mismo, aunque eso no le garantiza que vaya a influir sobre los demás (o igual que los demás).

43. En este caso, durante una campaña en Twitter, pero es válidamente aplicable a otras experiencias organizativas de redes sociales distribuidas.

En este tipo de redes distribuidas, el poder (materializado en influencia) no tiene por qué repartirse por igual, pero está sujeto a criterios más dinámicos y volubles que en el caso de la representación, rol que tiende a mantenerse estable e invariable en el tiempo. Así, la influencia en una *netocracia* puede variar en tiempo real. El seguimiento que se haga de las propuestas de un nodo no depende invariablemente de su “posición”, sino de su contenido y de la aceptación que éste tenga en el resto de la red, si bien es cierto que, al tener más alcance, una propuesta de un nodo central tiene más posibilidades de salir adelante.⁴⁴

Por otra parte, dado el caos comunicativo (multidireccional), en este tipo de sistemas son más ventajosas las estrategias colaborativas, en las que se implican, mediante la cooperación, varios grupos y personas, lo que contrasta con las estrategias competitivas, dominantes en *juegos de suma 0* como el que proponen los comicios electorales, donde los votos que cosecha un partido son votos que no cosechan el resto. Esto incide en la tendencia coalizacional que siguen los movimientos sociales en red (Diani, 2003 y Escobar, 2000) y que, a su vez, se ve fomentada por las herramientas de comunicación digital, produciendo un tipo de (multi)militancia flexible o blanda (Padilla, 2012), así como la multiplicidad de identidades y la circulación de estos militantes (Silva Machado, 2004).⁴⁵

Prosiguiendo con las transformaciones de la práctica política potenciadas por la implementación de tecnologías de la comunicación, hemos de destacar lo que Silva Machado denomina el “minimalismo organizacional-material”, esto es la posibilidad de prescindir de recursos e infraestructuras como la sede física, el teléfono, el fax o el mobiliario. Los colectivos, plataformas, iniciativas, campañas o simples personas individuales pueden centralizar ya su acción política en la web. En la actualidad existe todo un catálogo de herramientas informáticas orientadas al encuentro, la deliberación, el trabajo colaborativo, la comunicación interna o externa o a la toma de decisiones.

Esta variable se conjuga con los elementos que propiciaban la proliferación y ramificación de los movimientos ciudadanos de acción política. En su conjunto, suponen una drástica reducción de los costes que antes eran necesarios para plantearse la constitución de cualquier tipo de organización con vocación de masas.

Al mismo tiempo, la tecnologización de muchos procesos y tareas, junto al desarrollo de metodologías específicas, aumenta la potencia de la articulación y la eficiencia⁴⁶ de las acciones/campañas. El ejemplo de la organización de la manifestación del 15 de mayo de 2011 (que dio

44. Otra fuente de conflicto suele ser el acceso a perfiles colectivos que, por lo general, suelen tener más influencia que los individuales, al mismo tiempo que transmiten el mensaje “oficial” de un grupo. Del sistema de acceso y/o rotación por el que se organicen dependerá que se mantenga cierto espíritu democrático en el grupo.

45. De hecho, en los orígenes de Democracia Real Ya, lo que posteriormente se configuró como plataforma nace de la agrupación de personas implicadas en multitud de diversos colectivos. http://wiki.15m.cc/wiki/Lista_de_colectivos_adheridos_a_la_plataforma_%C2%A1Democracia_Real_Ya! (última consulta en septiembre de 2014). También el dispositivo @15mPaRato, personado en el proceso penal contra los ex-consejeros de Bankia, nace como coalición de diversos colectivos. http://es.wikipedia.org/wiki/15MpaRato#Caso_Bankia (última consulta en septiembre de 2014).

46. La eficiencia, en sentido económico, es la capacidad de alcanzar los objetivos fijados con el mínimo coste posible.

origen al 15-M) es buena muestra de ello. En apenas tres meses, se fraguó la convocatoria en cerca de 70 ciudades diferentes, con el mismo lema, la misma estética y las mismas reivindicaciones, alcanzando niveles de asistencia multitudinarios en las grandes ciudades. Todo ello partiendo de un grupo de Facebook compuesto de unas 500 personas, al que se fueron añadiendo otros grupos⁴⁷ de tareas específicas en la misma red social.

La no territorialidad de la práctica política en Internet permite, además, su vocación universalista. De hecho, pocos meses después del 15-M, para el 15 de octubre de 2011, se programó la convocatoria de una manifestación a nivel mundial, que contó con sede en 1.051 ciudades de 90 países diferentes⁴⁸. Al mismo tiempo, se puede apreciar un hilo conector entre movimientos acaecidos en diferentes países⁴⁹ en los últimos años y donde tienen presencia los dos elementos esenciales de este trabajo: la presencia juvenil y la utilización de Internet para su gestación⁵⁰.

La clave para la interconexión de los grupos y para la gestación de acciones a nivel masivo radica en el dominio de la comunicación a gran escala a través de Internet. Por un lado, el lanzamiento de campañas lleva aparejada una metodología que se ha ido perfeccionando durante los últimos años. En ella se emplean diferentes herramientas informáticas como los *pads*⁵¹, que se utilizan para la planificación de la campaña; los *blogs*, que suelen centralizar los contenidos que se quieren difundir; y diversas redes sociales, en especial Facebook y Twitter, que se utilizan como canal difusor y que se aprovechan para dar el salto a los *mass media*. Pero también se incluyen en la estrategia de difusión la utilización de plataformas audiovisuales, como Youtube o Vimeo, o el uso de agregadores de noticias, como meneame.net⁵².

El uso de estas herramientas y la puesta en práctica de la metodología desarrollada ha facilitado el éxito de multitud de campañas virales en red. Entre ellas, podemos destacar experiencias diversas, como todo el proceso de preparación e interposición de la querrela de 15mPaRato⁵³, que materializa una de las acciones más complejas llevadas a cabo por los movimientos sociales en red, o páginas con carácter de denuncia pública como despilfarropublico.com, una web-campaña diseñada y montada por dos estudiantes de la Universidad de Málaga, que se vio desbordada por la implicación y participación ciudadana⁵⁴.

47. Equipo de Difusión, Equipo Tecnológico, Equipo de Contenidos post 15M, Equipo Internacional, Equipo de Diseño y Grafismo.

48. http://es.wikipedia.org/wiki/Movilizaci%C3%B3n_mundial_del_15_de_octubre_de_2011 (última consulta en enero de 2015).

49. Egipto, Túnez, España, EEUU, México, Brasil, Turquía...

50. <http://cccde.es/wp/tres-anos-de-revuelvas-interconectadas-globalrev-globalresearch/> (última consulta en diciembre de 2014).

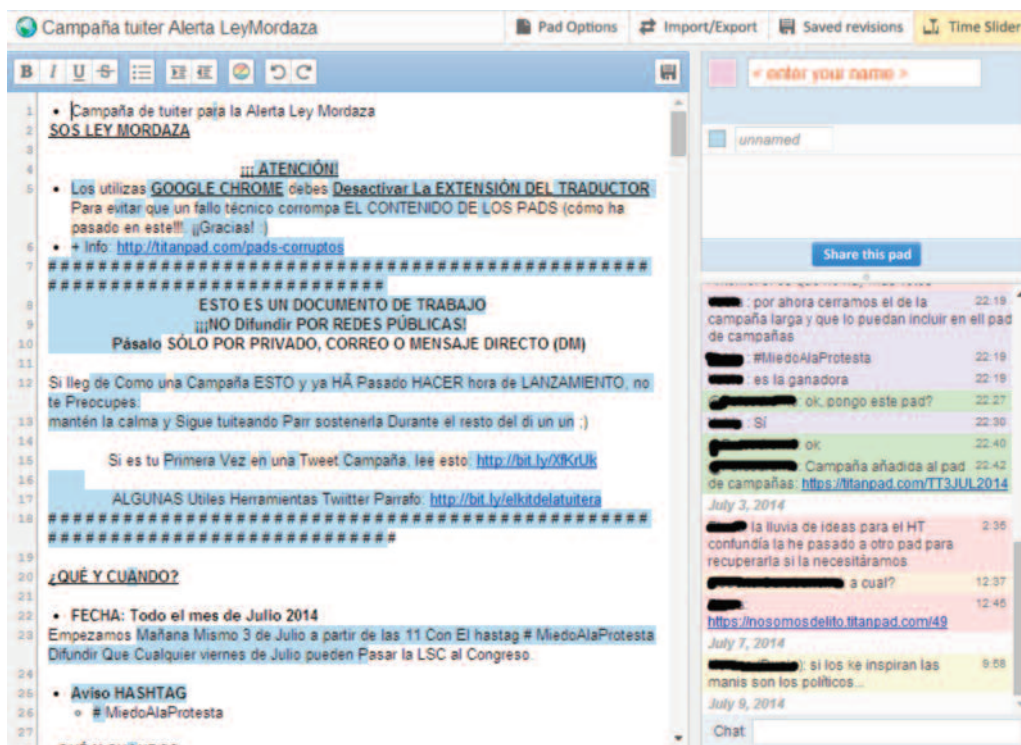
51. Procesadores de texto colaborativos multipersona.

52. Este agregador es conocido por producir un aumento exponencial de las visitas a una página si llega a situarse en su portada, lo que se denomina el "efecto meneame". Cfr <http://www.enriquedans.com/2008/08/anatomia-del-efecto-meneame.html> (última consulta en septiembre de 2014).

53. A través de la Red se organizó el grupo promotor, se encontraron accionistas de Bankia que pusiesen a disposición del equipo jurídico sus acciones para la personación como acusación particular, se recabaron pruebas para el proceso y se recaudaron casi 20.000 euros, en apenas 24 horas, para afrontar los costes procesales.

54. http://www.huffingtonpostes/2014/01/24/despilfarro-publico-web_n_4659291.html (última consulta en septiembre de 2014).

FIGURA 5.3. PAD DE PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA CONTRA LA LEY DE SEGURIDAD CIUDADANA



Es de destacar que en estos procesos colaborativos, si bien puede haber grupos promotores, más o menos reducidos, la participación en acciones o campañas está considerablemente abierta. No se exige una filiación o pertenencia, ni la acreditación de conocimientos específicos, ni siquiera se comprueba la identidad de los participantes. Y es que el concepto de identidad es otra de las variables que se transforman en la práctica política a través de Internet.

En estos entornos digitales, es común actuar bajo una multiplicidad de identidades que no tiene por qué corresponderse con la que se fija y acredita un Documento Nacional de Identidad. Una misma persona puede gestionar diferentes perfiles y, a la inversa, un perfil colectivo puede ser gestionado por varias personas. Podríamos hablar de la generación de identidades difusas en la Red, otra variable que altera la concepción tradicional del emisor en los procesos comunicativos, y que centra más la importancia en los mensajes.

Este elemento, como se expondrá más adelante, tiene hondas implicaciones en la tensión existente entre los marcos jurídicos que regulan la acción política y estas nuevas formas de participación. En estos ámbitos se facilita la actuación anónima o pseudo-anónima, así como se favorece la circulación de militancias a la que se hacía referencia con anterioridad.

Conclusiones parciales

De este repaso por las formas de hacer política, íntimamente relacionadas con el uso de Internet, podemos extraer los elementos esenciales que nos servirán para encarar la última parte del capítulo: examinar los espacios de tensión entre esta nueva política y aquella institucionalizada y regulada por el ordenamiento jurídico, con el fin de detectar los posibles cambios que la primera puede provocar en la segunda, así como las relaciones y reacciones entre los sujetos de uno y otro ámbito.

Haciendo una síntesis de estos factores, podemos resumirlos, a partir de la revolución en los procesos comunicativos de masas, en una aceleración y simplificación, en términos de reducción de costes, de las actividades relativas a la práctica política, así como en una alteración de elementos tradicionalmente fundamentales, como el concepto de militancia, el rol de la representación y la intermediación, los liderazgos, la definición de las identidades, los procesos de adopción de acuerdos, los mecanismos y espacios para la provisión de recursos, la capacidad de difusión o los modos de estructurar una organización y sus jerarquías.

Como ya apuntaba Smelser (1989), un contexto de tensión social (en este caso producido por la crisis) es un buen caldo de cultivo para la explosión de comportamientos políticos no institucionalizados, en situaciones en las que la acción social “estructurada” está bajo tensión, pero los medios institucionalizados para el dominio de esta tensión son inadecuados. A esto contribuye que estos sistemas sociales y políticos (a los que habría que añadir el jurídico) se transformen con menos dinamismo que sus sociedades.

5.4. RELACIONES, REACCIONES Y ESPACIOS DE TENSIÓN ENTRE LA POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LAS NUEVAS PRÁCTICAS Y ORGANIZACIONES

Hasta ahora hemos visto un marco jurídico aproximado de la política institucional, una política que, según los estudios y las encuestas citados, se encuentra en uno de sus momentos más críticos, en cuanto a la percepción que los jóvenes tienen de ella, al interés que les despierta. Veámos también que la valoración que los jóvenes hacen de la política está condicionada, primero, por su situación personal “fuera” de la “vida activa” y ajeno a responsabilidades laborales y familiares y, en segundo término, por una interpretación metonímica de la política —en general— subsumida en la política institucional. Pero, al mismo tiempo, y sin que la correlación tenga que implicar necesariamente causalidad, surgen nuevas formas de entender y de expresar lo político, con nuevas prácticas y transformaciones de los elementos clásicos, auspiciadas por las tecnologías de la información y la comunicación, en especial Internet.

El hecho de tratar por separado estas dos dimensiones no quiere decir que sean esferas separadas. Muy por el contrario, instituciones, partidos, sociedad, movimientos y campañas se afectan, generando un campo de tensiones donde se dan tanto experiencias de colaboración como otras de conflicto o enfrentamiento. El objetivo de este último apartado es visualizar estos espacios de tensión, así como las influencias mutuas y las reacciones que se producen, fundamentalmente, en sentidos opuestos. Por un lado, en la dirección de ampliar o institucionalizar nuevas formas de

hacer política, en un sentido regenerador de la democracia, y, por otro, reacciones institucionales que pretenden acotar y regular estas nuevas prácticas que, por momentos, desbordan los medios institucionales de control de estas tensiones.

Para elaborar esta visión de conjunto, se confrontarán los elementos fundamentales y definitorios de la nueva práctica política con las disposiciones del marco jurídico expuesto, a fin de escudriñar los encajes y los puntos de tensión. Al mismo tiempo, serán de utilidad las experiencias concretas de varias organizaciones sociales que, de algún modo, trabajan en colaboración o en contacto con la política institucional⁵⁵. Por último, se analizarán modificaciones legales realizadas en los últimos años y que tienen en común el incidir directamente sobre determinados aspectos de la acción política, estrechamente relacionados con organizaciones y prácticas no convencionales.

A. Encaje y desbordamiento legal de los nuevos tipos de organización y prácticas políticas

Por su naturaleza y sus procesos, el Derecho es una materia que se desarrolla y avanza con más lentitud de lo que lo hacen las prácticas sociales, más aún cuando sucede algún cambio brusco, sea en la ciencia, en tecnología, cultura, economía, etc. En nuestros días, como se viene repitiendo a lo largo de este trabajo, vivimos una revolución en las comunicaciones, con el foco puesto en Internet. Esta revolución tecnológica, al afectar a uno de los ámbitos más importantes del comportamiento y el desarrollo humano, la comunicación, desata, a su vez, cambios derivados y en cadena en otro tipo de áreas, entre ellas la política.

Posiblemente, la práctica más común (o al menos la más mediática) de los últimos años ha sido la manifestación. La situación económica ha sido, sin duda, una causa influyente para que los últimos años hayan estado plagados de manifestaciones,⁵⁶ pero también ha sido importante el papel que las TIC han tenido a la hora de convocarlas y difundirlas. Este fenómeno, que tuvo su primer episodio histórico relevante la noche pre-electoral del 13 de marzo de 2004,⁵⁷ se ha convertido en habitual a partir de las manifestaciones del 15 de mayo de 2011. A la capacidad de difundir una manifestación (que ya no necesita del eco de los medios de comunicación para poder ser masiva), se suma la velocidad con la que se convoca.⁵⁸ Pero no son éstas las cualidades que puedan entrar en conflicto con la regulación del Derecho de Reunión y Manifestación, sino lo relativo a su comunicación y publicidad.

55. Para lo que se han realizado una serie de encuestas a jóvenes que participan en colectivos, plataformas, asociaciones, etc.

56. http://es.wikipedia.org/wiki/Protestas_en_Espa%C3%B1a_de_2011-2014 (última consulta en diciembre de 2014).

57. <http://www.radiocable.com/la-noche-de-los-mensajes-cortos.html> (última consulta en febrero de 2015).

58. El día 2 de junio de 2014, a las 10:30 de la mañana, abdicaba Juan Carlos I. Tras el gran impacto que la noticia causó en las redes, surgieron decenas de convocatorias espontáneas en ciudades de toda España y en varias del extranjero. Con pocas horas de antelación, las convocatorias fueron secundadas por miles de personas.

Más información en http://wiki.15m.cc/wiki/Convocatoria_por_un_refer%C3%A9ndum_proceso_constituyente_y_la_III_Rep%C3%BAblica (última consulta en febrero de 2015).

Este tipo de manifestaciones espontáneas rara vez son comunicadas⁵⁹ y, sin duda, forman buena parte del conjunto de manifestaciones que, a lo largo del año, no cumplen con el trámite de la notificación⁶⁰. Para resolver estos casos de urgencia y facilitar el trámite de la comunicación, los Mossos d'Esquadra han habilitado en su web una pestaña para hacer las comunicaciones en línea⁶¹. Pero la urgencia no es la única razón para no comunicar una manifestación. Otra motivación para no hacerlo es la sanción económica que puede recaer sobre los convocantes en caso de producirse daños en personas o mobiliario urbano. Si bien es cierto que la sanción depende de las medidas que los promotores hayan dispuesto para el correcto desarrollo de la manifestación⁶², nada garantiza que la Administración entre a valorar las circunstancias específicas, como los recursos con los que los promotores cuentan, el número de personas que se congregan o si los responsables de los daños tienen o no relación con los promotores⁶³.

Así, se presenta una diatriba importante a la hora de seguir los cauces legales para la convocatoria de una manifestación. Choca el ejercicio de este derecho fundamental con la amenaza de una posible sanción y con lo costoso de los sucesivos recursos, administrativos y judiciales, para intentar librarse de ella. Pero estamos olvidando que el fin último de comunicar la convocatoria de una manifestación es ponerla en conocimiento de las autoridades, de manera que puedan desplegar los efectivos necesarios de protección civil y de policía para, precisamente, garantizar el libre ejercicio de este derecho.

Ahora bien, en casos de manifestaciones convocadas a través de Internet⁶⁴ y que alcanzan tal notoriedad que aparecen en los medios de comunicación, ¿sigue siendo obligatoria su comunicación? ¿No está lo suficientemente notificada? Durante estos últimos años hemos podido ver en numerosas ocasiones a responsables de la Administración advertir que una manifestación convocada era "ilegal" por no haberse comunicado según los canales legalmente establecidos⁶⁵. Sin embargo, al advertir esta problemática están dando por hecho que conocen de la existencia de la manifestación; luego, si el fin de la comunicación no puede ser en ningún momento el de pedir autorización, sino el de informar, no tiene sentido hablar de la "legalidad" de la misma.

59. El plazo de comunicación de una manifestación va desde los 30 hasta los 10 días antes de su celebración. En casos de urgencia, la LO 9/1999 permite hacerlo hasta 24 horas antes de la celebración.

60. Los datos del último Informe de Seguridad Ciudadana (2013) elevan a 1.485 las manifestaciones que no cumplieron los requisitos legales. http://www.eldiario.es/agendapublica/nueva-politica/Proyecto-Ley-Organica-Seguridad-Ciudadana_0_282771984.html (última consulta en junio de 2014)

61. <http://www.lavanguardia.com/vida/20140617/54410027701/mossos-activan-web-aplicacion-comunicar-manifestaciones.html> (última consulta en junio de 2014)-

62. Artículo 4.2, LO 9/1983.

63. Tras la manifestación "Rodea el Congreso", la Delegación del Gobierno en Madrid sancionó a una persona que había comunicado la concentración, a pesar de no formar parte de la Coordinadora 25S, nombre de la plataforma que preparó la protesta. <http://www.abc.es/20121017/local-madrid/abci-delegacion-gobierno-multa-euros-201210171252.html> (última consulta en junio de 2014).

64. Incluso es habitual habilitar "eventos" públicamente accesibles en la red social Facebook para difundir las convocatorias.

65. <http://www.libertaddigital.com/espana/2012-09-29/cifuentes-avisa-de-que-la-concentracion-de-hoy-es-ilegal-1276469964/> (última consulta en septiembre de 2014).

Otra lectura de este escenario es que la comunicación se requiera para identificar a los promotores de una manifestación, a la hora de evaluar las medidas que deben establecer para su correcto desarrollo. Sin embargo, ¿qué ocurre con manifestaciones convocadas en la red por cientos de personas a la vez? ¿Y si la convocatoria parte de perfiles colectivos en redes sociales, donde no se puede identificar precisamente a la persona en concreto que convoca?⁶⁶

Precisamente, el miedo a las sanciones económicas puede hacer que muchas personas prefieran manifestarse directamente en la Red. Es el caso de los llamados “ataques DDoS”, que consisten en aumentar artificialmente el tráfico de una página web hasta colapsar el servidor. A pesar de que esta práctica está expresamente tipificada en el Código Penal⁶⁷, existe una sensación de anonimato e inmunidad en Internet que anima a realizar este tipo de prácticas. Este razonamiento instintivo cuenta con cierto sustento jurídico, y es que la Ley Orgánica de Protección de Datos establece que los datos personales asociados a una dirección IP sólo se pueden entregar a los jueces o tribunales en el caso de que los delitos sean graves, categoría en la que no entran los DDoS.

Aun así, la consideración de estos “ataques” como delito no está libre de polémica. La saturación de una web con motivo de una protesta no se diferencia, en lo práctico, a la saturación de una calle, que afecta a los comercios y al uso del espacio público. Si no existe sustracción de información o daños en la web, el DDoS no es más que una manifestación puntual y de duración limitada que se realiza en la Red en lugar de en la calle.⁶⁸

Al igual que para las manifestaciones, la información/publicidad⁶⁹ y la determinación pública de responsabilidad⁷⁰ son los argumentos esenciales para el requerimiento de inscripción registral de las asociaciones constituidas⁷¹. Pero, si ya en el caso de las manifestaciones existen motivos para la no comunicación, con el asociacionismo ocurre algo similar. Según se observa en el apartado anterior, las formas organizativas han evolucionado hacia estructuras mucho más flexibles que las de las clásicas asociaciones. Al mismo tiempo, la militancia es más líquida, intermitente e intercambiable o compatible con otras simultáneamente.

Si pensamos en grandes plataformas conformadas en los últimos años (Democracia Real Ya,⁷² Juventud Sin Futuro, las Mareas, etc.) todas nacen sin tener en cuenta los pasos y requisitos adminis-

66. <http://www.publico.es/444358/ciudades-multa-a-50-participantes-en-la-protesta-de-ayer-en-el-congreso> (última consulta en septiembre de 2014).

67. Tras la reforma del Código Penal por la LO 5/2010, se castigan este tipo de prácticas con entre 6 meses y 2 años de prisión.

68. En este sentido, Stallman <http://urgente24.com/areax/2011/07/stallman-sobre-anonymous-son-manifestaciones-en-la-web/> o Jurado (2014: 102).

69. Artículo 10, LO 1/2002.

70. Artículo 15, LO 1/2002.

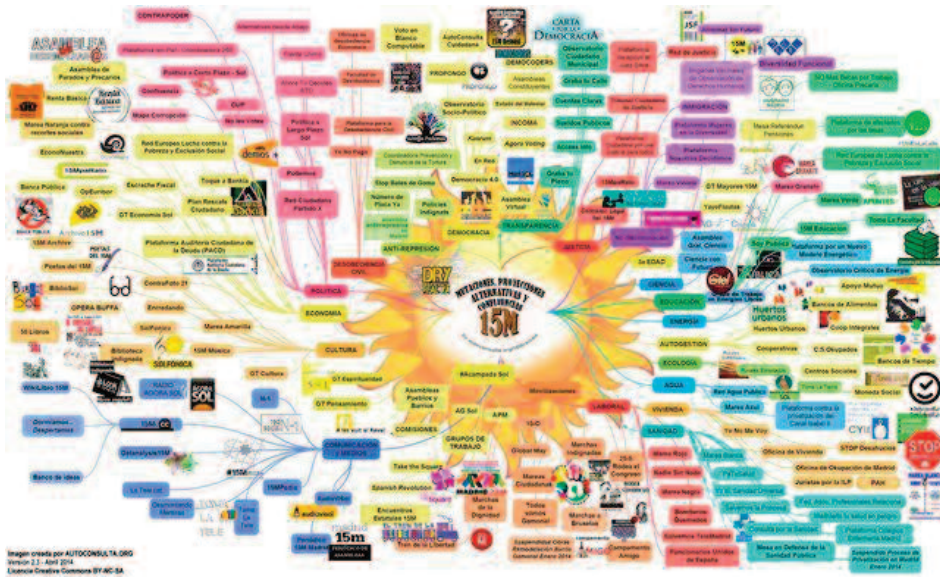
71. Toda vez que se elimina el control preventivo que disponía la legislación pre-constitucional.

72. El caso de la Plataforma Democracia Real Ya —convocante de las manifestaciones del 15 de mayo de 2011— es paradigmático en este punto, ya que albergó una escisión en su interior con parte de sus miembros que se constituyeron en asociación, a lo que la otra parte respondió con una campaña en redes sociales donde desautorizó tal constitución, a pesar de la inscripción en el Registro de Asociaciones. <http://www.democraciarealya.es/blog/2012/04/22/a-asociacion-democracia-real-ya-no-es-democracia-real-ya/> (última consulta en septiembde de 2014).

trativos de la inscripción (de estatutos o de acta fundacional), pero también sin la determinación de los órganos de gobierno que establece la legislación. Lo mismo sucede con otros pequeños colectivos que “se montan” continuamente en la Red. Esto no quiere decir que no posean un tipo de estructura, una división de las tareas o unas señas de identidad; simplemente, esos elementos se van desarrollando sobre la marcha y no tienen por qué dejar constancia en los registros públicos.

Existen varios factores fundamentales para comprender por qué han proliferado las formas asociativas al margen de las disposiciones que las pretenden regular en el ordenamiento jurídico. Una de ellas es la constitución distribuida en red, es decir, que la plataforma o colectivo en cuestión surja de un punto (o de varios) pero, inmediatamente, se replique libremente, ya sea territorialmente o en Internet. Esto dificulta la posibilidad de identificar el núcleo de los fundadores e imposibilita del todo la constitución mediante acta fundacional⁷³. Correlativa a esta forma de fundación es la adscripción de los asociados, que se produce de forma libre y sin mediar censo alguno, otra de las diferencias con lo establecido de manera genérica por la legislación. Y es que en este tipo de “militancias laxas”, la pertenencia a una organización es un criterio meramente subjetivo, donde el elemento volitivo —el querer pertenecer— suele bastar para hacerlo⁷⁴. Esto elimina el estatuto tradicional del militante, dotando a la organización de una gran capacidad de expansión, pero diluyendo otras garantías de estabilidad y permanencia en el tiempo⁷⁵.

FIGURA 5.4. MAPA DE LAS MUTACIONES DEL 15-M



73. Generalmente se sustituye ésta por un manifiesto fundacional al cual se adhieren grupos y personas a título individual. El manifiesto, que circula a gran velocidad por la Red, suele recoger ya los principios fundacionales de la organización en ciernes.

74. Dentro de ese “querer pertenecer” se da por hecho que se comparten los fines de la asociación en cuestión.

75. De hecho, al constituirse estas asociaciones en torno a un acontecimiento o a campañas en concreto, prima más la capacidad de desbordamiento y la eficacia a corto plazo que elementos como la estabilidad o la permanencia, lo que enlaza con el carácter intermitente y la propiedad de latencia de este tipo de organizaciones.

Este tipo de estructuras se caracterizan, pues, por ser en gran medida cambiantes, por tener un alto grado de mutabilidad en cortos periodos de tiempo. De hecho, sólo hace falta examinar la figura anterior para comprobar cómo, en apenas tres años, el acontecimiento 15-M ha derivado en la conformación de numerosos colectivos, contruidos con base en afinidades (estratégicas, de contenidos, de competencias...). También llama la atención que en estas mutaciones el factor territorial no es determinante, en parte debido a la característica de des-territorialización de Internet.

Existen varios problemas de encaje jurídico de este asociacionismo de nuevo cuño. Uno de ellos reside en el mandato legal de fomento y colaboración de la Administración con las asociaciones, ya que la *conditio sine qua non* para esta cooperación (en forma de subvenciones, de asesoramiento o de cesión de espacios públicos) es la previa inscripción de la asociación en el Registro. Otro pudiera ser el grado de indeterminación de los asociados, de cara a las responsabilidades civiles, mercantiles o penales en las que pudieran incurrir como miembros de la asociación. También podemos añadir a la lista la dificultad de operar en el mundo jurídico sin un Código de Identificación Fiscal (CIF).

Por parte del Derecho, nos encontramos con la incapacidad de seguir de cerca y regular estas dinámicas y cambiantes formas asociativas. Los plazos y estructuras con las que se juega en lo jurídico son demasiado rígidos como para saber y poder encajar estas realidades sociales, que se transforman a una velocidad muy superior. Así, el reto del Legislador debiera ser poder comprender la naturaleza de estas asociaciones y buscar las fórmulas para poder darles cabida en el plano institucional sin necesidad de condicionar sus estructuras y su funcionamiento, respetando características como la ausencia de órganos de dirección o el asociacionismo flexible y anónimo.

Por parte de las asociaciones, éstas suelen suplir los inconvenientes de existir fuera del registro y sin forma jurídica utilizando instrumentalmente a otras asociaciones sí registradas o creando una *ad hoc*, lo que, en vez de resolver las cuestiones planteadas, las suele complicar aún más.

Precisamente, la instrumentalización de formas jurídicas institucionales mezclada con nuevas formas de asociacionismo y militancia política son dos de las características de algunos de los nuevos partidos políticos que se han creado desde posiciones cercanas a los movimientos sociales (Podemos, Partido X o Participa, son los más conocidos). De hecho, se conciben a sí mismos como partidos instrumento, con el objetivo de penetrar en las instituciones sin perder la esencia y la naturaleza de las organizaciones políticas no convencionales.

Estos nuevos partidos han tenido que cumplimentar el trámite de registro para poder concurrir a las elecciones europeas de 2014, sin embargo, lo han hecho de formas diferentes. Participa tomó como instrumento una organización que ya estaba registrada por algunos de sus miembros desde hacía años. El Partido X se registró con personas que, por lo observado después, no forman parte del núcleo fuerte del partido. Por último, Podemos sí fue registrado por algunos de los que, hasta el momento, han ejercido competencias de grupo motor.

Pero el registro, aún cuando coincidan los primeros titulares con el grupo promotor, fueron un mero trámite para Podemos, cuyos estatutos y organigrama originales lo eran provisionalmente hasta la asamblea constituyente de la formación, que tuvo lugar en el otoño de 2014. Desde su fundación como partido, Podemos ha atravesado varias etapas organizativas, que no se identificaban con lo dispuesto en su trámite de registro público. En una primera fase, el partido adoptó formas de organización muy abiertas y distribuidas, en un crecimiento por desbordamiento similar al que experimentaron los movimientos sociales en el acontecimiento 15-M. Después, con la celebración de su asamblea constituyente, Podemos ha dado un giro hacia formas organizativas más próximas a los partidos clásicos, estableciendo cargos y organismos territoriales, que se han superpuesto sobre los grupos de organización informales, conocidos como “círculos”. Esta nueva organización no se ha trasladado aún a los estatutos registrados por el Ministerio del Interior, deslindándose así lo que suponen los trámites legales de constitución de un partido y el funcionamiento con el que luego se desenvuelva.

Como se apreció en el apartado dedicado a la legislación, la regulación de los partidos políticos es bastante parca en cuanto a la determinación de sus reglas de funcionamiento y estructura, dejando a su libre arbitrio cuestiones importantes, como los modos de elección de sus cargos o los sistemas de elección de candidatos. Tan sólo el artículo 7.1 de la Ley de Partidos hacía referencia a una “estructura interna y funcionamiento democráticos”, y el 7.2 a la celebración de una Asamblea General de Miembros, sin especificar cada cuánto tiempo, y que se puede conformar a través de representantes territoriales.

Siendo los criterios organizativos y de funcionamiento bastante laxos en el ordenamiento jurídico, los espacios de tensión entre nuevas y tradicionales formas de partidos políticos no radican en aspectos que desborden la legislación, sino en las diferencias entre las dinámicas internas que se dan en el seno de cada uno, generalmente en ámbitos como la estructura, la participación interna en las decisiones, la transparencia y la financiación.

Precisamente, es en este último punto donde los nuevos partidos se ven perjudicados por la legislación vigente en lo referente a los gastos de la campaña electoral y a las subvenciones estipuladas y que se proveen a cargo de los Presupuestos Generales del Estado. Y es que uno de los principios éticos de estos nuevos partidos es el de financiarse al margen de las entidades bancarias y financieras, recurriendo, por ejemplo, al micromecenazgo en Internet (o *crowdfunding*). En el caso particular de Podemos⁷⁶, al que, por sus resultados en las elecciones europeas, como ya hemos comentado, le corresponderían aproximadamente un millón y medio de euros, comprobamos cómo la legislación no sólo no promueve este tipo de autosuficiencia financiera de los partidos, sino que los perjudica, promocionando el endeudamiento previo en la campaña. A tenor del artículo 127 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, las subvenciones estatales para la campaña electoral de los partidos no pueden sobrepasar el total invertido en la misma, lo que obliga a los partidos a hacer un cálculo estimado de los votos que puedan recibir —y, por

76. <http://www.abc.es/espana/20140602/abci-podemos-gran-negocio-electoral-201405291226.html>

consiguiente, del montante de la subvención que le correspondería—, si quieren maximizar los fondos que invertir en campaña.⁷⁷

Quizás donde reside el mayor reto de Podemos y los nuevos tipos de partido que intentan incorporar elementos de la política distribuida en red es en aspectos estructurales y de militancia. Al contrario que en los partidos clásicos, la conformación de subgrupos (territoriales o sectoriales) en Podemos ha sido libre, sin supervisión de ningún tipo de aparato o grupo promotor. Estos subgrupos, llamados “círculos”, permanecen, además, abiertos a la participación de cualquier persona,⁷⁸ incorporando las propiedades de esa militancia flexible (incluso la multimilitancia) que enumerábamos como una de las características de los movimientos sociales de nuevo cuño. Es también relevante que, prácticamente de manera simultánea, la creación de un nuevo círculo conlleva la apertura de su perfil correspondiente en redes sociales. A parte del registro de círculos que se pueda llevar desde la web, esta creación e interconexión de perfiles en redes supone el primer reconocimiento entre círculos, y el punto de acceso e información primario para las personas afines al círculo (por proximidad o especialidad), sustituyendo en esa función a las sedes físicas, y es que este tipo de partidos (como Podemos, Partido X, Partido Pirata o Participa) no tienen sedes físicas asociadas.

Sin duda, estos elementos forman parte del conjunto de estrategias de Podemos para las elecciones europeas. Una estructura abierta y una militancia libre y flexible propician un crecimiento exponencial y desbordante. Sin embargo, una vez establecido dentro del sistema de partidos (al menos por las estimaciones de voto que le dan las encuestas), el núcleo dirigente de Podemos ha optado por un repliegue hacia formas más institucionalizadas de partido. Se pretende, en esta fase, controlar y homogeneizar el mensaje, establecer órganos de dirección territorial definidos e identificables. Tras esta transformación, aún permanece como novedad el sistema de inscripción en la web de Podemos como requisito único para participar en los procesos de elecciones y toma de decisiones internas. *De facto*, se ha constituido un doble tipo de militancia: una abierta y no reflejada en el libro de afiliados, que se efectúa *online* y que tiene pocas formas de control, y otra formal, diferenciada en los propios documentos organizativos de Podemos, y que se corresponde con la afiliación de la que habla la Ley Orgánica de Partidos.

En relación a la transparencia, se introduce a través de estos partidos de nueva creación la práctica de colgar en sus webs todo documento relativo a sus ingresos y gastos, al estado de sus cuentas.⁷⁹

Por último, otras prácticas innovadoras han sido la elaboración colaborativa de los programas a través de herramientas donde la gente (sin necesidad de identificarse como militantes) ha

77. Incluso el modelo de micromecenazgo y las donaciones están restringidos por el artículo 5.1a de la Ley de Financiación de Partidos, prohibiéndose las donaciones anónimas, finalistas y revocables. El crowdfunding se caracteriza, precisamente, por esos tres elementos: son donaciones que en gran parte figuran como anónimas, suelen ser destinadas para un fin en concreto y, de no llevarse a cabo el proyecto que financian, tienen condición de revocabilidad automática.

78. <http://podemos.info/circuitos/> (última consulta en diciembre de 2014).

79. Cuentas de Podemos <http://podemos.info/cuentas-claras/> (última consulta en diciembre de 2014) y cuentas del Partido X <http://partidox.org/cuentas/> (última consulta en septiembre de 2014).

podido hacer sus aportaciones⁸⁰ y, quizás, la más mediática y la que más empieza a influir incluso en los grandes partidos tradicionales: la elección de candidatos mediante primarias.⁸¹ Estos avances en la participación directa, aun en el ámbito de la propia organización, van en la línea de los nuevos sistemas de participación que se proponen en los respectivos programas de estos partidos. Todos ellos apuestan por habilitar vías directas en la proposición y en la toma de decisiones dentro de las instituciones del Estado, ya sea a través del voto directo, de la proposición de leyes o desde mecanismos de fiscalización y rendición de cuentas como el mandato participativo.

Precisamente, son la participación y la transparencia elementos fundamentales de la regeneración y ampliación democrática por la que se pugna desde los movimientos sociales, y que conecta con las preocupaciones que la sociedad muestra respecto de la política institucional: la corrupción y la creación de núcleos privilegiados de poder entre los representantes políticos. Quizás porque, *a priori*, son reivindicaciones “desideologizadas”,⁸² es en estas áreas donde se está produciendo una colaboración y, en ciernes, una mayor influencia sobre la política institucional, fenómeno que analizaremos a continuación, con la ayuda de experiencias concretas de algunos colectivos, en los que son de especial relevancia el papel de los jóvenes y la importancia de Internet.

B. Experiencias concretas de colaboración

Los espacios de tensión entre la política institucional y los movimientos sociales (con sus correlativas prácticas políticas) no sólo se materializan en actos de protesta o competencia, sino que hay espacios donde se dan ciertos tipos de cooperación. Como se apuntaba antes, es en los campos de la participación ciudadana y la transparencia (como aspiraciones políticas que están ganando peso en la sociedad) donde se pueden encontrar muchas de estas experiencias. A continuación se enumeran algunas de ellas, junto con las valoraciones de sus protagonistas.⁸³

Respecto a la transparencia, encontramos colectivos como Openkratio,⁸⁴ que se autodefinen como “ciudadanas y ciudadanos motivados por inculcar en la sociedad los principios del Gobierno y los Datos Abiertos”. Su relación con instituciones y partidos va desde el asesoramiento en materia de gobierno y datos abiertos, como en las jornadas con el Parlamento y la Cámara de Cuentas de la Comunidad de Andalucía o durante la Conferencia Política del PSOE de 2013, hasta la participación en proyectos legislativos como las leyes de Participación y Transparencia de esa misma Comunidad.

80. <http://podemos.info/etapas-del-programa-colaborativo/> (última consulta en diciembre de 2014).

81. Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre las primarias de Partido X, Participa, Podemos, etc. con el resto: cualquier persona podía ser propuesta (por otra persona o por un círculo, en caso de Podemos), y cualquier persona podía votar. Esto las diferencia de las recientes primarias celebradas por IU y PSOE.

82. Entendidas como un patrimonio que no pertenece a ningún marco categorial ideológico en concreto.

83. Los cuestionarios sobre los que se funda esta parte del trabajo se pueden encontrar en el Anexo 2.

84. <http://openkratio.org/> (última consulta en septiembre de 2014).

Junto a ellos se encuentra la iniciativa “Qué hacen los diputados”,⁸⁵ cuyo trabajo consiste en la “monitorización de las tareas parlamentarias a través de la tecnología y el análisis de la actividad desde un punto de vista periodístico”, y cuyos objetivos son “proveer a cualquier persona que pueda acceder a Internet una herramienta con la que poder seguir la actualidad del proceso legislativo; incidir en la mejora de la transparencia parlamentaria y conseguir que la ciudadanía forme parte del proceso de toma de decisiones”.

Por último, en lo que a transparencia se refiere, se incluye a Cuentas Claras,⁸⁶ plataforma ciudadana encargada de analizar los mecanismos de financiación de los partidos políticos, proporcionando estudios y nuevos modelos que corrijan la opacidad del actual sistema y marco legal de financiación. Este año, un miembro de Cuentas Claras fue invitado por el grupo parlamentario de la Izquierda Plural a la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados para hablar sobre transparencia y financiación de los partidos.⁸⁷

En el marco de la participación, tenemos a Agora Voting,⁸⁸ una mezcla entre colectivo y herramienta-web para la toma de decisiones. Han aportado su *software* (libre) y sus conocimientos a proyectos como #CongresoTransparente, una iniciativa impulsada junto a Equo y Compromis, donde el diputado Joan Baldoví cedia su escaño para la enmienda y votación del proyecto de Ley de Transparencia a la participación ciudadana.⁸⁹ También han ofrecido soporte a las primarias que celebraron Podemos y el Partido Pirata de cara a la elección de sus candidatos para las elecciones al Parlamento Europeo.

También en este ámbito se encuentra la iniciativa Por la Democracia Directa,⁹⁰ que se apoya en el Derecho de Petición (artículo 29 de la Constitución) para solicitar una reforma constitucional que aumente las posibilidades y la eficacia de las vías institucionales de participación directa (ILP y Referéndum) que, como vimos en el apartado 5.1, distan mucho de ser herramientas efectivas para el fin que deben cumplir.⁹¹ La Petición que elaboraron fue adoptada en primer término por el Parlamento de Asturias y, próximamente, llegará al Congreso de los Diputados.

Son de interés los procesos de participación abiertos desde el colectivo de arquitectos Paisaje Transversal,⁹² un grupo dedicado a “impulsar, coordinar, diseñar y asesorar procesos innovadores

85. <http://quehacenlosdiputados.net/> (última consulta en septiembre de 2014).

86. <http://cuentas-claras.org/> (última consulta en septiembre de 2014).

87. <https://www.youtube.com/watch?v=GloKdSW2-VU> (última consulta en septiembre de 2014).

88. <https://agoravoting.com/> (última consulta en febrero de 2015).

89. Se pueden consultar diversas noticias sobre la iniciativa desde la url <https://agoravoting.com/misc/page/press> (última consulta en enero de 2015).

90. <http://porlademocraciadirecta.org/> (última consulta en diciembre de 2014).

91. <http://porlademocraciadirecta.org/preguntas-frecuentes-sobre-las-cuestiones-legales/> (última consulta en diciembre de 2014).

92. <http://www.paisajetransversal.com/> (última consulta en diciembre de 2014).

de transformación y análisis urbano desde la participación, la ecología, las herramientas digitales y la creatividad”, cuyo objetivo es procurar una “construcción más democrática de la ciudad y el territorio”. Entre los proyectos de colaboración con diferentes administraciones en los que participan encontramos el de la planificación y mejora de los barrios de Olot,⁹³ el Zaragoza Open City 2020, un proceso para la creación de un Laboratorio Urbano Abierto en Zaragoza o el de Auzoetxeak, consistente en el asesoramiento al área de participación del Ayuntamiento de Donostia para la redacción de un marco conceptual para *Auzoetxes* (casas de barrio).

Por último, en lo que a colaboración en el campo de la participación política se refiere, se constituyó, a finales de 2012, Democracia Digital Andalucía, uno de los grupos motores que participaron en el proceso colaborativo para la redacción de la futura Ley de Participación andaluza⁹⁴ para la que elaboraron un completo informe donde desarrollaron teóricamente todo un sistema de participación ciudadana apoyado en el uso de las tecnologías de la comunicación.⁹⁵

Para empezar, decir que, en palabras de todos los participantes de los diferentes colectivos encuestados, Internet es un componente fundamental en el desarrollo de sus proyectos. Coinciden en remarcar que facilita los procesos comunicativos internos, que incentiva la colaboración remota, que centraliza (en sus webs) la exposición de su trabajo y que es su principal herramienta de difusión.

Entrando ya en el terreno de la cooperación con las instituciones, todas las encuestas arrojan un denominador común: es más fácil para los colectivos y movimientos acceder de un modo informal a los partidos políticos que a las propias instituciones. De hecho, experiencias como #Congreso-Transparente o la tramitación del Derecho de Petición de “Por la Democracia Directa” no hubieran sido posibles sin la intermediación de algunos partidos políticos que, de alguna forma, “apadrinaron” las iniciativas. Precisamente, desde “Qué Hacen los Diputados” se quejan de que no existen mecanismos formales para que su interlocución con las instituciones —que son realmente el objeto de su actividad— sea directa, de que no existan “canales oficiales” de acceso a ellas.

Incluso en los casos en los que es la propia institución la que abre el marco de colaboración (caso de las leyes de Participación y Transparencia en Andalucía) dichos proyectos han sido abanderados respectivamente por cada uno de los partidos en el gobierno, siendo apuestas partidistas individuales, aunque con parecidos resultados en términos de esa colaboración. Ninguno de los colectivos consultados, participantes en los mismos, se muestra satisfecho con el resultado final.⁹⁶

93. <http://www.paisajetransversal.org/search/label/%23OlotM%C3%A9sB> (última consulta en diciembre de 2014).

94. <http://www.juntadeandalucia.es/administracionlocalyrelacionesinstitucionales/ocms/ocms/leyparticipacionciudadana/paraque.html> (última consulta en diciembre de 2014).

95. <http://openratio.org/democracia-digital-en-la-ley-andaluza-de-participacion/> (última consulta en enero de 2015).

96. Hay que matizar que el proyecto de Ley de Participación aún no está presentado, incumpliendo los plazos que se establecieron al inicio del proceso de colaboración.

Se sale un poco del conjunto descrito el caso de Paisaje Transversal, ya que esta “oficina de innovación urbana” está constituida como Sociedad Limitada Laboral (después de haber pasado por las formas de “asociación estudiantil” y “asociación” genérica), por lo que el grueso de sus colaboraciones con las instituciones se hace en clave mercantil, siendo las administraciones sus clientes. A parte de este caso, ninguno del resto de los colectivos ha recibido subvenciones ni apoyo de ninguna institución, a pesar de que algunos sí que están inscritos en el registro de asociaciones (aunque, como en el caso de Openkratio, reconozcan que de manera instrumental). De este modo, se puede concluir no ya que el trabajo que se ofrece a las instituciones sea sin ánimo de lucro, sino que es completamente gratuito, lo que dificulta que los miembros de estos grupos puedan dedicarse a fondo a estas tareas.⁹⁷

Respecto a la evaluación que estos colectivos hacen de la experiencia de cooperación con las instituciones, si bien éstos destacan que es importante que se den cada vez más estos procesos, todos coinciden en que los resultados no son los esperados, ya sea porque no acaban fructificando en nada concreto (Qué Hacen, Cuentas Claras, Openkratio) o porque sufren una gran transformación durante el proceso y el resultado es bastante distinto (leyes de Transparencia y Participación en Andalucía).

Recientemente, acaba de ver la luz el proyecto de Ley de Participación andaluza,⁹⁸ impulsado por el equipo de Gobierno de la Junta, y del que se pueden extraer varias e interesantes conclusiones. En primer lugar, en relación con aspectos fundamentales que se tratan en este texto, es de destacar que el propio legislador autonómico toma en consideración el contexto político actual, reconociendo la demanda social creciente de más capacidad de participación en la toma de decisiones de las políticas públicas. Sin embargo, en la misma exposición de motivos, ya encontramos el argumento legal sobre el que se basan para deslindar la participación ciudadana de cualquier relación vinculante que pueda establecerse con los poderes públicos. Establece el proyecto de ley una distinción (jurídicamente novedosa) entre el derecho a la participación ciudadana (que se entiende que nace con esta ley) y un derecho de participación política amplio (el que viene recogido en el artículo 23.1 de la Constitución). Así, al someterse el primero al segundo, se determina la imposibilidad de hacer vinculantes las manifestaciones de voluntad política ciudadana para los cargos electos.⁹⁹

Por otro lado, es francamente innovador el paso que se da a la hora de reconocer identidad y personalidad a asociaciones no inscritas en el Registro, reconocimiento que sirve para reconocerle los derechos colectivos de participación que instaura la ley, así como para establecer canales

97. Cuestión que se complica para los perfiles multiactivistas, es decir, las personas que participan en varios colectivos e iniciativas simultáneamente.

98. <http://www.juntadeandalucia.es/administracionlocalyrelacionesinstitucionales/cms/export/sites/default/portal/anteproyectoleyparticipacionciudadana.pdf> (última consulta en diciembre de 2014).

99. Desde un punto de vista jurídico-técnico, es bastante dudosa la diferenciación entre dos derechos que, en esencia, son el mismo; así como la lectura del artículo 23.1 CE en el sentido de reservar a los cargos electos (participación indirecta) la exclusiva potestad decisoria.

de colaboración entre estas organizaciones no registradas y la Administración. Responde así, por primera vez, un texto legal al problema al que se hacía referencia anteriormente, la dificultad de encajar nuevas formas asociativas con la legislación estatal vigente.

Retornando al ámbito de la colaboración, dadas las experiencias que aquí se citan, la pregunta, entonces, sería ¿qué lleva a estos partidos e instituciones a buscar la colaboración con los movimientos sociales? A lo que los activistas responden unánimemente que, por un lado, abrir estos procesos —aún informales— de cooperación supone una exigencia del contexto político y social actual, donde crece día a día la impresión de que las instituciones se encuentran muy alejadas de la sociedad. Por otro lado, también existe la percepción y la sospecha del oportunismo político, tanto a la hora de recabar ideas y proyectos que poder presentar como iniciativas propias, como ante la posibilidad de poder “vender electoralmente” la propia colaboración.¹⁰⁰

Por tanto, en pleno debate sobre la necesaria regeneración democrática, donde los ejes de participación política y transparencia ocupan un lugar central en el debate y la opinión pública, se atisba un tímido intento por parte de la política institucional de abrirse a nuevas propuestas y a la colaboración con los movimientos sociales, pero los resultados distan de ser los pretendidos. Al mismo tiempo, es importante destacar que, como sucede con el propio marco jurídico de la participación política, es determinante la figura intermediadora de los partidos políticos, aun cuando los proyectos busquen el interés general o vayan dirigidos a unas instituciones que, en principio, deberían ser neutrales. Se reproducen, por tanto, las estructuras y superestructuras de la representación, dejando un muy estrecho margen para la acción y participación directa.

C. Conflicto y reacción normativa desde la política institucional

Es evidente que el conflicto social ha aumentado considerablemente en estos últimos años, en parte debido a los efectos de la crisis económica y en parte por el incremento de las movilizaciones ciudadanas de protesta. La situación de descrédito social en la que viven las instituciones se corrobora a cada encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas y, por una causa o por la otra, las reacciones gubernamentales en forma de reformas legales en materias de indole política han empezado a aparecer.

Ya en 2012, la vicepresidenta del Gobierno adelantaba el encargo al Centro de Estudios Políticos y Constitucionales de un informe sobre “regeneración democrática”.¹⁰¹ Hoy, esas intenciones se han materializado parcialmente en la Ley 19/2013 sobre Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.¹⁰² Precisamente, la elaboración de esta ley contó con un periodo abierto a la colaboración ciudadana, para la que se habilitaron diferentes canales de partici-

100. Es destacable que, salvo el miembro de Paisaje Transversal, ninguno de los encuestados ha aludido a factores ideológicos de los partidos a la hora de buscar canales de comunicación con los movimientos, a pesar de que son los partidos pequeños los que más buscan estas vías.

101. http://politica.elpais.com/politica/2012/10/08/actualidad/1349729395_320853.html (última consulta en septiembre de 2014).

102. <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf> (última consulta en septiembre de 2014).

pación: una web que centralizara las aportaciones,¹⁰³ un “buzón electrónico” y perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter. Dicho proceso contó con 3.683 “observaciones” al borrador (14 de ellas a través del Registro), en un plazo de 2 semanas (del 25 de marzo al 11 de abril de 2012). Sin ánimo de hacer en este trabajo una evaluación de la citada Ley y del proceso de aportaciones, baste adjuntar el informe del Gobierno sobre el proceso¹⁰⁴ y la valoración desde distintas plataformas ciudadanas especializadas.¹⁰⁵

Aparte de la Ley de Transparencia, la “regeneración democrática” prometida se ha traducido en algunos “globos sonda”. El Gobierno ha avanzado las propuesta de reducir el número de aforados y de que la elección de los alcaldes se realice de manera directa, evitando, por tanto, que las coaliciones entre partidos eviten que la candidatura más votada alcance la alcaldía.¹⁰⁶ Sin embargo, hasta el momento de escribir estas líneas no hay propuestas formales de cómo se ejecutarán estas medidas, que quedan aplazadas a septiembre de 2014.

Lo que sí empieza a tener cuerpo normativo son otras reformas orientadas a la limitación, vía administrativa o vía penal, de ciertas acciones de protesta. De hecho, se están acompasando las reformas en el Código Penal con la aprobación de la Ley de Seguridad Ciudadana, que pretende hacer efectivo el afán que se viene mostrando desde hace meses en distintos ámbitos de la Administración por regular tanto la libertad de expresión como el derecho de reunión y manifestación.¹⁰⁷

Parece evidente que la potencia que imprimen las redes sociales a la convocatoria de protestas supone un motivo de preocupación y conlleva la inserción de normas, como el artículo 30.3 del proyecto de Ley de Seguridad Ciudadana, que reza:

“A los efectos de esta ley se considerarán organizadores o promotores de las reuniones en lugares de tránsito público o manifestaciones las personas físicas o jurídicas que hayan suscrito la preceptiva comunicación. Asimismo, aun no habiendo suscrito o presentado la comunicación, también se considerarán organizadores o promotores quienes de hecho las presidan, dirijan o ejerzan actos semejantes, o quienes por publicaciones o declaraciones de convocatoria de las mismas, por las manifestaciones orales o escritas que en ellas se difundan, por los lemas, banderas u otros signos que ostenten o por cualesquiera otros hechos pueda determinarse razonablemente que son directores de aquéllas.”

103. www.leydetransparencia.gob.es (última consulta en diciembre de 2014).

104. <http://www.access-info.org/documents/105482716-Informe-del-Ministerio-de-Presidencia.pdf> (última consulta en junio de 2014).

105. Acces Info <http://www.access-info.org/es/espana/521-comment-spanish-law> Coalición Pro Acceso <http://www.proacceso.org/actual/> (última consulta en junio de 2014).

106. http://politicaelpais.com/politica/2014/06/30/actualidad/1404130699_560893.html (última consulta en septiembre de 2014).

107. Algunas valoraciones interesantes de estas nuevas reformas legales en <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/jaqueperpetuo/2014/07/15/ley-mordaza-un-monstruo-juridico-de-tres.html> y <http://www.abogacia.es/2014/03/27/reflexiones-criticas-sobre-el-anteproyecto-de-ley-organica-de-seguridad-ciudadana/> (última consulta en septiembre de 2014).

Como se puede comprobar, el problema jurídico al que se aludía en apartados anteriores, relativo a la comunicación de las manifestaciones y a la identificación de los convocantes, pretende ser cubierto por este artículo. Es decir, en lugar de atender a la finalidad¹⁰⁸ primigenia del requisito de comunicación (informar a las autoridades para que garanticen el buen funcionamiento de la manifestación) y legislar de acuerdo a las nuevas formas de comunicar públicamente una convocatoria, se ha optado por una vía restrictiva que, además, crea inseguridad jurídica y pone en peligro derechos fundamentales.¹⁰⁹

Se encuentran en estos proyectos de ley muchos otros artículos que parecen redactados a medida del tipo de protestas que se vienen realizando durante los últimos años, pero es de destacar uno de ellos por guardar una relación directa con una de las prácticas que se han hecho habituales en las manifestaciones y donde el papel de las tecnologías de la comunicación es capital.

El artículo 26 del proyecto de Ley de Seguridad Ciudadana dice:

“El uso no autorizado de imágenes o datos personales o profesionales de autoridades o miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad que pueda poner en peligro la seguridad personal o familiar de los agentes, de las instalaciones protegidas o en riesgo el éxito de una operación, con respeto al derecho fundamental a la información.”

Y es que los teléfonos móviles con capacidad para grabar vídeos se han convertido en una herramienta fundamental para difundir (en tiempo real o en diferido) qué sucede en una protesta. De hecho, gracias a estas grabaciones se han podido aportar después pruebas gráficas a los procesos judiciales que han sobrevenido a muchas de las manifestaciones más numerosas y que han acabado con enfrentamientos entre manifestantes y la policía. Ciertamente, la alarma que se ha creado desde las instituciones y los medios de comunicación sobre la necesidad de regular las manifestaciones contrasta con las sentencias judiciales emitidas por los tribunales que han llevado procesos contra manifestantes.¹¹⁰

Al mismo tiempo, contrasta esta urgente necesidad de regular las manifestaciones con el decreciente número de manifestaciones que no cumplen la normativa, que disminuye año tras año.¹¹¹ Ésta es la opinión del profesor Presno Linera, que observa tras estas reformas la intención de aplicar lo que se conoce como el “derecho administrativo del enemigo”.¹¹²

108. Atendiendo al criterio teleológico de interpretación de la norma del artículo 3 del Código Civil.

109. La determinación de quiénes son los convocantes o responsables de una manifestación que carece de los mismos deja en manos de sujetos, que no son jueces, la determinación de la autoría de posibles delitos, corriéndose el riesgo de que se haga de forma arbitraria y coartando, de antemano, el libre ejercicio de este derecho.

110. http://www.eldiario.es/politica/va-ganando-batalla-judicialL0_132287291.html (última consulta en diciembre de 2014).

111. http://www.eldiario.es/agendapublica/nueva-politica/Proyecto-Ley-Organica-Seguridad-Ciudadana_0_282771984.html (última consulta en diciembre de 2014).

112. <https://presnoliner.wordpress.com/2014/05/14/el-anteproyecto-de-ley-de-seguridad-ciudadana-como-derecho-administrativo-del-enemigo/> (última consulta en diciembre de 2014).

Junto a estas reformas legales, hay que añadir otras que abordan de una manera restrictiva el impacto que Internet está produciendo en muchos ámbitos de la realidad. Son destacables la normativa relativa al cierre de webs sin autorización judicial recogida en la Ley de Propiedad Intelectual o los primeros conatos de regulación del micromecenazgo en la Red, fuente de financiación habitual de colectivos y plataformas sociales, y cuyo contenido aún no se ha concretado. En relación con la financiación de la campaña de Podemos para las elecciones al Parlamento Europeo, el Tribunal de Cuentas ya ha advertido la necesidad de regular este tipo de financiación.¹¹³

Finalmente, ha habido muchas voces que han pedido regular las expresiones y declaraciones singulares en las redes sociales, intención que hasta ha sido mencionada por el Ministro del Interior,¹¹⁴ al hablar de la necesidad de “poner coto a través de instrumentos legales adicionales”. Desde un punto de vista jurídico, pero fundamentalmente práctico, tendría muy poco sentido esta medida. Primero, porque los delitos que presuntamente se pretenden perseguir ya están tipificados en la vigente normativa penal y, segundo, porque no habría recursos humanos y materiales para hacer tal rastreo.

5.5. CONCLUSIONES

En este capítulo se ha presentado un marco jurídico regulador de diferentes modos de participación política por vías institucionalizadas. El sistema resultante de esta regulación jurídica, junto a sus principales órganos y actores, que hemos denominado “política institucional” alcanza, hoy día, sus peores valoraciones en cuanto al interés que despierta en los jóvenes. Una de las posibles explicaciones a este fenómeno pudiera ser la necesidad de encontrarse en edad laboral y con cargas familiares para interesarse por la política pero, a tenor del seguimiento entre los jóvenes de expresiones como el 15-M, también podemos observar que existe una interpretación metonímica de lo que es la política, subsumiendo su sentido amplio en lo institucional.

Es a raíz del 15-M cuando se empiezan a socializar una serie de prácticas políticas que no encajan en los marcos regulatorios existentes. Entre ellas, hemos destacado diferencias en las formas de asociacionismo, ampliaciones en las formas de participación en las deliberaciones y las tomas de decisiones, nuevas concepciones de liderazgo y estructura, mayor mutabilidad de las organizaciones, flexibilidad en la participación, aunque acompañada de más canales, una mayor sensibilidad por la transparencia y, en definitiva, la exigencia (mediante la práctica) de la posibilidad de aumentar la implicación de las personas en la política.

Las hipótesis que parecen cumplirse, entonces, parten de un contexto en el que coinciden el alto grado de erosión de las instituciones políticas clásicas con nuevas formas de participación, acción

113. <http://www.europapresses.es/nacional/noticia-tribunal-cuentas-insta-regular-financiacion-partidos-via-crowdfunding-20150105152133.html> (última consulta en enero de 2015).

114. <http://www.20minutos.es/noticia/2139052/0/redes-sociales/delitos/insultos/> (última consulta en diciembre de 2014).

y asociación, íntimamente relacionadas con Internet, concebido como espacio y como herramienta. A partir de ahí, se ha visto la dificultad de encajar muchas de estas nuevas prácticas en la legislación actual, sobre todo en lo referente a la publicidad, los registros y la temporalidad. Precisamente, estas tres dimensiones están fuertemente determinadas por el efecto que producen las nuevas tecnologías en los procesos comunicativos.

Por otro lado, siendo una de las cualidades de Internet la facilitación de la comunicación desintermediada, se observa el crecimiento y expansión de una cultura política que pretende complementar los modos de acción directos, pretendiendo reducir la dependencia existente respecto a partidos y cargos electos, compensando, de alguna manera, el poco desarrollo y peso que los mecanismos de participación política directa tienen en la teoría (jurídica) y en la práctica (política).

En las diferentes experiencias de retroalimentación que se dan en los espacios de tensión entre ambas formas de entender y hacer política, la institucional y la no convencional, se observan pasos importantes en la dirección de asumir e implementar propuestas de la segunda en la primera, aunque todavía existe un papel intermediador importante de los partidos políticos en la relación entre la sociedad y las instituciones.

En un sentido opuesto, fuera de los marcos de colaboración que se dan —y de los que hemos citado varios ejemplos—, se aprecia una reacción institucional que busca regular determinadas expresiones políticas de cariz más conflictivo, como las diferentes formas de manifestación, endureciendo determinados ámbitos del Derecho Penal o de la capacidad sancionadora de la Administración.

De cara al futuro, será interesante seguir los procesos de institucionalización de formas novedosas e híbridas, entre partido y movimiento, como Podemos, con el objetivo de analizar en qué grado se transforma en el tipo de organización más apegado y determinado al marco regulatorio actual y, en sentido opuesto, si tiene la capacidad suficiente para introducir en este marco otras formas de organizarse, más acordes con la acción política no convencional.

BIBLIOGRAFÍA

Bard, A. y Soderqvist, J. (2003). *La Netocracia: el nuevo poder en la red y la vida después del capitalismo*. Madrid: Pearson Educación.

Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. 1*. México, D.F. Siglo XXI.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.

Diani, M. (2003). "Leaders' or Brokers? Politics and Influence in Social Movement Networks" en Diani, M. y D. McAdam (Eds.). *Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action*. Oxford: Oxford University Press.

Escobar, A. (2000). "Notes on Networks and Anti-Globalization Social Movements", Ponencia presentada en la sesión *Actors, Networks, Meanings: Environmental Social Movements and the Anthropology of Activism*. 99a reunión anual de la American Anthropological Association. San Francisco.

Ferrero Barberá, M. (2001). "Internet y los portales como medio de comunicación periodístico", en *Los Portales de Internet* (Curso), Vol. 1.

Galais, C. (2012). "¿Cada vez más apáticos? El desinterés político juvenil en España en perspectiva comparada." *Revista Internacional de Sociología* (RIS) 70 (1): 107-127.

INJUVE (2012). *Jóvenes, participación y cultura política*. Disponible en: <http://www.injuve.es/observatorio/valores-actitudes-y-participacion/jovenes-participacion-y-cultura-politica-0>

Jurado, F. (2014). *Nueva Gramática Política. De la Revolución en las comunicaciones al cambio de paradigma*. Barcelona: Icaria.

OIJ (2013). *Informe ejecutivo: El futuro ya llegó: la encuesta iberoamericana de juventudes*. Disponible en: http://www.oij.org/file_upload/publications/items/document/20130719163951_42.pdf

Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Radcliffe-Brown, A. R. (1993). "La estructura social", en Radcliffe-Brown, A. R. (Ed.). *El método de la antropología social*. Barcelona: Anagrama.

Rosenstone, D. y Hansen, J. M. (1993). *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. Nueva York: MacMillan.

Silva Machado, J. A. (2004). "Movimientos sociales y activismo en red". *II Congreso Online del Observatorio para la cibernsiedad*. GT-46. Barcelona: UOC.

Smelser, N. (1989) [1963]. *Teoría del comportamiento colectivo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en: http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret

UPF / European Social Survey (2013). *Datos de la Encuesta Social Europea*. Disponible en: <http://www.upf.edu/ess/datos/sexta-ed.html> A partir de *ESS Round 6*. 2012. Disponible en: <http://www.europeansocialsurvey.org/data/download.html?r=6>

Valdes (1989), en Bodley, J. H, (1994). *An Anthropological Perspective en Cultural Anthropology: Tribes, States, and the Global System*.

III. LOS PROCESOS HÍBRIDOS. ALGUNOS CASOS RELEVANTES

En este bloque se expone una de las hipótesis principales que han ido emergiendo en esta investigación: en el más reciente ciclo de movilizaciones políticas en el Estado español han aparecido un conjunto de iniciativas políticas, que nacen de la experimentación producida previamente en las organizaciones políticas no convencionales (OPNC), y que empiezan a invadir la esfera institucional, relacionándose con la misma de manera no siempre plácida.

Actualmente se dan procesos híbridos, procesos que articulan aquello que se gestaba “fuera” de la política institucional con aquello que se solidifica “dentro” de las formas político-institucionales dadas. Si bien en las OPNC la cultura de la Red era central, en estos procesos híbridos se suman otros modos de hacer. Lo que nos enseñan los diferentes casos de estudio analizados es que a esa cultura de la Red se suma una cultura y práctica política más tradicional, esto es, los modos de hacer característicos de la arena política institucional.

Los estudios de caso se dividen en tres apartados. El primero incluye dos casos que muestran formas de usar la red muy diferenciadas: Ciutadans (Jordi Bonet) con un uso muy instrumental de la Red en su área de juventud; Red Ciudadana Partido X (Ramón Feenstra) con un uso especialmente sofisticado y muy imbricado en la esfera tecnopolítica. El segundo apartado muestra los casos propiamente híbridos y más relevantes (Podemos y Guanyem) y que, junto a otra innovación política de estos últimos años —la Asamblea Nacional Catalana— nos ofrecen datos sobre las posibilidades, tensiones y retos de la emergente “nueva política”.

El tercer apartado incluye, por un lado, un análisis desde la perspectiva de género sobre las nuevas organizaciones de carácter híbrido (realizado por Marta Cruells y Eva Alfama). Por otro lado, la presentación de un experimento de mapeo de lo que denominamos “ecologías techno-políticas” con la construcción de un directorio que sugiere nuevas líneas de investigación sobre la expansión de nuevas formas de acción política través de la Red.

6. DOS MANERAS DE ENTENDER LA RED.

Los casos de Ciudadans y Red Ciudadana Partido X

A. JÓVENES DE CIUDADANOS - PARTIDO DE LA CIUDADANÍA

Jóvenes de Ciudadanos es una agrupación integrada en Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía (C's), formación política de ámbito estatal que se autodefine de centro-izquierda, progresista, no-nacionalista y heredera de la socialdemocracia y el liberalismo económico. Desde su creación en 2006, C's ha desarrollado una presencia activa en las redes sociales tanto a través de los perfiles corporativos, de partido y agrupaciones, como de sus representantes institucionales. El uso intensivo de las nuevas tecnologías en la difusión de sus lineamientos políticos le ha valido ser considerado uno de los "partidos de Internet" en España hasta la eclosión de nuevas formas partidarias: Podemos y el Partido X que han desarrollado un uso intensivo de la participación en la Red. En el momento de escribir estas líneas, C's dispone de representación a través de dos diputados en el Parlamento Europeo, tres diputados en el Parlamento Catalán y doce concejales en distintos ayuntamientos catalanes.

Historia

C's tiene su origen en la plataforma cívica Ciutadans de Catalunya-Ciudadanos de Cataluña, impulsada por un grupo de intelectuales y profesionales que se oponían al nacionalismo catalán y que consideraban que las posiciones no nacionalistas estaban infrarrepresentadas en el espectro político autonómico. La plataforma se dio a conocer el 7 de junio de 2005 en una rueda de prensa, que fue seguida quince días después por un acto público realizado en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona con más de dos mil asistentes. Allí, se presentó el manifiesto¹ "Por la creación de un nuevo partido político en Cataluña" firmado por quince intelectuales y profesionales que se comprometían a impulsar la creación de una nueva formación política no nacionalista en Cataluña.

A partir de entonces, se iniciaron contactos con distintos agentes sociales y políticos en vistas a la creación del nuevo partido. Así mismo, se desarrolló una campaña de recogida de adhesiones al manifiesto mediante una página web habilitada al efecto, acompañada de actos presenciales en diferentes municipios catalanes. La importancia de la Red en la génesis del partido ha sido

1. <http://www.ciudadanos-cs.org/jsp/publico/conocenos/manifiesto1.do>

decisiva, lo que ha llevado a Montserrat Baras y Galcerán Oriols (2008) a preguntarse si no nos encontramos frente al primer partido de Internet en la historia de España.

A esta actividad pre-fundacional, le siguió la elaboración de un segundo manifiesto² presentado en el teatro Tivoli de Barcelona el 4 de marzo de 2006, donde se esbozaba el ideario del nuevo partido y se anunciaba la creación de 39 agrupaciones territoriales que supondrían el embrión de la nueva formación. Finalmente, los días 8 y 9 de julio de 2006 tuvo lugar el Congreso Fundacional de C's, donde se aprobaron los estatutos, el reglamento interno y se eligieron los órganos de dirección del partido. Pocos meses después, C's se presentó a las elecciones del Parlamento de Cataluña de 1 de noviembre de 2006 obteniendo 3 diputados y transformando el mapa de partidos políticos de Cataluña, que desde 1984 había permanecido estable.

Paralelamente, la plataforma Ciutadans de Catalunya, se constituyó como una asociación autónoma del partido pero vinculada al mismo. Sin embargo, a raíz del surgimiento en 2007 de Unión, Progreso y Democracia (UPyD), formación política que compite por el espacio político análogo de C's, la asociación Ciutadans de Catalunya ha ido distanciándose progresivamente de C's, criticando su funcionamiento e ideario y aproximándose a los planteamientos de la formación liderada por Rosa Díez. Así mismo, se han repetido diversos intentos de llegar a pactos electorales entre ambas, C's y UPyD, lo que hasta el momento presente no ha sido posible.

C's ha concurrido a tres elecciones autonómicas en Cataluña (2006, 2010, 2012), dos elecciones europeas (2009, 2014) y dos elecciones municipales (2007 y 2011). Sin embargo, el rendimiento electoral en las mismas ha sido bastante desigual. Así, si bien C's consiguió unos buenos resultados en los tres comicios autonómicos, pasando de 3 diputados en las elecciones de 2006 y 2010 a 9 en 2012, y ha obtenido dos eurodiputados en los últimos comicios europeos, sus resultados en las elecciones municipales han sido modestos (insistimos, en el momento de escribir estas líneas). Hasta el presente, C's no ha concurrido a las elecciones generales, a resultas de la incapacidad de llegar a pactos con UPyD. Este rendimiento diferencial situaba a C's en la encrucijada de convertirse en un *single-issue party*, es decir, un partido político cuya actividad quedaba circunscrita a un único tema —en el caso de C's la oposición a las políticas nacionalistas en Cataluña, lo que limitaba sus rendimientos electorales a aquellos comicios en que dicha cuestión era relevante: las elecciones autonómicas—. Este ha sido uno de los motivos por lo que C's ha intentado, ya desde sus inicios, expandirse fuera de Cataluña haciendo bandera de sus propuestas de regeneración política más allá de la cuestión identitaria; sin embargo, a causa de las dificultades para diferenciar su propuesta política de UPyD y la percepción generalizada que C's es un partido de ámbito exclusivamente catalán, sus intentos de expansión no han fructificado. Esta situación, podría cambiar a raíz de la obtención de dos eurodiputados en las elecciones al Parlamento Europeo y de una mayor presencia del presidente y diputado de la formación, Albert Rivera, en los espacios mediáticos estatales, de modo que una de las prioridades actuales de la organización sea su expansión territorial al conjunto del Estado.

2. <http://www.ciudadanos-cs.org/jsp/publico/conocenos/manifiesto2.do>

Organización

La organización interna del partido no se diferencia en demasía del resto de partidos tradicionales, si bien, se evidencia una simplificación de los órganos directivos. Así, en cuanto a su estructura vertical, C's dispone de tres órganos centrales de dirección elegidos congresualmente: el Comité Ejecutivo, compuesto por quince miembros incluyendo los cargos de presidente y secretario general; el Consejo General formado por los miembros del Comité Ejecutivo (35 miembros elegidos en primarias de militantes y hasta 25 representantes de las federaciones de las agrupaciones territoriales) y el Comité de Garantías, formado por nueve miembros y encargado de velar por el cumplimiento de los estatutos y la normativa interna, así como por la defensa de los derechos de los militantes del partido. En relación a su estructura horizontal, los afiliados del partido se organizan en 59 agrupaciones territoriales y dos agrupaciones de carácter sectorial: la agrupación de jóvenes y la agrupación digital. A su vez, cada agrupación del partido elige su junta directiva, la cual se encarga de su organización y dirección en su ámbito territorial o sectorial.

A diferencia de otros partidos, C's no dispone de una organización autónoma que aglutine la militancia joven, sino de una Agrupación de Jóvenes que opera como una agrupación más integrada en la estructura del partido; es decir, con las mismas condiciones que cualquier otra agrupación territorial. La Agrupación de Jóvenes fue constituida en 2007 para generar un espacio de encuentro entre los afiliados jóvenes que militaban en C's. La militancia en la agrupación de jóvenes se basa en la adscripción voluntaria entre los afiliados jóvenes, entre 18 y 35 años, y estos pueden elegir si militan en la Agrupación de Jóvenes como primera opción o como segunda opción, siendo la primera una de las agrupaciones territoriales³. Sin embargo, desde la agrupación apuntan el problema de que si un afiliado opta por militar en la Agrupación de Jóvenes como primera opción, no puede estar en la Junta Directiva de su agrupación territorial. Esta circunstancia ha generado una merma de los recursos militantes en la agrupación de jóvenes, en tanto las labores de extensión y organización local requieren a menudo de su incorporación a las juntas directivas, especialmente en periodos previos a la celebración de las elecciones municipales.

El órgano de gobierno de la agrupación de Jóvenes es la Junta directiva que se encarga del gobierno de la agrupación. Las vocalías de la junta directiva son: coordinador/a, secretaria, tesorera, portavoz, responsables de comunicación, relaciones instituciones juveniles, acción política y acción social.

El reglamento indica que los militantes de la Agrupación de Jóvenes deben tener entre 18 y 35 años y ser afiliados a C's, ya que tal y como estipula la Ley de Partidos no pueden tener condición de afiliados los menores de edad, si bien pueden ser simpatizantes de la agrupación. Actualmente, se plantea cambiar el tope de edad de 35 años, por considerarse que existe una diferencia de edad excesiva con los afiliados más jóvenes. Tal y como nos relata la entrevistada "la gente que tiene más de 27 años no se siente tan joven. Ahora tiene que llenar listas en municipales."

La Agrupación de Jóvenes no dispone de estructura territorial, ya que hasta fechas recientes su militancia radicaba exclusivamente en Cataluña, por lo que utilizan como local la sede central

3. Actualmente, hay 30 afiliados que militan en la agrupación como primera opción y 150 como segunda.

del partido en Barcelona; sin embargo el crecimiento de los núcleos de Valencia y Madrid les ha llevado a repensar la estructura territorial, si bien dicho proceso no está concluido. Como el resto de agrupaciones territoriales, la Agrupación de Jóvenes dispone de una Junta Directiva formada por siete miembros y dispone de representación en el Consejo General con dos miembros. Sin embargo, dicha representación, al haber sido elegida por primarias, no se asegura su participación futura en los órganos centrales de dirección.

Actividades

A diferencia de otras organizaciones juveniles, la Agrupación de Jóvenes de C's no está orientada a la formación y recambio de cuadros del partido, ni tiene entre sus objetivos incidir en las principales problemáticas de la gente joven. Sus actividades, en cambio, se orientan más a la dinamización interna, destacando aquellas de carácter benéfico y solidario (organización de torneos de fútbol para recaudar fondos destinados a bancos de alimentos o a la lucha contra el cáncer), que consideran como un ejemplo de nueva política, así como el soporte a la actividad partidaria: tanto logístico (apoyo a la celebración de eventos y organización de puntos de información) como el orientado a la difusión del ideario del partido a través de sus canales en las redes sociales.

En este sentido, una de las actividades más destacadas en la entrevista es el trabajo de "carpas" que consiste en asistir a puntos de información organizados por el partido. La presencia de jóvenes es muy valorada, en tanto se considera que la sociedad tiene la percepción de que C's es un partido joven, por lo que es necesario visibilizar también el componente juvenil de su militancia. También indican que han sido invitados a participar en debates realizados en las universidades donde han aprovechado para repartir información sobre becas y mundo laboral.

Así mismo, desde 2009 realizan el Campus Jóvenes, un espacio de encuentro entre los jóvenes de la agrupación y donde se invita a ponentes de relevancia: diputados, intelectuales próximos al partido... también se aprovechan dichos encuentros para desarrollar talleres de oratoria y comunicación política.

Su relación con otras organizaciones juveniles se circunscribe únicamente a su participación en el Consell Nacional de la Joventut de Catalunya (CNJC), órgano de participación autonómico que agrupa a las distintas asociaciones juveniles de carácter político, sindical y asociativo. Más allá de este espacio, no mantienen ningún otro vínculo con otras organizaciones juveniles. En relación con otras organizaciones y movimientos sociales, la única organización con quien afirman colaborar regularmente es Societat Civil Catalana, movimiento socio-político fundado en 2014 que se opone al proceso soberanista catalán y que ha organizado diferentes eventos públicos para dar a conocer sus propuestas políticas. Desde la Agrupación de Jóvenes valoran positivamente la relación con SCC, ya que ésta les ha permitido dar a conocer el ideario de C's entre los jóvenes que participaban en la plataforma y captar algunos para la Agrupación. No destacan ningún otro vínculo con organizaciones de la sociedad civil, más allá de haber asistido a distintos actos vecinales y sindicales en condición de oyentes sin llegar a organizar ningún acto conjunto. Actualmente, tampoco mantienen relación con ninguna organización internacional. Sin embargo,

a raíz de la entrada en el Parlamento Europeo y su incorporación al grupo ALDE (Alianza de Liberales y Demócratas en Europa) están estudiando el grado de afinidad ideológica con la European Liberal Youth (ELY) para decidir que tipo de vinculación mantendrán con la misma.

Para desarrollar sus actividades, la agrupación de jóvenes se organiza por equipos de trabajo: vídeos, corrección de textos, carpas, CNJC y posicionamiento. El equipo de “carpas” se encarga de apoyar las actividades de las agrupaciones territoriales en la calle, en tanto se considera necesario que se visibilice a C's como un partido joven. Otro equipo al que se le da relevancia es el de posicionamiento ideológico, que se encarga de marcar la posición ideológica de la agrupación en base a la agenda mediática. No existe un equipo específico de redes sociales, tarea que es asumida por la responsable de comunicación. Sin embargo, corrección de textos, vídeos y posicionamiento trabajan activamente para nutrir de información la actividad digital de la agrupación.

Ideario programático

C's se autodefine como un partido que comparte las tradiciones de la socialdemocracia y el liberalismo. Por una parte, se consideran progresistas, en tanto apuestan por el bienestar social y la extensión de derechos para todos. Por otra parte, consideran que para que la economía funcione es necesario apoyar a las empresas, en tanto estiman que son las principales fuentes de empleo. En el eje derecha-izquierda, consideran que su ideario es de centro-izquierda. Si bien, desde la Agrupación de Jóvenes consideran que este eje se encuentra actualmente superado y que los jóvenes ya no se identifican con el mismo. Sin embargo, rechazan la etiqueta que los considera un partido de derechas y remarcan que en las votaciones en el Parlamento Catalán acostumbra a coincidir más en las cuestiones sociales con ICV-EuiA, e incluso con la CUP, antes que con el Partido Popular. Consideran que la etiqueta conservadora les viene atribuida por su oposición al nacionalismo, pero que la mayoría de sus afiliados se consideran progresistas.

En relación a la cuestión territorial, más allá de su rechazo al nacionalismo catalán, apuestan por el mantenimiento del *statu quo* autonómico —en tanto consideran que este modelo es el más próximo a un modelo federal— sin embargo, estiman que deben mejorarse los criterios de financiación, ya que consideran que hay territorios que se encuentran en una posición de desventaja.

En relación a la cuestión lingüística en el sistema educativo apuestan por el trilingüismo: un 40% en catalán, un 40% en castellano y un 20% en inglés. Consideran que el castellano tiene que ser lengua vehicular con el mismo estatus que el catalán, pero estiman necesario introducir el inglés para mejorar la capacitación laboral. Sin embargo, como agrupación no tienen un posicionamiento explícito en relación a diferentes problemáticas que afectan a la juventud: vivienda, modelo de desarrollo económico...

Uso de Internet

Ciutadans-Partido de la Ciudadanía puede ser considerado un partido “nativo digital”, tanto por la fecha de su creación (2006) como por el peso otorgado a las nuevas tecnologías en las tareas de difusión de la actividad partidaria. Tal y como nos relata la entrevistada: “todo se mueve por Internet, incluso por redes sociales.”

C's-Partido de la Ciudadanía cuenta con página en Facebook (con 67.726 fans) y canal de Twitter (con 67.800 seguidores). Así mismo, se insta a que cada agrupación disponga también de sus espacios web, canales de Facebook y Twitter. En este sentido, la Agrupación de Jóvenes dispone de un *blog* <http://blog-cs.com/jovenes/> y de página en Facebook (1.289 fans) y canal de Twitter (3.783 seguidores). La Agrupación no dispone de canal de YouTube propio, sino que utiliza el del partido que cuenta con 8.161 subscriptores. Desde la Agrupación se da mucha importancia al uso de Twitter, ya que se considera que es un canal mucho más abierto, dinámico y con mayor repercusión que Facebook.

La dinamización del *blog* y de las redes sociales recae en la responsable de comunicación de la Agrupación. Sin embargo, para su trabajo cuenta con el apoyo de la Agrupación Digital, que actualmente se encarga de editar y poner a disposición los vídeos de la organización, y de REDyCS (Redes y Comunicaciones), equipo que se encarga de asistir a las agrupaciones en el desarrollo de su actividad digital. También cuenta con el apoyo de los afiliados de la organización en la difusión de los mensajes en las redes sociales, especialmente en el lanzamiento de *hashtags*, compartición de noticias y retuiteo de mensajes.

La Red como metáfora

A pesar de mantener una estructura tradicional, cabe destacar la presencia de la Agrupación Digital, que de acuerdo con los estatutos tiene "Internet como ámbito de actuación, y será la responsable de la difusión del Partido en este ámbito, dentro de las directrices emanadas de órganos superiores", realizando sus reuniones, por norma general, de forma telemática. Sin embargo, dicha agrupación se encarga de forma prioritaria de la elaboración de videos, racayendo las tareas de dinamización y gestión de redes en el equipo de REDyCS.

Desde la Agrupación, existe la conciencia de los cambios que han supuesto las nuevas tecnologías en las formas de comunicación de los partidos políticos que han permitido una mayor proximidad con la ciudadanía. Así, para la responsable de comunicación de Jóvenes de C's "las nuevas tecnologías han permitido que los partidos sean más cercanos, permitiendo una cercanía que antes no existía. La gente está cansada de la política de siempre y busca la cercanía". Esta cercanía, se trabaja de dos formas: mediante el contacto presencial a través de los puntos de información y mediante las redes sociales. En este sentido, la responsable de comunicación da mucha importancia a responder las preguntas y cuestiones que los usuarios realizan mediante los canales digitales, ya que el objetivo prioritario no es conseguir afiliados, sino dar a conocer el ideario y las propuestas del partido, así como establecer relaciones de confianza entre los usuarios de las redes sociales.

En los estatutos de C's se contempla la participación digital, al afirmar que "las agrupaciones deberán establecer los mecanismos necesarios para hacer posible la participación no presencial de los afiliados en sus debates y decisiones. A tal fin, cada agrupación podrá crear una sección digital que dispondrá de su propio espacio dentro del sitio de Internet del Partido y habilitará los mecanismos de debate y voto no presencial." Sin embargo, dicho mecanismo no ha sido todavía implementado en la Agrupación de Jóvenes, dónde la toma de decisiones relevantes se realiza

todavía mediante reuniones presenciales. Tampoco dispone de canales de participación *online* de la ciudadanía, por lo que las personas interesadas en participar en la agrupación tienen que hacerlo mediante reuniones presenciales “en qué se les invita a que pueda participar y vea como trabajamos”.

La Junta Directiva tiene un grupo de WhatsApp y los grupos de trabajo también. Sin embargo, en los grupos de WhatsApp no se toman grandes decisiones, pero sí se hace posicionamiento. También se han utilizado ocasionalmente videoconferencias, para resolver reuniones urgentes. Pero no se utilizan herramientas de *groupware* como Dropbox, PADs o Doodle; a excepción del Google Calendar.

En relación a la agenda política, la Agrupación de Jóvenes no ha incorporado en la agenda cuestiones referentes a la sociedad red como el voto electrónico, la privacidad, el uso de licencias libres, la neutralidad de la Red o las descargas.

Trayectoria y perfil digital

Los integrantes de Jóvenes se consideran usuarios activos de la Red, si bien la mayoría de ellos no dispone de un perfil profesional en el uso de las nuevas tecnologías. El perfil del afiliado a la Agrupación de Jóvenes corresponde a una persona universitaria con una edad promedio de 22 años que realiza un uso intensivo de las redes sociales y de la mensajería instantánea (grupos de WhatsApp). A fin de afianzar los conocimientos y capacidades en el manejo de las nuevas tecnologías, el grupo de REDyCS se encarga de realizar actividades de capacitación en el uso de las nuevas tecnologías a los responsables de comunicación de las agrupaciones y de mantener la infraestructura necesaria para el funcionamiento del servidor, el diseño de la página... encargándose los miembros de la agrupación de nutrirla de contenido.

Conclusiones

C's-Partido de la Ciudadanía puede considerarse un partido nativo digital en tanto su creación se origina en plena era de la sociedad informacional y otorga un lugar preferente a las nuevas tecnologías. A diferencia de los partidos tradicionales, la Agrupación de Jóvenes se constituye como una agrupación sectorial integrada en la estructura del partido, en cierto modo podría inferirse que C's no otorga a la Agrupación de Jóvenes un rol relevante en la actividad partidaria. En este sentido, C's se encontraría a mitad de camino entre los partidos tradicionales que desarrollaron organizaciones autónomas juveniles diferenciadas y nuevas formas de organización partidaria (UPyD, Podemos o Partido X) que no disponen de una organización juvenil específica. A su vez, a diferencia de las organizaciones juveniles tradicionales orientadas a la formación de cuadros, las actividades de la Agrupación de Jóvenes se orientan a la dinamización y la difusión del ideario del partido.

A pesar de la relevancia de las nuevas tecnologías en el desarrollo de C's, éstas se orientan todavía a una visión instrumental orientada a la difusión de las líneas programáticas y las actividades del partido; sin que se hayan desarrollado instrumentos de participación digital de la ciudadanía más allá del contacto a través de las redes sociales, lo que le diferencia de orga-

nizaciones como Podemos o el Partido X. En base a estas apreciaciones podemos considerar C's un partido en transición entre las formas partidarias tradicionales y las nuevas formas de organización partidaria.

Fuentes primarias

Entrevista a Laura Tinadonis (responsable de comunicación de la agrupación de Jóvenes de Ciudadans) realizada el 18 de noviembre de 2014.

Estatutos de Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía aprobados por la III Asamblea General, 29 de octubre de 2011. Modificados el 17 de diciembre de 2013.

Ideario de Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía.

Bibliografía

Balanza, A. (2006). *Boadella & Cia. Els intents de crear un partit espanyolista a Catalunya*. Barcelona: Ara Llibres.

Baras, M. y Orriols, G. (2008). "Ciudadans de Catalunya: ¿Cómo son los fundadores del nuevo partido catalán?" Ponencia presentada en el *VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración*.

Díez Escueliés, D. (2008). *El neoespanyolisme radical a Catalunya: Ciudadans-Partido de la Ciudadanía (C'S)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Gimenez Barbat, M. T. (2012). *Citileaks. Los españoles de la plaza real*. Málaga: Editorial Sepha.

Salmon, A. (2007). *El enigma Ciudadans: un misterio político al descubierto*. Madrid: La Esfera de los Libros.

B. RED CIUDADANA PARTIDO X: TRABAJO EN RED POR LA DEMOCRACIA Y LA TRANSPARENCIA

Introducción: de las calles a las instituciones

Partido X, formalmente inscrito en el Ministerio del Interior a finales del 2012 y presentado en sociedad a comienzos del 2013, constituyó el primer salto al terreno institucional de activistas vinculados con el 15-M. El Partido X irrumpió con un *teaser* en el que anunciaba la necesidad de "reiniciar el sistema" e implementar una "Democracia y punto"⁴. El vídeo, ampliamente difundido por las redes, logró una notable atención por parte de los medios de comunicación de masas⁵.

4. <http://www.youtube.com/watch?v=ekP6Uk5X0AQ> [Acceso el 9 de noviembre de 2014].

5. <http://partidox.org/prensa/> [Acceso el 25 de octubre de 2014].

En el lanzamiento del Partido X se mantuvo el anonimato de sus integrantes, presentándose como un proyecto donde debía primar “las ideas sobre las caras” y donde el uso de una serie de nuevas herramientas, junto a un nuevo método de trabajo, retaba alterar el funcionamiento de los partidos tradicionales y del conjunto del sistema político.

El colectivo de activistas detrás de la organización del Partido X —estrechamente vinculado con la lucha por la cultura libre y por el *open source*⁶— aun admitiendo las influencias del 15-M, reconocía la imposibilidad de que este movimiento, plural y heterogéneo, fuera representado por ninguna organización política. El Partido X irrumpía como una nueva herramienta política en busca de alterar dinámicas del sistema partidista y del sistema político. Este primer salto a la esfera institucional por parte de ciudadanos organizados supuso el abandono del carácter auto-limitante de la sociedad civil (Habermas, 1998; Keane, 1992; García Marzá, 2008; 2014; Donati y Calvo, 2014). El “techo de cristal” con el que se topa la ciudadanía desde la aparición del 15-M, era uno de los principales argumentos para experimentar políticamente y ampliar el repertorio político mediante la participación electoral.

Partido X: un partido-red

El Partido X irrumpió en la esfera pública con el objetivo de cambiar la forma de hacer política. Un objetivo que apela a los partidos políticos tradicionales a los que el Partido X opone un modelo de partido-red. Víctor Sampedro lo ha considerado, en este sentido, como la forma “más avanzada de partido-red” ya que “la elaboración colaborativa de un programa, en ausencia de una estructura formal o partidaria previa o de una ideología concreta, no tiene precedentes”⁷. El proceso de institucionalización del Partido X se ha realizado mediante la apuesta por la Red y por la cultura red como forma de organización basada en una estructura nodal (Martínez, 2014). La red del Partido X queda estructurada por diferentes nodos interconectados que aportan en función de sus capacidades y donde priman principios como la transparencia, la implicación y la meritocracia. La incidencia de la tecnología en el Partido X salta a la vista en la propia terminología de la organización (kernel, matriz, nodo, red, etc.) pero esta tecnología se utiliza además —tal y como se incidirá más adelante— en la estructura organizativa.

El Partido X establece una estructura organizativa inspirada en la ley del 90-9-1 que distingue un patrón común de participación desigual en comunidades *online* (Fuster Morell y Subirats, 2012). La ley 90-9-1 diferencia tres niveles de implicación y compromiso que de forma natural se establecen entre los participantes de los nodos. Un grupo reducido de 1% de participantes muy activos, un 9% algo menos activo pero que aporta conocimientos valiosos y específicos y el 90% restante que colabora de manera esporádica y actúa como audiencia-vigilante del organigrama. Esta lógica de funcionamiento se traslada a la estructura organizativa nacional del Partido X que cuenta con AgendaX, Matriz, Kernel y Desarrolladores como pilares principales. La AgendaX (90%)

6. El programa de Sociedad de la Información (era de Internet) perteneciente a la sección de “emergencias concretas” evidencian el peso que tiene para esta iniciativa la lucha por la cultura libre así como la relevancia de experiencias como el Free Culture Forum. Ver: <http://partidox.org/sociedad-de-la-informacion/> [Acceso el 10 de octubre de 2014].

7. <http://blogs.publico.es/otrasmiradas/1121/partido-x-politica-de-futuro-y-sin-complejos/> [Acceso el 10 de octubre de 2014].

comprende a personas interesadas en el proyecto, que se mantienen informadas y colaboran esporádicamente con acciones de la organización. Aquellos con interés y con implicación optan a formar parte, siguiendo criterios de mutua afinidad, de Matriz (9%) espacio de colaboración y trabajo activo, donde se colabora en tarea múltiples y que además enmienda el trabajo de Kernel (1%). El Kernel representa el núcleo operativo e integra a los miembros más activos y con alta grado de responsabilidad. Es aquí donde se sincronizan y coordinan las decisiones generales sobre cuestiones organizativas, estratégicas, narrativas, comunicativas, etc. Además, se cuenta con los Nodos donde se organiza el proyecto a nivel territorial y donde se reproduce la “ley de 90-9-1”. Los miembros más activos de cada nodo territorial forman parte de Kernel permitiendo así conectar a toda la red. Otro grupo de miembros activos en los nodos territoriales forman parte de Matriz y la parte menos activa forma parte de AgendaX. Finalmente, los Desarrolladores son los miembros de mayor antigüedad y con más carga de trabajo, teniendo como finalidad básica el preservar las bases y la continuidad del proyecto⁸. Esta estructura se mantiene abierta y flexible en tanto que los integrantes pueden alterar su papel concreto (AgendaX, Matriz, Kernel y Desarrolladores) en función de principios como la implicación, la comprobada competencia, el reconocimiento de los pares, el respeto y el rigor de los objetivos comunes.

Programas, selección de candidatos y financiación

Tanto la estructura organizativa del Partido X como la forma de participación de sus miembros, mezcla elementos institucionales con otros de carácter activista, siendo numerosos los puntos en los que su método de trabajo se distancia de los partidos políticos tradicionales. Concretamente, esta organización política no convencional (OPNC) aporta novedades en materias como la elaboración de programas, la selección de candidatos y la financiación.

Frente a la desvaloración y pérdida de importancia de los programas políticos y la creciente importancia de los líderes (y caras visibles) de los partidos tradicionales, el Partido X apoya lo contrario: la despersonalización y la apuesta por las ideas y los programas políticos. Su lanzamiento anónimo se explica precisamente por esta concepción política. La forma de trabajo en red busca revalorizar las ideas elaboradas mediante procesos colaborativos en el que intervienen expertos independientes, activistas y miembros de la red. Para ello, se crean grupos de trabajo que se dividen por temáticas concretas: democracia, sanidad, justicia, educación, vivienda, ciencia I+D+I, energía y sociedad de la información. El trabajo de estos grupos no parte de cero, sino que aprovechan lo desarrollado por otros grupos de la sociedad civil emprendiendo una colaboración programática basada en enmendar, catalizar y mejorar lo existente. Un punto de partida que permite definir los potenciales elementos integradores de un “gran pacto de mínimos, transversal y no ideológico”⁹ capaces de empujar hacia una salida de la situación de emergencia política y económica. Este proceso de trabajo sigue una serie de pasos como son: recopilación de información y contacto con expertos, trabajo colaborativo, enmiendas y elaboración final del documento.

8. <http://partidox.org/como-funciona/> [Acceso el 11 de noviembre de 2014].

9. <http://partidox.org/emergencias-concretas-definitivo/> [Acceso el 9 de noviembre de 2014].

La revalorización de los programas políticos va unida a la defensa de despersonalizar la estructura de la iniciativa y por democratizar también los procesos de selección de candidatos. Para las elecciones europeas del 2014 esta iniciativa convirtió el proceso de la selección de sus candidatos en un procedimiento abierto y participativo. En un complejo sistema, que diferenciaba dos listas: 1) una de expertos independientes y 2) otra de miembros activos vinculados a la iniciativa, la ciudadanía podía, primero, proponer potenciales candidatos y, más adelante, votar a aquellos candidatos que consideraban mejores a la hora de representar el programa colaborativo previamente desarrollado.¹⁰

Finalmente, en el ámbito de la financiación de las actividades del Partido X se ha incorporado el sistema de *crowdfunding*. La exitosa experiencia previa de 15MpaRato (Tascón y Quitana, 2012) —colectivo que forma parte del Comité Ciudadano de Anticorrupción del Partido X— sirvió para trasladar este modelo de microfinanciación colectiva a su estructura como partido. Un modelo luego expandido a otras OPNC y que ha permitido organizar sus actividades garantizando a su vez los principios de independencia y transparencia. Esta iniciativa reivindica que “a día de hoy ningún partido aparte del Partido X ha colgado las facturas y comprobantes de manera que se entiendan y que se puedan trazar totalmente sus cuentas.”¹¹

Ideología y lógica política

El terreno de la ideología también es un elemento diferenciador de esta OPNC. Los partidos tradicionales se caracterizan por tener una visión global del modelo de sociedad, de economía y de política que pretenden fomentar. Es decir, ofrecen una visión política de “360 grados” (Tormey, 2015). Contrariamente a este posicionamiento, el Partido X se presenta como iniciativa transversal que rechaza definirse ideológicamente. La apuesta de esta iniciativa, entre cuyos objetivos destaca la utilización del partido como medio para avanzar hacia una forma más directa y participativa de democracia, apuesta por el pragmatismo y por alcanzar un gran pacto de mínimos de la ciudadanía. El Partido X busca desarrollar, a través de la participación ciudadana, “soluciones concretas para emergencias concretas.”¹² Los participantes de la iniciativa no crean su identidad a partir de una ideología concreta, sino del convencimiento en el método de trabajo y de participación que proponen como una herramienta de cambio político.

Otro elemento diferenciador del Partido X es su posicionamiento respecto al eje de lógicas participativas horizontales y verticales. Frente al carácter horizontal de las asambleas del 15-M, y también frente a las estructuras verticales clásicas de los partidos tradicionales que buscan la consecución del poder político a través de la vía electoral, el Partido X se define como un modelo híbrido inspirado en el trabajo colaborativo. Sobre este punto Simona Levi señaló, durante un evento celebrado en Castellón en febrero de 2014, que “la forma de tomar decisiones de manera

10. <http://partidox.org/como-funciona/> [Acceso el 11 de noviembre de 2014].

11. <http://partidox.org/cuentas/> [Acceso el 11 de noviembre de 2014].

12. <http://partidox.org/pdf/metodo-y-hoja-de-ruta.pdf> [Acceso el 9 de noviembre de 2014].

vertical no la consideramos democrática”. A su vez, apuntó que pese al interés de las formas horizontales, éstas “no son lo suficientemente eficaces. No tienen capacidad de reaccionar a tiempo frente al sistema”. Por ello, concluyó, como opción más democrática: “el poder tomar rápidamente decisiones conjuntamente desde nuestra diferencia (...) debemos buscar mecanismos que nos permitan tomar decisiones, pudiendo trabajar en objetivos comunes y en tiempos cortos.”¹³ Las deficiencias asociadas a ambas lógicas llevan al Partido X a la búsqueda por integrar y superar elementos de ambas. En concreto, el proyecto se define por principios como la apertura, la transparencia y la participación, pero sin excluir formas de liderazgo basados en la meritocracia y el esfuerzo (Alabao y Rodríguez, 2014). Esta búsqueda de un adecuado equilibrio entre los elementos horizontales y verticales es uno de los mayores retos a los que se enfrentan las organizaciones política no convencionales (Tormey, 2015).

Democracia y Punto

El Partido X presenta como proyecto político su programa de #democraciaypunto que, basado sobre cuatro herramientas (transparencia, participación secuenciada, voto real y permanente y referéndum vinculante) busca promover un modelo de democracia monitorizada y deliberativa-directa capaz de explotar el potencial político de las herramientas de comunicación digitales. El programa político reivindica la necesidad de fomentar dos procesos políticos clave como vía de mejora democrática: 1) la monitorización o vigilancia de los centros de poder y 2) la participación ciudadana en toma de decisiones vinculantes.¹⁴

La monitorización, control o vigilancia en tanto modo de participación donde se consolida el pueblo-supervisor queda claramente identificada en varios puntos del programa donde se reivindica la necesidad de que “el poder real tiene que residir en la ciudadanía y debe basarse en la distribución del control sobre el gobierno a través de múltiples canales de colaboración, monitorización, participación y decisión”; donde se defiende, además, la urgencia de que “todo el mundo debe poder acceder a las fuentes necesarias para informarse y vigilar lo que otros están haciendo en ámbitos que pueden ser relevantes para su vida” y donde se avisa, finalmente, que una ciudadanía vigilante “es la única manera efectiva de acabar con la corrupción, lastre de la democracia.”¹⁵

El Partido X representa un modelo institucionalizado de cómo esta forma organizada de contrapoder vigilante y monitorizador de los centros de poder funciona, no sólo a modo de discurso político, sino también en la práctica política (Martínez, 2014). En su breve trayectoria, el Partido X ha contribuido a destapar casos relevantes de abuso de poder con su trabajo en red, entre los que se incluyen las *tarjetas black* y los correos de Blesa. Su labor hasta la fecha es una prueba

13. Gira X en la Universitat Jaume I de Castellón: <http://www.youtube.com/watch?v=Y8QW79nRSGw> (Minutos 11:03-12:24) [Acceso el 8 de noviembre de 2014].

14. No en vano, en el programa de Democracia y Punto aparecen los conceptos de control, vigilancia y monitorización un total de 19 veces, mientras que el concepto de participación lo hace en 29 ocasiones.

15. <http://partidox.org/sobre-ley-de-transparencia/> [Acceso el 9 de noviembre de 2014].

más del peso que está adquiriendo la monitorización como una forma emergente de participación ciudadana en las democracias contemporáneas (Keane, 2009 y 2013; Rosanvallon, 2008 y 2011; Gutiérrez-Rubi, 2011; Feenstra, 2012; Feenstra y Keane, 2014).

El programa político del Partido X va, sin embargo, más allá de la reivindicación política del pueblo-supervisor y de la transparencia en la gestión pública, ya que reclama también la participación activa en la toma de decisiones a través de tres herramientas más: la *wikiparticipación* (en materias de gobierno y de legislación), el derecho a voto permanente y el referéndum vinculante. Tres pilares sobre los que se propone un modelo de democracia participativo-deliberativo tanto en la elaboración (y debate) de propuestas de leyes como en las posibilidades de votación directa. El Partido X propone concretamente herramientas con las que alterar los procesos tradicionales de intermediación política dominada hasta la fecha por los partidos políticos tradicionales (Subirats, 2011 y 2012). La iniciativa política de este colectivo se entiende como modelo sofisticado de experimentación en cuanto a la relación entre representantes políticos y ciudadanos.

Internet y las TIC permiten imaginar nuevas modalidades de participación ciudadana y ello es lo que esta iniciativa traslada en las propuestas de: 1) *Wikilegislación* y *wikigobierno*; 2) Derecho a voto real y permanente y 3) Referéndum obligatorio y vinculante. Una propuesta política que, sin eliminar las estructuras representativas y sin caer en modelos plebiscitarios, propone extender la participación ciudadana empleando el potencial de las nuevas herramientas digitales. La *wikilegislación* y el *wikigobierno* se vinculan directamente con la elaboración participativa y transparente en materia de legislación. Se propone convertir el proceso legislativo en un espacio de colaboración abierto a la ciudadanía siguiendo modelos como el Gabinete Digital del estado Rio Grande du Sul (Brasil) y el proyecto Better Reykavik de Islandia. El derecho a voto real y permanente implica, por su parte, abrir la posibilidad a que la ciudadanía sea coparticipe de las tomas de decisión parlamentarias. De manera que la votación parlamentaria esté condicionada a la posibilidad de que la ciudadanía obtenga parte de la cuota representativa del Congreso. De esta forma, siguiendo la escala de 35 millones de votantes por 350 diputados, la participación de 100.000 ciudadanas y ciudadanos en una votación concreta conllevaría a ceder un escaño parlamentario al voto emitido desde las afueras del Parlamento (Jurado, 2013). Esta herramienta busca convertirse así en “un medio de vigilancia efectivo por parte de la ciudadanía, obligando a los representantes a que realicen bien su trabajo, argumenten sus decisiones con datos y estudios rigurosos y den a la ciudadanía las explicaciones oportunas sobre cada proyecto ley”. Finalmente, se propone el referéndum obligatorio y vinculante como mecanismo de participación directa que atañe a “casos excepcionales como son los casos de leyes estructurales (constitución, leyes orgánicas, etc.) o en casos en que el gobierno no enfrente temas que la ciudadanía sí considera indispensables (ILP).”¹⁶

En definitiva, las propuestas impulsadas por el Partido X no sólo buscan crear un nuevo modelo de partido, sino también alterar la forma de hacer política empleando el potencial de las TIC. El Partido X se erige como un partido “anti-partido” en el sentido de rechazar las lógicas partidistas tradicionales y de entender la forma de partido como un catalizador de la participación ciuda-

16. <http://partidox.org/programa/> [Acceso el 9 de noviembre de 2014].

dana. Asimismo, esta iniciativa entiende la posibilidad de multiplicar las vías de deliberación, de fiscalización y de participación dentro de la estructura parlamentaria. Los partidos y los parlamentos siguen siendo considerados como elementos esenciales del sistema político pero se plantea una reestructuración radical de sus dinámicas.

El peso de las TIC y la tecnopolítica en un partido red

Ya hemos señalado anteriormente el peso fundamental de las TIC en la iniciativa del Partido X. La tecnología imbuye su discurso político, su terminología y sus propuestas y tiene, además, un peso fundamental en su funcionamiento interno. Mumble, Telegram, WhatsApp, Twitter, Facebook, PADs, etc. son parte esencial de su día a día como evidencia de un carácter generacional joven vinculado al 15-M. Tal y como han analizado Alabao y Rodríguez, el 15-M resultó “un gran experimento de herramientas y modos de hacer respecto a las posibilidades de las TIC” (2014: 25). Una experiencia y proceso aprendizaje colectivo trasladado a nuevas formas de organización colectiva que, como el Partido X, han emergido en los últimos años y donde muchos de sus actores se han convertido en expertos en el uso tecnopolítico de las redes (Toret, 2013).

En la organización de su comunicación externa destaca el uso de herramientas como Twitter, Facebook y Telegram. Su destacada presencia en este terreno queda de manifiesto en la cantidad de seguidores de Twitter y Facebook con los que cuenta. Su página de Facebook tiene un total de 88.320 seguidores (por delante de los 76.581 seguidores del PP y de los 72.680 del PSOE), mientras que su cuenta de Twitter cuenta con 43.200 seguidores. También cumple una función destacada Telegram, un servicio de mensajería instantánea, empleado especialmente en la coordinación de la comunicación y la promoción de campañas virales.

Por otro lado, esta organización no convencional utiliza otras herramientas digitales para organizar su proyecto y su estructura interna. En este aspecto destaca la utilización del PAD como herramienta web con la que se desarrollan colaborativamente comunicados, programas o proyectos políticos. Otra herramienta clave utilizada es Mumble, una aplicación que posibilita la realización de múltiples conferencias entre los diversos miembros de los grupos territoriales. Además, emplean herramientas como Nexa, foro abierto de diálogo, que permite una fluida comunicación entre los diferentes miembros de los grupos de Matriz y Kernel. También se utilizan listas correo para mantener el contacto y la transparencia entre todos los integrantes de Kernel. No cabe olvidar, finalmente, herramientas impulsadas por esta iniciativa como el Buzón X, donde la tecnología permite consolidar espacios digitales en los que la ciudadanía puede denunciar, con total garantía de confidencialidad, casos de corrupción.¹⁷

La primera experiencia electoral

El 25 de mayo de 2014 el Partido X se presentó a las elecciones al Parlamento Europeo tal y como afirman con una “filosofía de los orígenes del 15-M y con una idea de transversalidad no

17. Sobre el potencial transformador de este tipo herramientas destacan estudios recientes de Sampedro (2014) y Casero-Ripollés y Gutiérrez-Rubí (2014).

ideológica, en la que los ciudadanos trabajan para alcanzar unos mínimos poniéndose a cooperar". La propuesta ciudadana llegaba a esta cita electoral tras un laborioso proceso de elaboración colaborativa de programa, de selección abierta de candidatos, de financiación alternativa basada en el *crowdfunding* y de un intenso activismo y movimiento a través de las redes sociales. El resultado fue insuficiente para la obtención de representación parlamentaria, contrariamente a la opción Podemos con la que se disputaba un mismo nicho electoral. El Partido X fue, sin embargo, capaz de romper el hielo del movimiento 15-M en la apuesta ciudadana por la vía institucional y ha permitido a su vez, como afirman en su propia valoración del proceso electoral, influir "enormemente en lo que vino después, aumentando, por así decirlo, los estándares de calidad de lo que se plantea como democracia". El éxito de su labor no se mide en los votos sino en las dinámicas e ideas que han impulsado. En este sentido, resuenan las palabras de Víctor Sampedro (2014) quien afirmó respecto al Partido X que "para entender sus propuestas, cabe concebirlas como injertos, y a sus protagonistas, virus inoculados en el sistema. Tarde o temprano contagiarán a otras formaciones políticas. De hecho esa era su propuesta inicial."¹⁸

Bibliografía

Alabao, N. y Rodríguez, A. (2014). *La emergencia de una nueva cultura política*. IGOPnet.

Casero-Ripollés, A. y Gutiérrez-Rubi, A. (2014). "¿Un cambio de paradigma? Democracia y nuevos medios digitales". *Telos. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad* n° 98, 44-47.

Donati, P. y Calvo, P. (2014). "New Insights into Relational Goods". *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi* n° 14: 7-17.

Feenstra, R. (2012). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane*. Barcelona: Icaria.

Feenstra, R. y Keane, J. (2014). "Politics in Spain: A case of monitory democracy". *VOLUNTAS. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* n° 25: 1262-1280.

Fuster Morell, M. y Subirats, J. (2012). "Crisis de representación y de participación ¿son las comunidades virtuales nuevas formas de agregación y participación ciudadana?" *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura* n° 188: 641-656.

García Marzá, D. (2008). "Sociedad civil: Una concepción radical". *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi* n° 8: 27-46.

García Marzá, D. (2013). "Democracia de doble vía: el no-lugar de la empresa en la sociedad civil". *Revista del Clad. Reforma y Democracia* n° 57: 67-92.

18. <http://partidox.org/2014-viaje-tripas-sistema-electoral/> [Acceso el 11 de noviembre de 2014].

- Gutiérrez-Rubi, A. (2011). *La política vigilada. La comunicación Política en la era de Wikileaks*. Barcelona: UOC.
- Jurado Gilabert, F. (2013). "Democracia 4.0: desrepresentación en el voto telemático de las leyes". *Revista Internacional de Pensamiento Político* n° 8: 119-138.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta.
- Keane, J. (1992). *Democracia y sociedad civil*. Madrid: Alianza.
- Keane, J. (2009). *The life and Death of Democracy*. Londres: Simon y Schuster.
- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martínez Moreno, R. (2014): "Internet y política (versión 1.0). Política para la Red, política con la Red, política desde la Red". En: Equipo IGOPI. *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Rosanvallón, P. (2008). *Counter-democracy: Politics in an age of distrust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosanvallón, P. (2011). *Democratic legitimacy: Impartiality, reflexivity, proximity*. Princeton: Princeton University Press.
- Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Subirats, J. (2011). *Otra sociedad. ¿Otra política?* Barcelona: Icaria.
- Subirats, J. (2012). "Algunas ideas sobre política y políticas en el cambio de época: Retos asociados a la nueva sociedad y a los movimientos sociales emergentes". *Interface: a journal for and about social movements* n° 4 (1): 278-286.
- Tascón, M. y Quitana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Catarata.
- Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en: http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret
- Tormey, S. (2015). *The End of Representative Politics*. Cambridge: Polity.

7. TRES CASOS HÍBRIDOS RELEVANTES.

Guanyem, Podemos y Asamblea Nacional Catalana

A. GUANYEM BARCELONA / BARCELONA EN COMÚ¹

Nueva institucionalidad y participación juvenil. El caso de Guanyem

En apartados anteriores hemos mostrado cómo el 15-M ha supuesto un proceso de acumulación de saberes vinculados a la tecnopolítica que influyó en las organizaciones políticas no convencionales clásicas. También generó todo un ecosistema de espacios de participación y formas organizativas propias especialmente en sintonía con las formas de acción política juvenil y los nuevos usos políticos de las TIC.

En este epígrafe vamos a ver cómo esta “nueva cultura política” está propiciando nuevos tipos de organización. Nueva cultura política entendida aquí como determinados usos de las herramientas tecnológicas pero también como las relaciones sociales y formas organizativas que se han gestado en este ecosistema —redes *online* y *offline*—. A tres años del 15-M podemos identificar una mutación del contexto social que ha devenido en una cierta crisis de las formas de representación tradicionales potenciada por las posibilidades democratizadoras de las TIC —sobre todo en su vertiente más deliberativa—.

En los significantes que ha conseguido posicionar el 15-M en la esfera pública podíamos identificar una crisis de legitimidad del sistema de partidos e incluso de la propia idea de representación. En este contexto surgen nuevas organizaciones —Ganemos, Podemos y PartidoX— que tienen como objetivo llegar a las instituciones pero que provienen de la cultura política de los movimientos. Experiencias en las que el 15-M se “institucionaliza” y que constituyen experimentos organizativos que tienen en común el pretender superar el modelo clásico de partido, aunque se estén configurando de maneras muy diversas. Habría que resaltar que estamos hablando de una realidad viva en proceso de mutación constante o, como en el caso de Podemos, que se encuentra inmerso en su propio proceso constituyente. La hipótesis que manejamos es que a medida que estos experimentos se consoliden en el tiempo, irán abandonando aquellos elementos de la cultura movimentista que exigen procesos deliberativos más largos y costosos —y formas más abiertas y participadas— en favor de estructuras más estables y consolidadas que les permitan afrontar los

1. Una vez finalizada esta investigación, Guanyem Barcelona pasó a llamarse Barcelona En Comú. Como parte documental del momento en el que fue escrito, mantenemos en el cuerpo del texto el nombre inicial (Guanyem Barcelona).

retos electorales. Las dinámicas institucionales tienen tendencia a “modelar”, por así decir, a las organizaciones mediante las funciones, ritmos y presiones de distinto tipo que les obligan a encarar. De cómo se resuelvan estas tensiones entre las nuevas organizaciones/dispositivos electorales que nacen impulsados por el ecosistema y la nueva cultura política generados en el 15-M dependerá el alcance de las transformaciones institucionales que sean capaces de acometer.

En estas iniciativas el análisis del momento político es similar. Parten de las metáforas del “techo de cristal” de los movimientos y la llamada “ventana de oportunidad”. La primera trata de explicar cómo existe la percepción de que por mucha fuerza organizativa, capacidad de movilización y legitimidad social que consigan los movimientos sociales existe un bloqueo —una disfunción de la democracia representativa— que no permite que sus demandas sean atendidas dentro de la actual arquitectura institucional.²

La idea de la “ventana de oportunidad”³ sugiere que la situación política desencadenada por la crisis económica y la deslegitimación del régimen de representación impulsada por el 15-M inaugura un momento de intervención único capaz de posicionar nuevos partidos en un escenario institucional que hasta ahora se había demostrado muy poco flexible. Esta lectura pretende constituir una llamada de urgencia a intervenir en una situación que se lee como única y pronta a cerrarse mediante algún tipo de reforma poco profunda de la Constitución —o similares— que pueda clausurar esa “ventana” que se ofrece para la emergencia de nuevos actores.

En estas propuestas se lee un cierto sentido de urgencia referido a la necesidad de llevar adelante políticas de contención del sufrimiento social que se percibe como consecuencia de la crisis y las políticas de contención del gasto público.

Por último, recogiendo las aspiraciones expresadas en las plazas, se reconoce la necesidad, no sólo de llegar a las instituciones, sino de transformarlas para “ponerlas al servicio de las mayorías sociales y el bienestar común”⁴. En el caso de Podemos, se plantea la aspiración de iniciar un proceso constituyente que dé lugar a un nuevo ordenamiento institucional y enfrente también la cuestión territorial y de las nacionalidades sin estado. En Ganemos están pensando, además, propuestas de democracia directa como las “Juntas de Buen Gobierno” de Ganemos Madrid que

2. El ejemplo habitual es el de la Iniciativa Legislativa Popular de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, que trató de utilizar la vía que la legislación contempla para la tramitación de propuestas ciudadanas de ley. Tras conseguir más de un millón cuatrocientos mil firmas —y el apoyo de la mayoría de la población según las encuestas— estuvo a punto de ser rechazada incluso para su tramitación en el Congreso. Luego, una vez aceptada, fue retirada simbólicamente por la PAH cuando el gobierno del PP aprovechó para aprobar una ley propia que no recogía las demandas originales de la PAH.

Aunque esta argumentación ha circulado en los orígenes de Podemos, a medida que el proceso se ha ido consolidando y también y paralelamente, se ha ido alejando de sus bases más movimentistas, este tipo de desarrollo explicativo se ha ido abandonado en favor de análisis más macro sobre lo que llaman “crisis del régimen del 78”. Podemos rechaza ser visto como una opción de movimientos mientras pretende dirigirse a las mayorías sociales. Ver por ejemplo el documento político aprobado en la Asamblea Ciudadana: <http://propuestas.podemos.info/propuestas/pdf/Documento-Pol%C3%ADtico.pdf>

3. Textos de referencia: manifiesto de Guanyem Barcelona: <https://guanyembarcelona.cat/es/firma/>

Documento de principios políticos de Podemos: <http://propuestas.podemos.info/propuestas/pdf/Documento-Pol%C3%ADtico.pdf>

4. Manifiesto Guanyem Barcelona: <https://guanyembarcelona.cat/es/firma/>

funcionarian en relación con el gobierno municipal pero también desde la autonomía como órganos de control de la acción municipal.⁵

En junio de 2014, hace su aparición pública Guanyem Barcelona (GB)⁶ con la intención de constituirse en candidatura municipalista ciudadana —de marcado carácter movimentista— y como consecuencia, proliferan experiencias similares en muchos lugares del Estado.⁷ En este sentido, es pronto para hacer una evaluación global del camino que han tomado estas experiencias dado el amplio rango de configuraciones que están asumiendo. Una variable que complejiza el análisis conjunto es también que al constituir los “Ganemos” una apuesta por la confluencia con partidos preexistentes, en cada contexto se están dando distintos pesos relativos de estos partidos dentro de las nuevas organizaciones con consecuencias que matizan, en muchos casos, las características más innovadoras que los “Ganemos” puedan aportar al ámbito institucional.

Guanyem Barcelona se identifica como la primera apuesta de movimiento post 15-M para las elecciones municipales. En algunos lugares ya existían procesos similares anteriores a la creación de Guanyem Barcelona que entendían el ámbito local como lugar ideal de experimentación democrática y de oportunidad de transformación de la acción política institucional debido a la cercanía con los ciudadanos y a la posibilidad de establecer —con mayor facilidad— espacios de participación para la gestión pública. Otras ventajas del ámbito local contempladas por este tipo de proyectos son: la mayor posibilidad de articular espacios de participación, cara a cara; la mejor circulación de la información; más incentivos a la participación ya que es más sencillo incidir en las políticas públicas o la configuración del espacio público donde se desenvuelve la vida cotidiana; una mayor facilidad para el establecimiento de mecanismos de rendición de cuentas; se dificultan las dinámicas de oligarquización —aunque no se impiden totalmente—.

En el caso de Ganemos Madrid, la experiencia nace con anterioridad a la aparición pública de Guanyem Barcelona —con el nombre de Municipalia— y cambia su denominación tras la aparición de Guanyem Barcelona.⁸

5. Ver documentos de la Comisión de Movimiento Municipalista: <http://ganemosmadrid.info/tomar-la-ciudad-mandar-obedeciendo-y-desobedeciendo/>

6. El presente informe se ha redactado a partir de dos entrevistas en profundidad pero también de un trabajo de observación participante mediante el que los investigadores han podido seguir de cerca el proceso de creación y desarrollo de Guanyem Barcelona (GB) desde las primeras asambleas. Nos centraremos por tanto en este caso concreto ya que estos procesos se han desarrollado de forma dispar según las especificidades locales, los contextos políticos y las configuraciones distintivas de los grupos. Sin embargo, haremos referencia ocasional a Ganemos Madrid como contrapuntos comparativos para no perder de vista que se están desarrollando de forma paralela en muchos lugares, y la multiplicidad de manifestaciones concretas mediante las que se están constituyendo estos experimentos organizativos.

7. De hecho Guanyem Barcelona ha llegado a sacar una guía para orientar a las iniciativas similares que se están produciendo. Y al tiempo para desmarcarse simbólicamente de aquellas experiencias donde el nombre Ganemos está siendo instrumentalizado por partidos ya existentes para renovar su imagen y aumentar sus posibilidades electorales: <https://guanyembarcelona.cat/es/guia-util-para-la-creacion-de-un-guanyemganemos/>

8. Estas experiencias no siempre adoptan el nombre de Guanyem o de Ganemos, por ejemplo la Marea Atlántica de La Coruña. Iniciativas parecidas preexistentes serían las Candidaturas d'Unitat Popular (CUP) en Cataluña o las que se han ido configurando en los pueblos del sur de Madrid —Leganés, Móstoles, Alcorcón o Getafe—.

Guanyem Barcelona nace de forma asamblearia impulsándose en la figura pública de Ada Colau —que había sido portavoz de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca—. La composición del espacio refleja la pluralidad interna y el marcado carácter movimentista y ciudadano. La composición del espacio estaba formada por activistas de movimientos diversos, personas pertenecientes a bases de partidos y gente sin militancia previa, movilizada recientemente por los impactos de la crisis, con ciertos conocimientos técnicos que ponen al servicio del proyecto —muchas de ellas provenientes del ámbito académico—.

El objetivo es llegar al gobierno municipal y para ello se plantean la confluencia con otros actores: algunos partidos afines —CUP, Podemos, ICV-EUiA— y espacios articulados de movimiento interesados en la vía institucional como el Procés Constituent.⁹ La confluencia se piensa de manera distinta a la de los partidos tradicionales, en el sentido de que el objetivo, más que una coalición electoral, se plantea en base a “prácticas” y “objetivos” concretos: por ejemplo en torno a experiencias como la redacción conjunta con todos los actores de un Código Ético común que regule la relación de los cargos electos con las retribuciones públicas y permita una mayor transparencia y rendición de cuentas. La confluencia se concibe como la oportunidad de llevar a las urnas a “una mayoría social de cambio” que, se dice, ya “confluye en las calles” en las luchas cotidianas contra los efectos de la crisis. Se entiende la “nueva política” no como un pacto entre partidos que se reparten cuotas de poder y recursos, sino como espacios donde los objetivos sociales son la base de un entendimiento común.

A.1. Características de la organización

Organizativamente se configura como espacio de experimentación institucional con algunas características novedosas en cuanto a la forma-partido. Hay que señalar que las TIC son imprescindibles para la conformación de este proceso. Si bien ésta es una característica que comparten con la mayoría de organizaciones existentes, en este caso se percibe un uso diferencial que tiene relación con las características más participativas de la organización.

CB se estructura por fases según los objetivos propuestos en cada una de ellas, de modo que su organización es altamente **flexible** y va evolucionando para adaptarse a las nuevas condiciones —tanto a los nuevos actores que entran en juego como a nuevas variables que surgen en el contexto—. Sus formas son altamente **innovativas** y se van desarrollando según **procesos de ensayo y error**. Podemos decir que, al menos hasta ahora, no se ha solidificado la organización y esa capacidad adaptativa constituye una ventaja en varios aspectos. Por ejemplo, modula los espacios de modo que puede crecer: es una organización **escalable**. En este sentido, funcionaría más como partido-movimiento¹⁰ de nuevo cuño —o **nuevos partidos-movimiento**— que según las formas más estructuradas y jerárquicas de los partidos tradicionales. Aquí, las fronteras entre OPC

9. El Procés Constituent nace como una llamada de unidad para que varios partidos concurren a las elecciones bajo una propuesta de iniciar un proceso constituyente a partir de la independencia de Cataluña. Se ha constituido de forma asamblearia y federal por toda la geografía catalana.

10. Usamos aquí la expresión partido-movimiento lejos de las acepciones clásicas de la teoría política, queriendo indicar más bien sus similitudes con los movimientos sociales actuales.

y OPNC se diluyen. Sin embargo, esta capacidad modular no siempre es comprendida por todos los actores de la confluencia, sobre todo los partidos preexistentes, que parecen desconfiar por un lado de una capacidad de crecer que ellos han perdido y que sienten como una amenaza, pero también parecen dudar de que la organización sea capaz de “subordinar” una estructura de **carácter asambleario** a las necesidades técnicas y los tiempos de una campaña electoral.

Seguidamente desarrollaremos algunos de estos elementos que caracterizan a este experimento organizativo:

Organización por fases de carácter flexible¹¹

Va variando en el tiempo y se estructura según objetivos concretos. El objetivo es ir generando espacios de participación diferentes a partir de las necesidades del momento y ser capaces de crecer de forma controlada para que los problemas de escala no imposibiliten la participación efectiva.

Así, la **primera fase** iba encaminada a generar una mínima estructura de partida y unos documentos: el manifiesto¹² (diagnóstico político) y las medidas mínimas y compromisos que asumía la candidatura¹³: democratizar las instituciones; preservar unos derechos sociales mínimos; potenciar una economía social más justa y asumir un código ético frente al ejercicio de la política.

La **segunda fase** se consideraba de validación o de sondeo para buscar el respaldo de la ciudadanía. Se solicitaron treinta mil firmas de apoyo a las cuales se condicionaba la existencia misma del proyecto —así lo hizo también Podemos— que se consiguieron en algo más dos meses. Y, por otra parte, se realizaron charlas en espacios públicos de algunos barrios de Barcelona que querían funcionar a la manera de asambleas públicas con una parte de micro abierto donde cualquiera podía expresar su opinión o interpelar a los representantes de la organización¹⁴. También participaban personas vinculadas con las organizaciones sociales del territorio donde tenía lugar el acto. (En este sentido hay que destacar la importancia de las redes activistas preexistentes de los integrantes de GB que se activan aquí para conectar con estas organizaciones).

La **tercera fase** es el momento en el que se generan las herramientas concretas que van a servir de instrumento de la confluencia —como las Jornadas de Código Ético—. Esta fase también es de definición de la siguiente: la forma organizativa definitiva que asumirá Guanyem Barcelona cuando los actores políticos y sociales interpelados tomen la decisión de concurrir juntos a las elecciones. En esta última fase se tendrá que definir cómo será la integración de los actores en el proyecto o qué nuevos espacios de toma de decisiones se implementarán. Ganemos Madrid no tiene ne-

11. Las fases no se corresponden exactamente con la denominación original de Guanyem Barcelona pero se recogen así por consideraciones de orden explicativo.

12. <https://guanyembarcelona.cat/es/firma/>

13. <https://guanyembarcelona.cat/es/compromisos/>

14. Se produjeron doce encuentros con una asistencia que osciló entre las 250 y las 600 personas cada uno. Todavía se siguen produciendo estas charlas-asambleas públicas.

cesidad de un salto de escala de ese nivel al tener incluidos ya los distintos actores en su propia estructura —que participan ya de los espacios de coordinación—. Característica esta que comparte la capital con otros procesos que se están produciendo en ciudades pequeñas donde es más fácil que se opte por esta estructura, como Guanyem Terrassa o Guanyem l’Hospitalet.

Asamblearismo/No jerárquica

Se organiza a la manera de muchos movimientos sociales en base a comisiones de trabajo y asambleas¹⁵. El órgano decisorio es el plenario que no es abierto a todo el mundo —a diferencia de Ganemos Madrid¹⁶— sino que pueden asistir aquellas personas que participan en alguno de los espacios de trabajo —grupos de barrio¹⁷, comisiones y grupos de trabajo—. Se estimula la participación y la toma de decisiones colegiadas y en ese sentido, se intenta combinar lo mejor de la “inteligencia colectiva” de las formas de trabajo en red con una organización que pueda ir asumiendo los retos operativos. En este sentido hay que destacar que se parte de la idea que el programa se deberá elaborar de forma colectiva y, en principio, en un proceso que esté vinculado de alguna manera con los ejes temáticos y los barrios.¹⁸

15. Existen tres grandes ejes que articulan la estructura Guanyem:

1. Comisiones técnicas: Relato y contenidos; Comunicación; Relación con fuerzas políticas: Logística y financiación; Organización; Otros Ganemos —relación con otras propuestas municipalistas—, Organización —formada por Territorial (barrios), Colaboradores y Organización Interna—.
2. Ejes temáticos: Son espacios abiertos a personas que ya trabajan en cada uno de los ámbitos tratados. Actualmente están funcionando ejes sobre: Salud; Educación; Trabajos, precariedades, desigualdad y pobreza; Economía de la ciudad y medio ambiente; Vivienda y urbanismo; Migraciones; Género y diversidad sexual; Sociedad de la información; Cultura; Gobierno local, transparencia y participación (facilita la introducción de mecanismos de participación *online*) y Seguridad y derechos civiles.
3. Asambleas de Barrios: Grupos organizados que integran la estructura territorial que se coordina a partir de un órgano propio —Coordinadora de Barrios—. En estos momentos unos doce y todavía en expansión.

Espacios de decisión y coordinación:

1. Comisión de coordinación: Es donde se van tomando las decisiones coyunturales más urgentes. Está formada por coordinadores de comisiones, portavoces y se prevé que acudan representantes de la Coordinadora de Barrios. (Se reúne con periodicidad semanal).
2. Plenario: Puede participar cualquiera que trabaje en algunas de las comisiones o grupos de barrios. (Periodicidad quincenal).
3. Asambleas abiertas: Son abiertas a toda la ciudadanía y son espacios de rendición de cuentas. (Se convocarán según las necesidades del momento).

Más información: https://guanyembarcelona.cat/wp-content/uploads/2014/06/propuesta_organizativa_cast.pdf

16. En este sentido, el entrevistado de Ganemos Madrid señala los límites de esta apertura total, cualquiera puede asistir a esas asambleas: “Ganemos Madrid se gesta de una forma muy horizontal, muy abierta, absolutamente transparente y a la vez eso no ha permitido generar una organización suficientemente sofisticada, en el sentido de que haya la suficiente división social del trabajo para que sea más operativa. Ganemos Madrid es prácticamente un producto del 15-M y se adoptan prácticamente todas sus formas de hacer: el asamblearismo, de una forma muy radical —incluso en términos como muy epidérmicos— el lenguaje no verbal, lo de las manos, lo de los signos, la cuestión de que todo el mundo pueda participar en cualquier momento y que haya una apertura a la participación, y sin embargo, lo paradójico es que muchas veces no es lo mejor a la hora de constituir una organización que quiere pensar en clave electoral y, al fin y al cabo, obtener unos buenos resultados en las elecciones.”

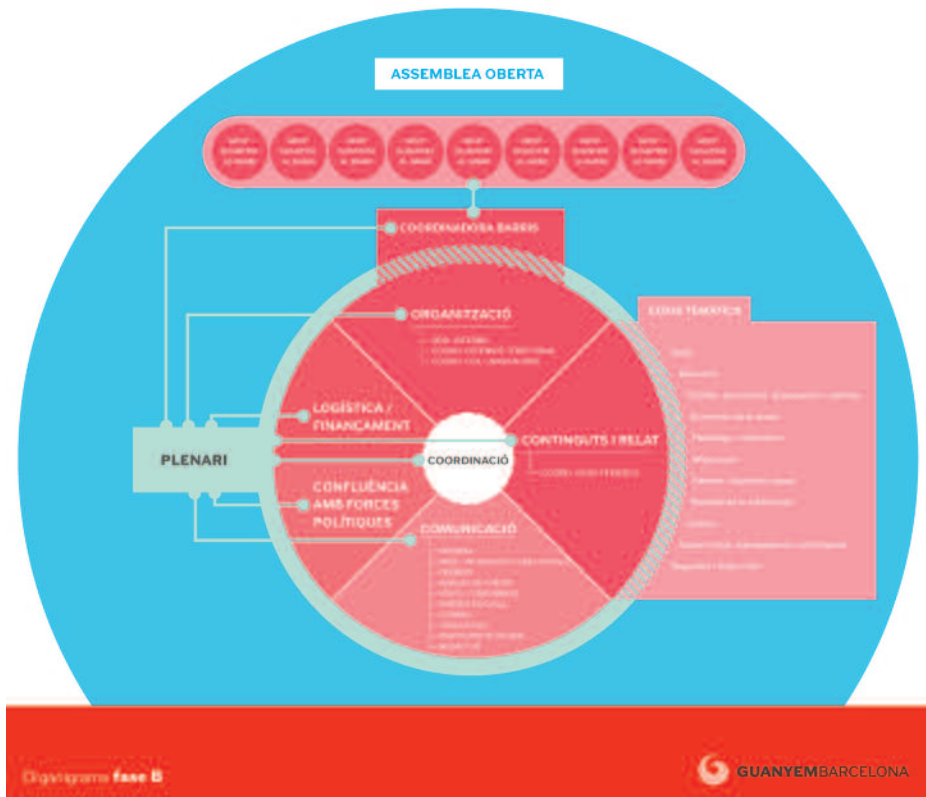
17. Dos personas de cada grupo de barrio pueden asistir a los plenarios, aquellas que participan a su vez en la Coordinadora de Barrios.

18. En el documento de Principios se puede leer: “Este proceso no puede empezar con un programa electoral cerrado. Las propuestas para transformar la ciudad y sus instituciones tienen que ser elaboradas de manera colectiva. A partir de iniciativas ya existentes, pero también de otras que tendremos que ir construyendo con las mejores voces de los movimientos sociales, vecinales y sindicales; con técnicos y trabajadores de diferentes sectores; con gente políticamente organizada, y con la contribución de la ciudadanía.” <https://guanyembarcelona.cat/es/compromisos/>

En relación a los espacios de participación interna podemos decir que el funcionamiento de Guanyem está basado en la creación de un movimiento-partido¹⁹ más que de un aparato de partido clásico. La pregunta clave que se plantea es si a medida que se consolida en el tiempo será capaz de seguir sosteniendo una estructura asamblearia en continuo crecimiento. En ese sentido, el tamaño del plenario —donde reside la soberanía— no puede crecer ilimitadamente mientras se considere un espacio asambleario —cara a cara— de deliberación y toma de decisiones. Por eso se ha ido incluyendo a gente que participa en el “ecosistema” GB de forma limitada para evitar el desborde de este espacio. Está por ver si la introducción de ciertas herramientas de participación digital podrá aportar algunas soluciones técnicas a estos problemas.

Por otra parte, un reto que se está empezando a plantear es la estructura participada en comisiones de decisiones que van y vienen de unos grupos de trabajo a otros tiene unos tiempos que habrá que compaginar con los de las campañas electorales y los ritmos mediáticos. La creación reciente de un comité de campaña pretende dar respuesta a esta cuestión, aunque está por definir cuál será su relación con el resto de la estructura de Guanyem Barcelona.

GRÁFICO 7.1. ESTRUCTURA DE GUANYEM BARCELONA



19. Recordamos que usamos aquí la expresión partido-movimiento lejos de las acepciones clásicas de la teoría política, queriendo indicar más bien sus similitudes con los movimientos sociales actuales.

Escalabilidad

Uno de estos retos fundamentales, por tanto, es la cuestión de la escala. Se estimula activamente la participación y por tanto el crecimiento de la organización, lo que constituye un verdadero reto organizativo en una estructura de carácter asambleario. La búsqueda de soluciones para estructurar esa participación ocupa bastante tiempo y recursos dentro de Guanyem Barcelona, pero se entiende, no sólo que es deseable, sino que debe responder a la presión social que exige participar de las decisiones políticas. Por tanto, se trata de establecer protocolos claros y una buena distribución de la información en los distintos niveles de la organización. Lo que sería muy difícil sin otorgar un papel preponderante a las TIC. Por ello, la formación respecto al uso de herramientas tecnológicas dentro de la organización se considera imprescindible y constantemente se realizan talleres formativos.

Proceso de ensayo y error

Entre las distintas fases se avanza en base a experiencias que provienen de saberes movimentistas de los participantes pero que tienen que adaptarse a objetivos y situaciones totalmente nuevas. Eso induce un proceso de experimentación que se produce en base a decisiones que van cambiando a medida que evoluciona la situación o se reorganizan las necesidades. Para el entrevistado de Ganemos Madrid:

Te lo tienes que inventar [la organización]. Lo que quiero decir es que ha habido una cesura, porque en los movimientos sociales no había organización escalable, lo que había era eso, una lógica de enjambre, muchos colectivos participando en campañas que unificaban que permitían apuntar a un determinado lugar. A la hora de plantearte un cambio institucional, necesitas otro tipo de herramientas.

Sin embargo hay que apuntar que las decisiones que se van tomando condicionan de alguna manera los posibles desarrollos posteriores. De modo que la capacidad de adaptarse a las nuevas condiciones decrece a medida que se toman decisiones que producen un crecimiento de la organización.

Alta capacidad de innovación

Esta conjunción de saberes militantes específicos —que no tienen el lastre de estar constreñidos por las formas organizativas de los partidos clásicos— y el proceso de experimentación puesto en marcha, permiten una alta capacidad de innovación. La apuesta por la participación —considerado un eje de la “nueva política”— posibilita también la experimentación con herramientas de democracia digital, un ámbito al que progresivamente se le está dando más importancia dentro de la organización.

Generar una cultura de la organización / Fronteras identitarias difusas

Por último, señalar que crear una estructura implica ser capaces de diseminar tanto la información dentro de la organización —base de una verdadera toma de decisiones participada—, como

de generar un conocimiento de la propia organización e incluso un “sentido de pertenencia” —una “cultura política” propia—. Las TIC deberían tener en estas funciones un papel central y son las responsables de generar espacios de deliberación horizontal en estructuras en las que, a medida que se escala, se vuelve imposible la discusión cara a cara.

Sin embargo, la estructura modular de Guanyem Barcelona permite formas de adscripción identitaria fluida similares a las que descubrimos en las organizaciones tecnopolíticas del ecosistema 15-M, de manera que se posibilitan distintos niveles de implicación y formas de colaboración. Por ejemplo, los Ejes Temáticos impulsados por la organización no se consideran espacios “exclusivos” de Guanyem²⁰, sino órganos consultivos y de participación tanto de entidades como de personas que quieren colaborar en la generación de discurso sin necesidad de integrar la estructura o abandonar sus propios espacios.

Esto es algo característico de la organización, ya que se permite e incluso se estimula la multimilitancia. Se entiende que se puede colaborar en varios espacios o partidos políticos haciendo primar los intereses de una posible confluencia —algo bastante alejado de cómo se piensa en los partidos clásicos—. No se trata de generar una identidad Guanyem con capacidad de clausura, sino que más bien la organización se concibe como un dispositivo electoral que no constituye un fin en sí mismo, sino más bien una herramienta de intervención institucional. En ese sentido se asume que se pueden compartir los mismos objetivos políticos con otras organizaciones políticas —partidos y movimientos— y por eso se admite y valora la multimilitancia.

Así, tampoco existe un “carné” ni posibilidad de afiliarse. Lo que hay es la posibilidad de firmar el manifiesto y vías abiertas de participación —que implican distintos niveles de compromiso con el proyecto, como hemos podido ver—.

Gestión colectiva de los liderazgos

Se intenta que las caras visibles del proyecto respondan a un mandato colectivo y que sus posicionamientos estén mediados por espacios de toma de decisiones colectivas. Sin embargo, se trabaja dentro de un marco organizativo pero sin considerar que los portavoces son altavoces de la organización, dejando un margen de expresión de las propias voces o formas de ver los problemas. Por ahora hay seis portavoces propuestos por la Comisión de Coordinación y, en fases progresivas, se plantea la posibilidad de ir incluyendo portavoces temáticos que amplíen la pluralidad de enunciar y que estén vinculados con temas específicos de ciudad, muchas veces en relación a la militancia o área de experiencia propia de los mismos.

En el caso de Ganemos Madrid la pluralidad es aún mayor al estar representados por once portavoces propuestos por organizaciones que participan dentro del proyecto y consensuados en un plenario abierto.

20. Ver Propuesta Organizativa: https://guanyembarcelona.cat/wp-content/uploads/2014/06/propuesta_organizativa_cast.pdf

A.2. Herramientas digitales

El siguiente apartado abordará el uso y el significado que se da en Guanyem a diferentes herramientas digitales. Tal y como hemos señalado anteriormente, se trata de un proyecto en construcción y, por tanto, en mutación constante. En este sentido, los usos y el papel que se otorga a las herramientas digitales ha ido cambiando a la par que Guanyem evolucionaba. Al mismo tiempo, dichas herramientas han sido parte de, o han posibilitado, dicha mutación. A continuación trataremos de explicar de forma relativamente detallada, todas las herramientas digitales empleadas, así como cuál ha sido el contexto en que se han usado, con qué objetivos y, en la medida de lo posible, que valoración se hace tanto de su utilización como de sus efectos.

El apartado se ha estructurado a partir de tres ámbitos. En primer lugar se analiza el uso de herramientas digitales en el ámbito de la organización y la participación interna de Guanyem. En segundo lugar se abordarán las diferentes formas en que el proyecto se ha ido abriendo a la participación ciudadana y el papel de las herramientas digitales en dicha apertura. Por último, se explicará el uso de diferentes instrumentos de comunicación —redes sociales, vídeos— tanto entre los miembros de la “comunidad”²¹ Guanyem como en términos de su impacto externo.

Las herramientas digitales en la organización interna y la toma de decisiones

Las listas de correo y los grupos de WhatsApp tienen un papel destacado a la hora de ir creando un espacio compartido —y un “sentido común”— entre un grupo de personas con procedencias diversas que decide juntarse para crear un nuevo proyecto. Como vimos, estas TIC posibilitan o facilitan la organización, pero también tienen funciones en la generación de identidad así como de delimitación de organizaciones como ésta de carácter “difuso”, donde las fronteras que marcan la pertenencia no están claras. En este sentido, los inicios vienen marcados por una lista de correo general donde se iba incluyendo a la gente que participaba en las diferentes comisiones de trabajo. Así, esta lista ha tenido un papel central a la hora de determinar quién pertenece a la “comunidad Guanyem”. Es decir, quién está en la lista general o, al menos, quién participa de alguna de las otras listas, a falta de algún tipo de censo de militancia formal.

La dificultad de asumir elementos como las *netiquetas* para una parte de la organización, constituye una primera muestra de lo que la entrevistada de GB denomina “falta de alfabetización digital” de una parte de la comunidad. Tal y como veremos, ésta es una cuestión que se repetirá con otras herramientas digitales. Algo que queda patente también en las dificultades de uso de los Pads, herramientas de uso habitual en generaciones más jóvenes de activistas o de personas que participaron activamente en las redes durante el 15-M.

También existe un grupo de “WhatsApp general” de Guanyem que sirve para compartir informaciones vinculadas a la actualidad y realizar pequeñas reflexiones al respecto. Al igual que la lista de correo, la función de este grupo ha evolucionado, al principio cuando estaba menos estruc-

21. Como hemos explicado la pertenencia a Guanyem no siempre genera un sentido identitario firme, así que hablar de “comunidad” permite referirse a ese espacio amplio y en buena medida, difuso, que constituye la estructura organizativa. Que a día de hoy podemos calcular serían entre 600 y 700 personas —con diferentes niveles de implicación—.

turada la división interna de la organización y ésta era más pequeña, esta lista general servía para debatir, además de para informar. Ahora cuando ya existen otras muchas especializadas según su trabajo, ésta ha perdido peso deliberativo y sus funciones son meramente informativas.

Las comisiones, y algunas sub-comisiones, también han activado su propia lista de correo, sus propios grupos de WhatsApp (o Telegram en unos pocos casos) y en algunos casos también se ha usado Mumble. Los objetivos han sido facilitar la comunicación y organización, crear un cierto sentimiento de grupo de trabajo y, en parte, posibilitar la toma de decisiones vinculadas al día a día. Concretamente, en relación a WhatsApp y Telegram, la entrevistada de GB considera que son unas herramientas que generan mucho ruido y una cierta saturación, pero al mismo tiempo son imprescindibles, ya que permiten una comunicación informal que genera “un sentimiento de comunidad”.

Liderazgo y toma de decisiones a nivel interno

Las herramientas digitales han tenido un impacto en la forma en que se distribuye el trabajo y en la creación de liderazgos “informales” en espacios como las comisiones técnicas. La entrevistada de GB apunta que tienen un efecto positivo ya que permiten la transparencia interna y visibilizar un trabajo que de otra manera podría quedar oculto, fomentando además una especie de liderazgo informal entre las personas que más tiempo dedican al proyecto”:

Internet te permite visibilizar un curro cotidiano que es muy invisible y compartirlo con el resto de espacios y eso alimenta liderazgos informales y a la vez yo creo que los distribuye muchas veces, como que permite una distribución de esos liderazgos.

Como vimos en anteriores apartados, esto está relacionado con las formas meritocráticas que podemos encontrar en la “cultura de la Red”.

El hecho de que se usen diferentes herramientas digitales para la comunicación entre los distintos grupos de trabajo de Guanyem no debe hacernos obviar que también las reuniones presenciales han tenido un gran protagonismo y que es allí donde, *a priori*, se toman la mayoría de las decisiones sobre el proyecto. En este sentido, tal y como hemos explicado, además de las reuniones regulares de las diferentes comisiones, el Plenario es el espacio donde cada dos semanas se toman o ratifican las decisiones centrales de Guanyem. Asimismo, entre Plenarios, es la Comisión de Coordinación la que tienen la potestad de tomar aquellas decisiones que considere oportunas. Dicha comisión de coordinación se ha dotado de una lista de correo y de un grupo de WhatsApp.

De acuerdo con la entrevistada de GB, una función clave y facilitadora de las herramientas digitales como la lista de correo y, en parte, el WhatsApp es que sirven para preparar y establecer debates para los que no habría tiempo en las reuniones presenciales. De tal manera que, en el momento de debatir y decidir presencialmente, los participantes han tenido oportunidad de expresar sus opiniones previamente, están más informados y se agilizan los espacios de decisión. No obstante, la propia entrevistada apunta que los tiempos electorales marcan una velocidad que entra en tensión con una toma de decisiones ampliamente discutida y consensuada, etc. En

este sentido, a veces instrumentos como WhatsApp adquieren un rol en la toma de decisiones que a priori no les correspondería. De acuerdo con la entrevistada, no se trata de las grandes decisiones vinculadas al proyecto, si no de pequeñas decisiones ante eventos inesperados, como por ejemplo, sobre el posicionamiento de Guanyem ante ciertos temas para responder a los medios o decisiones que no se han acabado de ajustar en el transcurso de la reunión presencial.

La tensión entre unas formas de funcionar heredadas de espacios no electorales y las exigencias que comporta un proyecto como Guanyem se resumen en la siguiente reflexión de la entrevistada:

A la práctica yo creo que una de las cosas que nos estamos encontrando es que todos venimos de espacios que no son espacios electorales. Eso quiere decir que pensamos mucho estructuras en base a experiencias previas en movimientos sociales, lo cual da frescura y a la vez también ralentiza y la ralentización con respecto a los tiempos electorales a veces hace que Coordinación esté tomando más decisiones de las que debería estar tomando, porque hay decisiones que se tienen que ir tomando.

Las herramientas digitales y la participación

A lo largo del tiempo se han ido abriendo diferentes vías de participación vinculadas a Guanyem en las que las herramientas digitales han jugado un papel fundamental. En dos específicamente —Ejes Temáticos y Barrios— las herramientas han servido para crear y coordinar los grupos en su inicio y para la comunicación/discusión una vez puestos en marcha. Mientras que en el tercero, se trata de experimentar con herramientas digitales que permiten la participación *online*.

Dos herramientas digitales que han intervenido en este proceso han sido la recogida de firmas *online* y el formulario para la derivación de nuevos colaboradores de Guanyem. La recogida de 30.000 firmas para validar el proyecto ha permitido tener una amplia base de contactos que se ha activado en momentos puntuales a través de correos electrónicos enviados desde Guanyem. Igualmente, ha sido muy relevante para la creación de los Grupos Guanyem de los barrios ya que se han podido enviar correos a los firmantes de un distrito específico de la ciudad avisando de la celebración de reuniones o actos de Guanyem en dicho espacio territorial. El formulario *online* ha servido para que la gente apunte cuál es su perfil y en qué comisión, eje temático o grupo de barrio desea participar, posibilitando así que las más de 500 personas que han rellenado el formulario sean dirigidas a ámbitos específicos que son de su interés y, por tanto, de utilidad para el conjunto de la organización. Este direccionamiento a través de una herramienta digital tenía el objetivo de evitar el colapso de la organización por una entrada masiva e indiscriminada de nuevos colaboradores. No obstante, no ha evitado la necesidad de celebrar encuentros presenciales con los nuevos colaboradores y las dificultades que comporta la incorporación de personas a una estructura organizativa que ya está en pleno funcionamiento.

El primer ámbito de crecimiento de la estructura han sido los **Ejes Temáticos**. Como hemos visto, son grupos de trabajo vinculados a determinadas temáticas que tienen como objetivo la generación de discurso sobre estas áreas. Hay que destacar que se abre un campo de experimenta-

ción importante en las maneras que se van a validar estos documentos, que será mediante algún tipo de participación y deliberación digital —todavía no en marcha aunque proyectado—.

En cuanto a los **Grupos de Barrio**, se trata de espacios totalmente abiertos a la participación de los vecinos y vecinas de los diferentes distritos. Pese a que existe una importante variedad de situaciones, en la mayoría de los barrios se está dando una participación en que predominan las personas de más de 40 años. Asimismo, las charlas en los barrios han recibido una gran afluencia de personas maduras o de edad avanzada, pero menor entre la población joven. En este sentido, entre las personas que trabajan el ámbito territorial existe una cierta inquietud ante la dificultad de atraer a personas jóvenes. Asimismo, en este ámbito también se ha detectado una cierta dificultad para seguir el ritmo y usar algunas de las herramientas digitales expuestas. Hay que decir que dentro de Guanyem —y en la medida que se estimula la participación—, se emprenden iniciativas de formación encaminadas a superar la “brecha digital”. Y esto no únicamente para mejorar la calidad democrática de la organización, sino también porque se entiende —según los aprendizajes que el 15-M ha depositado en las organizaciones— que para la contienda electoral es importante tener una comunidad digitalizada capaz de movilizar temas y posicionar acontecimientos en las redes sociales.

Finalmente, en lo que respecta a los canales de participación *online*, en Guanyem hay una subcomisión de **Participación Digital** que trabaja de forma específica estas cuestiones y que está adquiriendo progresivamente más peso. Hasta el momento se han utilizado dos herramientas de participación *online*: Appgree y un *software* llamado DemocracyOS. En el caso de Appgree, se trata de una aplicación digital que permite lanzar preguntas que recibirán diferentes respuestas por parte de los usuarios y, al mismo tiempo, el conjunto de usuarios podrá votar la que consideren la mejor respuesta. En este caso no se trata de decidir una postura concreta, si no que ha de servir para que Guanyem tenga una referencia sobre la opinión de toda aquella gente que sigue el proyecto con interés, pero no participa directamente en el mismo. Appgree se usó por primera vez en un importante acto público²² celebrado el 16 de septiembre. Tal y como señala uno de los integrantes de la subcomisión Participación digital, se lanzaron algunas preguntas generales siendo el objetivo dar a conocer la herramienta y que la gente se apuntase al perfil de Guanyem —ahora mismo hay cerca de 3.000 personas inscritas—. De cara a realizar una valoración sobre la cantidad y calidad del uso de la herramienta habrá que esperar futuros usos. En este sentido, en breve se empezarán a hacer sesiones de preguntas y respuestas a los portavoces de Guanyem y ésa será la primera prueba importante.

El *software* DemocracyOS se ha usado en las *Jornadas de Código Ético*. Estas jornadas tuvieron lugar en Barcelona en octubre y no sólo contaron con la participación de los distintos partidos convocados, sino que estuvieron abiertos a la discusión con cualquiera que quisiese asistir —previa inscripción hasta llenar cupos— y después se pudo aportar al debate en base a herramientas digitales. En concreto, se discutía cuál debía ser el posicionamiento de Guanyem respecto

22. Se trata del acto celebrado en las Cotxeres de Sant el 16 de septiembre de 2014 para explicar cuál iba a ser la hoja de ruta y el modelo organizativo provisional de Guanyem.

a cuestiones como el sueldo de los regidores, el límites de mandatos, etc. Tras realizarse una jornada presencial, se abrió una página web²³ en la que se podían hacer comentarios a apartados específicos de los textos bajo discusión y, al mismo tiempo, votar los mejores comentarios que subían o bajaban según el número de votos obtenidos. Se registraron 365 personas para poder hacer comentarios al texto y se hicieron 321 comentarios que recibieron 139 respuestas, así como 957 valoraciones de los comentarios. Sobre la calidad de la participación, los gestores de la web comentan que hubo un importante número de contribuciones sólidas y bien argumentadas. No obstante, también hubo comentarios que abordaban cuestiones que no eran las planteadas en esta experiencia concreta. El texto definitivo está siendo votado (a favor o en contra) de forma abierta por todos aquellos que lo deseen.²⁴

Por otro lado, los documentos elaborados inicialmente por los ejes temáticos serán colgados en la página web y allí podrán ser comentados por el conjunto de la ciudadanía. Finalmente, se considera que el programa electoral deberá pasar por algún tipo de debate y votación *online*, y se valora la posibilidad de usar el *software* Agoravoting usado previamente por Podemos y cuya experiencia se valora positivamente.

Herramientas digitales para comunicar Guanyem

La comunicación del proyecto de Guanyem se está desarrollando a través de sus perfiles en Facebook y Twitter, de una cuenta en Youtube y la producción de diferentes videos explicando los objetivos del proyecto y su desarrollo, así como diferentes instrumentos de comunicación gráfica. Igualmente, los diferentes grupos de barrio han ido abriendo sus propias cuentas de Facebook y Twitter, para lo cual han recibido un taller sobre un conjunto de herramientas de comunicación y se ha elaborado una *Guía para la comunicación de Guanyem*. Todas estas cuentas son manejadas por personas vinculadas al proyecto.

Junto a las cuentas oficiales de Guanyem, conviene apuntar algunas cuestiones sobre los perfiles personales de las personas involucradas en el proyecto. En este sentido, pese a que algunos usuarios tienen una gran presencia en las redes sociales —siendo Ada Colau el ejemplo más evidente— la valoración de la entrevistada de CB considera que Guanyem aún no ha generado una comunidad y una presencia potente en redes. Esto se debe en parte a que, según ella, mucha gente involucrada no tiene un perfil creado en las redes sociales o hace un uso más bien escaso del mismo. Comprobar la falta de cultura digital y la necesidad de potenciar este ámbito con una parte de los integrantes de Guanyem ha sido una “sorpresa” y un elemento que considera necesario trabajar y solventar. En este sentido, como hemos visto, hay una constante alusión a la idea de hacer talleres para instruir en el uso de diferentes herramientas a los miembros de Guanyem. Una cuestión que plantea la posibilidad de que Guanyem sea un espacio de alfabetización digital para gente que viene de un activismo más “tradicional” o para gente que, a través de los barrios, se está acercando por primera vez a un activismo de estas características.

23. La página web es la siguiente: <http://participa.confluenciacodetic.cat/>

24. En el momento de escribir este informe el proceso todavía no está terminado.

A.3. Jóvenes en GB

Es interesante apuntar que el perfil mayoritario entre los integrantes más implicados en el día a día de Guanyem se sitúa alrededor de los 30-40 años. En pocos casos se trata de personas menores de 25 años. No obstante, sí que hay una cierta incorporación de gente con perfil joven que ha acabado los estudios universitarios y participa en comisiones como la de Comunicación o la de Análisis de Datos. En este sentido, conviene destacar que Guanyem no contempla la posibilidad de crear una sección juvenil. Se considera que los espacios políticos con un componente intergeneracional permiten compartir conocimientos, lo que mejora la actuación de la organización en cuestión. Igualmente, se considera que los problemas de los jóvenes no deben ser tratados de forma diferenciada a los del conjunto de la ciudadanía, aunque en algunos aspectos pueden ser especialmente acuciantes.

A.4. Conclusiones

Como hemos explicado en la introducción, estamos viviendo un proceso de transformación de nuestros sistemas políticos en que los actores están evolucionando también para adaptarse —sobre todo a partir de lo que el 15-M ha significado para el contexto social y para el ecosistema de las organizaciones movimentistas—. En este espacio surgen nuevos experimentos que implican formas de enfrentar las instituciones de la democracia representativa, lo que podríamos denominar como *nuevos partidos-movimiento*.

La forma que ha adoptado este experimento en el ámbito local han sido los “Ganemos” —proceso encabezado por Guanyem Barcelona—, formas novedosas de conjugar partidos tradicionales con ciudadanos organizados o recientemente movilizados.

Guanyem Barcelona —y otras organizaciones similares como Ganemos Madrid— en sus formas organizativas y en su articulación con las herramientas digitales, se mueven entre la OPC y la OPNC, con características de ambas. Así, podemos concebirlas como experimentos de nueva institucionalidad que combinan la práctica política en la arena institucional con las formas de organización y de funcionamiento de los movimientos sociales.

Estas nuevas organizaciones aprovechan los cambios estructurales que han aportado las TIC a los procesos sociales, tanto el saber acumulado —alfabetización digital—, como la infraestructura, o las aportaciones que las redes sociales hacen a la comunicación política a partir también de su interacción con los *mass media*. Después del 15-M, en España, no se puede entender el debate político sin la intervención que los usuarios de redes sociales hacen a partir de su propia producción.

En el caso de GB podemos percibir cómo los aprendizajes acumulados a partir del experimento tecnopolítico del 15-M se extienden a través de los nuevos dispositivos electorales. En ellos, el papel de la transmisión del conocimiento del uso de las TIC es fundamental, característica esta muy vinculada a la *cultura de la red*. En GB esta apuesta por la formación está vinculada a la “brecha digital” que se percibe en una parte de los integrantes de la organización, muchos de ellos vinculados a una militancia más tradicional —asociaciones de vecinos, etc.—, respecto de

los de la franja etárea más joven. En este sentido, hay que destacar que en GB no hay presencia fuerte de jóvenes, aunque los puestos de responsabilidad sí están ocupados por personas menores a las que ocupan puestos equivalentes en las OPC.

Respecto a la participación y las TIC, Guanyem Barcelona ha nacido en un contexto donde las nuevas organizaciones —Podemos, PartidoX— apuestan por formas de participación digital novedosas y, en ese sentido, la voluntad de la organización por experimentar en este ámbito es clara. Casi podríamos decir que es el “sentido común” de los *nuevos partidos-movimiento*. La orientación de esa participación está por resolver, puesto que, como hemos visto, GB tiene una estructura compleja en la que participar implica una inversión considerable de tiempo y trabajo colectivo y sus propias dinámicas de deliberación y toma de decisiones —que por ahora se dan más cara a cara que de forma digital—. Es decir, habrá que resolver cómo se conjuga la estructura de esta organización con las formas digitales de participación que se conciben más para la movilización de los no incluidos en GB —los ciudadanos interesados en el proyecto pero que no militan en él—.

B. PODEMOS

A lo largo de este informe hemos visto cómo las tecnologías de la comunicación, en especial Internet, afectan a la manera de entender y practicar la política; cómo desde la utilización de herramientas informáticas y el desarrollo de nuevas metodologías, se va produciendo una innovación cualitativa en lo que entendemos por modelos y organizaciones de vocación democrática.

Toca analizar en este apartado la influencia que han tenido las TIC en la conformación y crecimiento de Podemos y su consolidación como organización. A este respecto, es importante analizar la relación de lo digital con los aspectos organizativos como la participación y la toma de decisiones; la configuración de los espacios que componen la organización; la adecuación de estos principios organizativos al modo de funcionamiento que impone el reto de llegar a las instituciones y los recursos materiales con los que se cuenta o la concentración/distribución del poder.

A continuación, analizaremos algunos de estos aspectos de manera cronológica, desde la aparición de Podemos hasta su propio proceso constituyente —la Asamblea fundacional “Sí se puede”— y las formas que han adoptado tanto el proceso deliberativo como la toma de decisiones y su relación con lo digital. En este proceso se aprobaron una serie de documentos, con vocación de estabilidad, referentes a los principios éticos, políticos y a la forma organizativa que adoptará Podemos —que en el momento de escribir este capítulo, se encuentra en proceso de consolidación²⁵—. Nos centraremos en el *Documento Organizativo*²⁶ aprobado, por corresponderse con el objeto principal de esta investigación.

25. En en este sentido queremos remarcar el hecho de que esta investigación se centra en un objeto de estudio en transformación y por tanto que hay elementos del proceso de consolidación que todavía no están terminados.

26. Accesible en <http://propuestas.podemos.info/propuestas/pdf/Documento-Organizativo-Claro-que-Podemos.pdf>

B.1. Historia de la organización. La Asamblea Ciudadana

Podemos surge en enero del 2014 a partir de un manifiesto firmado por algunos intelectuales que impulsa una figura pública —Pablo Iglesias— conocido por su papel en medios de comunicación como comentarista de actualidad política. La propuesta era articular una candidatura para las siguientes elecciones europeas. En su composición inicial hay un grupo de afinidad nucleado en torno a su actividad política en la Universidad Complutense y a la estructura de Izquierda Anticapitalista —una suerte de partido de extrema izquierda cuyo funcionamiento es más parecido a un movimiento social— compuesta por unos ochocientos militantes en todo el estado aproximadamente.

Para validar esta salida a la arena pública —verificar si su lectura de la situación es la correcta— piden cincuenta mil firmas que consiguen en poco más de una semana.

En su nacimiento tiene muchas características organizativas y “culturales” del 15-M: un nodo central —una estructura mínima— y una llamada a replicar “círculos” o asambleas territoriales sin una dirección clara más que el primer mandato de constituir herramientas de agitación electoral y discusión del programa. En semanas los círculos se cuentan por centenares y siguen proliferando como asambleas territoriales o bien articulados en torno a temas: sanidad, cultura, trabajos, asociaciones de vecinos. El contenido de esta propuesta es netamente asambleario, horizontal, de carácter consensual, organizado en comisiones, etc.²⁷

Es decir, todo lo que la eclosión del 15-M había popularizado como metodología de toma de decisiones —y cuyos componentes analizábamos en el informe anterior (Equipo IGOPnet, 2014) como parte de la cultura de la Red—. A medida que surgen los círculos, los perfiles en redes sociales —sobre todo Twitter y Facebook— también proliferan por cientos y empiezan a producir contenidos. Una prueba más de que el impulso de Podemos —y la gente que se suma a él— proviene de las plazas y las redes (del ecosistema “digital” que surge del masivo experimento tecnopolítico que supuso el 15-M). Así, por ejemplo, en cuatro días la organización consigue el mismo número de seguidores de Twitter que la media de los grandes partidos —alrededor de 200.000 seguidores, cifra que a día de hoy ya dobla—. Así, Podemos surge como un partido-movimiento²⁸ y con formas de agregación totalmente diferentes que cualquier otro partido del sistema español.

En las elecciones europeas obtienen cinco escaños. Las encuestas les irán otorgando cada vez mejores pronósticos en muy poco tiempo. A medida que Podemos va consolidando sus funciones de partido, va abandonando la lógica de movimiento en favor de una lógica más institucional. Se van descubriendo las tensiones entre las formas que vienen del 15-M y la necesidad de crear organización efectiva en términos de “control político” de la toma de decisiones y también de la necesidad percibida de responder ágilmente a las exigencias que imponen los ritmos y las de-

27. Muchas de las características que Pekka Himanen (2001) encontraba en la ética *hacker*. Ver por ejemplo el contenido del documento *Guía para constituir un Círculo Podemos*: http://www.podemos.info/wordpress/wp-content/uploads/2014/05/GUIA_CIRCULOS_PODEMOS.pdf

28. Usamos aquí la expresión partido-movimiento lejos de las acepciones clásicas de la teoría política queriendo indicar más bien sus similitudes con los movimientos sociales actuales.

mandas electorales. Surge la necesidad de estructurar la organización, de dar “forma” a los círculos. Esto genera tensiones entre el régimen de representación y lo movimentista-social.

La necesidad de estructurar la organización se resuelve mediante el proceso constituyente de Podemos —llamada Asamblea Ciudadana²⁹— y la aprobación de los tres documentos antes nombrados mediante un proceso con bastantes características innovadoras en cuanto al uso de las TIC. Este proceso ha seguido varias fases:

En la primera, los equipos avalados por círculos presentaron borradores de Principios Organizacionales, Políticos y Éticos que tenían que competir. Primero se abrió un periodo de discusión *online*, en el que los documentos podían negociarse y combinarse entre sí. El debate se dio a través de la herramienta deliberativa Reddit —Plaza Podemos—. En él también hubo rondas de preguntas abiertas en las que cualquiera de los inscritos podía preguntar directamente a los equipos que presentaban las distintas propuestas —las llamadas “Ruedas de Masas”—. Las preguntas se moderaban a partir de un sistema de votación, de la misma manera que se posicionan las noticias y comentarios en Plaza Podemos —de forma equivalente a los sistemas de posicionamiento de noticias que combinan marcadores sociales, *blogging* y sindicación con un sistema de publicación sin editores—.

Los documentos finales tuvieron una presentación pública en octubre que funcionó a la manera de mitin 2.0³⁰ un gran evento público de masas con fuerte componente identitario y mediático, pero con alto contenido digital. El espacio que albergó el evento tenía capacidad para 14.000 personas y estaba equipado con varios repetidores de fibra óptica para poder dar señal *wifi* a todos los asistentes.

El objetivo era doble: que se pudiese hacer un uso masivo de las redes sociales, pero, sobre todo, que fuese posible usar con comodidad Appgree³¹, una aplicación móvil que permite llegar a consensos en un tiempo ágil. En el acto se utilizó para elegir contenidos de forma colectiva: “¿Qué mensaje queréis lanzar a los que nos están viendo?”, fue una de las primeras propuestas —con clara función de creación de identidad y de prueba de la herramienta—. Pero también para que la gente —presente o no en el acto— pudiese preguntar directamente a los representantes que defendían sus propuestas.

Todo el acto fue retransmitido por *streaming* y fue seguido por miles de personas a través de Internet. Además se contaba con una pantalla donde se iban proyectando los *tweets* de la *timeline* de la cuenta oficial de la Asamblea. Las votaciones se abrieron unos días después de finalizado el acto y se realizaron a través de Internet mediante la aplicación Agora Voting. El proceso ha continuado con otra “Rueda de Masas” a los candidatos a los órganos de decisión, que se votaron *online*.

29. Asamblea Ciudadana es la denominación tanto del proceso constituyente de Podemos —entre el 15 de septiembre y el 15 de noviembre de 2014, más el tiempo que tardan en estructurarse las distintas áreas territoriales— como la denominación que se da al conjunto de inscritos en Podemos. Cualquiera puede registrarse por Internet y eso otorga automáticamente la facultad de votar.

30. El acto tuvo lugar en el Palacio de Vista Alegre de Madrid durante los días 18 y 19 de octubre de 2014.

31. Durante las dos jornadas presenciales de Vista Alegre la aplicación recogió 6.899 propuestas por parte de los usuarios y se emitieron 213.905 votos.

B.2. Proceso de Institucionalización de Podemos. Entre la nueva y la vieja política

Seguidamente analizaremos en detalle los resultados de este proceso de estructuración:

En la primera parte de este informe se planteaban dos tipos de sujetos políticos diferenciados: las organizaciones convencionales, que actúan en el terreno definido como el de la política institucional, y las no convencionales, cuyo campo de acción lo constituye el *afuera* de esa institucionalidad³². Si hubiéramos tenido que clasificar a Podemos en una de estas dos categorías, hasta su Asamblea constituyente, hubiéramos tenido serios problemas para hacerlo, debido a que compaginaba elementos característicos de ambos tipos de organización.

A pesar de estar inscrito en el Registro de Partidos del Ministerio del Interior, de poseer, por tanto, unos estatutos y unos órganos de dirección desde el momento del registro, su funcionamiento no ha estado marcado expresamente por estas disposiciones. Muy por el contrario, Podemos ha basado su estrategia de crecimiento en la dinámica de desborde y autoorganización propia de las organizaciones no convencionales. A este respecto, cabe destacar que su política de creación de nodos —círculos— ha sido muy similar a la que llevó a cabo en su nacimiento la plataforma Democracia Real Ya (Jurado, 2014b).

A continuación se analizarán una serie de elementos organizativos de Podemos y su variación dentro de este proceso de institucionalización:

Círculos: las unidades de participación colectiva, sectorial o territorial

Los círculos de Podemos quedaron definidos originalmente en la web oficial³³; sin embargo, no existió, en sus primeros meses de vida, ningún control sobre los círculos que iban surgiendo o sobre sus integrantes. La carta de naturaleza de un círculo se la otorgaba, casi automáticamente, la apertura de sus perfiles propios en redes sociales y el comienzo de su actividad (reuniones, difusión, financiación, etc.).

Una vez aprobado el *Documento de Principios Organizativos de Podemos*, la definición, constitución y actividad de los círculos queda reglada³⁴, y aunque los requisitos para su creación siguen siendo bastante laxos, esta reglamentación implica un primer mecanismo de control del proceso, una característica que acerca a Podemos un poco más a las formas organizativas de la política institucional.^{35, 36}

32. Esto sin olvidar los espacios de tensión entre ambas esferas, que también han sido expuestos y analizados.

33. <http://podemos.info/circuitos/>

34. Vide: *Documento de Principios Organizativos de Podemos*, Título IV.

35. Lo cual no deja de tener su lógica, una vez alcanzada una expansión notable, de más de 900 círculos territoriales o sectoriales, con vistas a normalizar el crecimiento, bajo el criterio de la escalabilidad.

36. Sobre la escalabilidad de proyectos <http://www.juntadeandalucia.es/servicios/madeja/contenido/recursos/220>

Militancia

El carácter de la militancia ha ido cambiando con el proceso de maduración de Podemos, pero aparejado fuertemente a las herramientas de participación. Si bien la asistencia a las reuniones de los círculos es abierta para todo el mundo, la consideración de militante se hace de las personas registradas en la base de datos. Sin embargo, esto se ha hecho a efectos de contabilizar un censo lo suficientemente fiable como para abrir la toma de decisiones colectivas a toda persona registrada, a través de su perfil digital.

El conjunto de personas registradas en la base de datos de Podemos conforma lo que se ha dado en llamar la “Asamblea Ciudadana”, que se define en el artículo 10 del *Documento de Principios Organizativos* de la siguiente manera: “La Asamblea Ciudadana, o Asamblea Ciudadana Estatal, es el máximo órgano de decisión de PODEMOS y ejerce sus funciones de manera continua. Todas las personas que forman parte de PODEMOS tienen derecho a participar con voz y voto en todo momento en la Asamblea Ciudadana de PODEMOS. En este sentido, la Asamblea Ciudadana arbitrará todos los mecanismos disponibles para garantizar el ejercicio del derecho a voz y voto de todos los inscritos, utilizando para ello todas las herramientas presenciales (Círculos, espacios de encuentro, puntos de votación en plazas y parques, etc.) y telemáticas (<http://plaza.podemos.info>, Loomio, Appgree, plataformas seguras de voto, retransmisiones en *streaming* de los espacios de deliberación presencial, etc.).”

De esta definición se pueden destacar varios factores:

Se vincula la militancia a la posibilidad de participar —con voz y voto—. Esta participación se puede desarrollar en entornos digitales (*infra*) o de manera presencial. No es necesario estar inscrito en ningún círculo para ser parte de la Asamblea Ciudadana. Por último, no existe ninguna directiva en contra de la inscripción de personas que pertenezcan a otros partidos.³⁷

A su vez, en el artículo 12 se establece la edad mínima para registrarse en Podemos en los 14 años, y se marca la diferencia entre el registro en la Asamblea Ciudadana y la inscripción como afiliado, en el Libro al efecto, y que es un requisito para figurar en el Registro de Partidos del Ministerio del Interior.

Toma de decisiones

En la misma tónica de los elementos anteriores, el proceso de toma de decisiones en Podemos se transforma tras la aprobación del documento organizativo. Hasta la fecha de su aprobación, nos encontrábamos con un sistema de toma de decisiones improvisado, basado en el criterio de

37. Aunque sí hay una limitación para ejercer cargos de dirección, en este sentido.

la influencia. Este criterio, como se expuso en apartados anteriores de este informe, es el que ordena las relaciones de poder en estructuras “netocráticas” (Bard y Soderqvist, 2003).

En el caso de Podemos, el poder de decisión era proporcional a la influencia mediática y en redes de sus principales perfiles. Se daba una correspondencia entre el peso de los perfiles en redes sociales de sus caras más visibles en medios, generándose unos liderazgos muy fuertes alrededor de sus principales portavoces. Sin embargo, en determinados momentos, estos perfiles fueron contestados por el entorno, por el resto de perfiles pequeños que configuran la red de Podemos.³⁸

Con el proceso de institucionalización y la aprobación del borrador organizativo, la toma de decisiones se “ordena” en varias capas, cuyos criterios de atribución de competencias pivotan en torno a 2 ejes: las materias y la temporalidad.

Los núcleos de toma de decisiones se componen de la Asamblea Ciudadana, a la que se otorga la capacidad última de decisión sobre las cuestiones más relevantes (elaboración de listas y programas, revocatorios, pactos electorales y modificación de la propia estructura)³⁹; el Consejo Ciudadano⁴⁰, que equivaldría a la ejecutiva clásica de la mayoría de los partidos tradicionales, y la Secretaría General⁴¹, que cuenta con un grupo de apoyo a la labor del Secretario, denominado Consejo de Coordinación⁴². Estos últimos órganos también se asemejan bastante a sus equivalentes en las formas clásicas de partido.

El elemento temporal se manifiesta en la periodicidad con la que los diferentes órganos actúan. La frecuencia aumenta conforme ascendemos en la pirámide, desde la Asamblea Ciudadana hasta la Secretaría General, un modelo también bastante común, guiado por una lógica de la representación en la que no todo el mundo tiene tiempo y disposición para ocuparse de todas las cosas. Pero esta lógica tradicional sí se ve complementada por el papel decisorio último de la Asamblea, que se manifiesta de manera directa, no a través de delegados, en lo que supone una novedad más relacionada con la desrepresentación (Jurado, 2014a) y la participación directa.

Es de destacar que una de las propuestas mayoritarias, aunque alejada en las votaciones definitivas de la que resultó vencedora, apostaba por una fórmula de votación novedosa, importada: el “voto único transferible” (vut).⁴³

38. Fue el caso de la propuesta de inclusión de Jorge Verstrynge en la campaña electoral, que obtuvo una fuerte oposición por parte de las bases que, a la postre, forzaron una rectificación sobre la marcha del equipo promotor.
http://www.infolibre.es/noticias/politica/2014/03/22/el_fichaje_verstrynge_provoca_primer_malestar_interno_dentro_podemos_14845_1012.html

39. Artículo 11 y 13 del *Documento de Principios Organizativos*.

40. Artículo 17.

41. Artículo 23.

42. Artículo 25.

43. http://es.wikipedia.org/wiki/Voto_%C3%BAnico_transferible

Canales de participación

En este campo, la progresiva incorporación de vías y canales de participación no ha tenido que ver tanto con el proceso de institucionalización como con la extensión de la organización y la exploración de herramientas participativas, algunas preexistentes y otras de nueva creación.

En el documento organizativo se menciona explícitamente que se garantizará la participación directa en varias materias (*supra*), aunque no se desarrolla más la cuestión, por lo que abundaremos en este área a la hora de tratar las herramientas informáticas de las que se ha ido dotando Podemos con el paso del tiempo.

Lo que sí se puede adelantar es que, en función de los canales de participación y de los órganos creados a raíz de la Asamblea Constituyente de Podemos, coexisten en la organización dos dinámicas en principio contrapuestas: un fuerte centralismo —que apreciamos en la figura de los portavoces-promotores— y una estructura distribuida —materializada en los círculos—. Las tensiones entre ambas esferas se han resuelto hasta ahora con el llamamiento de participación “al afuera” —los no militantes activos de la organización caracterizados a menudo con la imagen de “ciudadanos”—; lo que ahora se denomina Asamblea Ciudadana, que, a través de su voto directo, realiza la legitimación efectiva de las posturas enfrentadas. Y que, por ahora, se ha resuelto con el masivo apoyo a los liderazgos mediáticos.

La portavocía

Este elemento fundamental, pues en él reside la capacidad de creación y recreación del mensaje y la narrativa pública de Podemos, reviste —al menos en su enunciación— una novedosa forma en el documento organizativo aprobado. El artículo 16 de dicho documento otorga el papel de portavoz a todos y cada uno de los miembros inscritos en Podemos. Algo profundamente original. Para hacerlo, determina unos requisitos que lo que hacen, básicamente, es condicionar el mensaje del portavoz a los principios y contenidos ya consagrados y aprobados en la organización.

Es decir, que en vez de limitar la portavocía a un rol exclusivo y destacado, la abre, poniendo como límite, por tanto, no el cargo, sino el contenido del mensaje que lanza la persona. De esta manera, se consigue un triple resultado: por un lado, maximizar el alcance público del mensaje de Podemos; al mismo tiempo, que ese mensaje sea uniforme (al determinar el propio mensaje qué es y qué no es Podemos, quién es y quién no es portavoz) y, por último, a sabiendas de que la mayor proyección mediática y en redes la ostentan sus promotores, garantizar que los mensajes hegemónicos dentro de la organización serán los que éstos enuncien. Por último, es previsible que a medida que avance el proceso de consolidación de la organización, estas portavocías se vayan estructurando también, de modo que sean de alguna manera “validadas” por el propio partido.

La red en la organización democrática

Después de repasar las principales transformaciones que están sucediendo en la estructura y el funcionamiento organizativos de Podemos, ya se puede inferir cómo afecta el uso de Internet a esta nueva fase del partido.

En primer lugar, es de destacar la importancia de la Red en la propia configuración del proceso de institucionalización de Podemos. Lo ha sido en varios aspectos, entre ellos, la fase de la discusión, ya fuera en redes sociales como en el espacio denominado Plaza Podemos, pero, sobre todo, en la validación de los borradores político, ético y organizativo, cuya aprobación se efectuó a través de una votación enteramente digital en la que participaron 112.070 personas. También la selección de las personas⁴⁴ que pasan a ocupar los cargos en los diferentes órganos internos ha sido realizada por vía telemática⁴⁵. La lógica de legitimación escogida por Podemos ha sido la ratificación de todo lo que se propone por parte de los “inscritos” en la web, por lo que Internet se alza como el espacio y la herramienta clave de validación.

Hilando con esta idea de participación, sobre cómo Internet afecta, por un determinado uso, a la configuración final de este partido, es de destacar la instauración de un nuevo tipo de “afiliado”, que se diferencia de la afiliación clásica, pues no se inscribe en el preceptivo “libro de afiliados” con el que cada partido debe contar y depositar, actualizado, en el Registro de Partidos. Podemos acaba de materializar la existencia de un nuevo tipo de afiliación que, según sus documentos y principios organizativos, cuenta con una serie de derechos y obligaciones dentro de la organización pero que, por el contrario, no estaría respaldado por las garantías que la Ley Orgánica de Partidos Políticos confiere a los afiliados que se encuentran inscritos en el mencionado libro.

De este modo, se produce un fenómeno cercano a lo que se denomina “pluralismo jurídico” (Wolkmer, 2006), que se puede enmarcar en ese espacio de tensión entre la política institucional y las formas de hacer de lo que, en apartados anteriores, denominábamos política “no convencional”. En este caso, en concreto, lo que observamos es la creación, dentro de Podemos, de un sujeto que se asemejaría al concepto de “usuario”, a caballo entre la afiliación legalmente estipulada y el simple simpatizante.

Por último, el uso de la Red ha sido y es capital en la producción de la narrativa en/de Podemos. Dado su nacimiento en forma de “desborde”, con la aparición y el desarrollo de cerca de 1.000 círculos, la mayoría con perfiles en redes sociales aparejados, la dificultad para homogeneizar el discurso es considerable, produciéndose una suerte de narrativa coral. Este fenómeno está afectado, por otra parte, por el elemento de “influencia”, propio de estructuras en red, donde los perfiles con más seguidores cuentan, correlativamente, con más peso y proyección.

De este modo, conjuntamente con el proceso de institucionalización, de donde ha resultado la constitución de cargos y jerarquías y personas que las ocupan, se da otra estructura en el terreno de la generación de discursos. Ambas estructuras, por el momento, se solapan, pues las personas designadas para ejercer las funciones ejecutivas en Podemos son, a su vez, las que más influencia tienen en las redes. Sin embargo, llegado el caso, podría ser posible la confrontación dialéctica entre perfiles en redes sociales, a pesar de la existencia de una jerarquía formal, y, en ese caso, sería interesante comprobar cómo se aplica el régimen disciplinario recientemente aprobado.

44. http://asambleaciudadana.podemos.info/resultados_completos/

45. Todos los resultados accesibles en <http://asambleaciudadana.podemos.info/resultados-completos/>

Las lógicas de poder basadas en cargos son de una naturaleza diferente a las que se basan en la influencia, sobre todo en el ámbito temporal, funcionando las primeras en tramos de tiempo ligados por algún tipo de elección o votación, mientras que las segundas lo hacen en tiempo real.

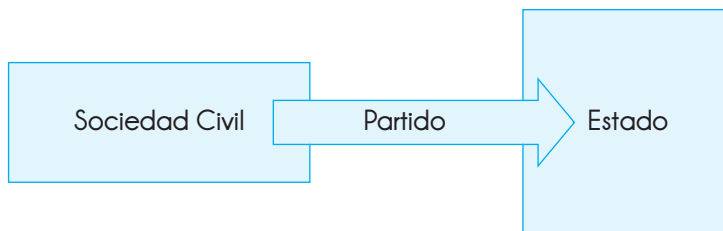
B.3. Caracterización de Podemos como partido

Para abordar una categorización de Podemos, ya como partido político constituido, se puede recurrir a la clásica taxonomía que desarrollan, por ejemplo, autores como Katz y Mair (2004)⁴⁶. Una suerte de evolución histórica de los partidos políticos, donde se analiza su función de intermediación entre la sociedad y el Estado, atendiendo a las relaciones que mantienen con una y otra dimensión. De las categorías que aparecen, comprobamos cómo Podemos mantiene elementos comunes con los “partidos de masas” pero, también, con los “partidos *catch all*”. De momento, al conservar un papel de *outsider* en el engranaje institucional, no se puede catalogar como “partido cartel”, estando su presencia institucional, hasta la fecha, reducida a cinco eurodiputados.

En relación con el clásico “partido de masas”, Podemos comparte el origen, encuadrado en la sociedad civil, con la que mantiene una fuerte relación y de la que se nutre a la hora de formar su estructura primigenia, sea a través de los círculos o de las personas que, a título individual, se conforman en transmisores de su mensaje. Es un partido que nace y se reconoce en “la gente”. Se presenta, a su vez, como una herramienta mediante la cual acceder a las instituciones.⁴⁷

Esta relación se extiende, como en los partidos de masas, también a su provisión de recursos. Al rechazar cualquier financiación proveniente de bancos y entidades de crédito, los recursos materiales, como los humanos, se adquieren de las donaciones voluntarias, tanto de militantes como

GRÁFICO 7.2. EL PARTIDO COMO INTERMEDIACIÓN ENTRE SOCIEDAD Y ESTADO SEGÚN KATZ Y MAIR (2004)



46. Precisamente, lo interesante del texto “El partido cartel. Transformación de los modelos de partidos y de la democracia de partidos”, de los autores señalados, es su concepción de las categorías de partidos de manera diacrónica, como un proceso de transformación continua, que depende del contexto (cultural, político, social y económico). Así, se pueden utilizar estas categorías para la caracterización de Podemos como resultado y producto de una evolución dentro de unas circunstancias.

47. En su web se puede leer, literalmente “Podemos no es, ni quiere ser, un partido político. Podemos es una herramienta que esperamos sirva a toda la ciudadanía para recuperar el protagonismo popular que siempre debiéramos tener en democracia”. <https://podemos.info/participa/>

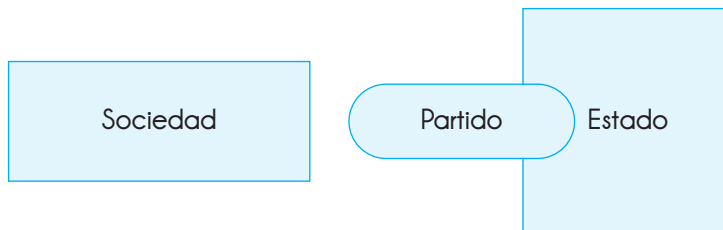
de simpatizantes. La gran difusión y penetración de su mensaje, aun con este minimalismo material-organizacional, ha sido posible, en gran parte, por un planteamiento estructural distribuido y, en gran medida, autónomo, sostenido por infraestructuras y recursos informáticos, y por la presencia habitual de algunos de sus miembros en los medios de comunicación.

Pero, a pesar de esta génesis, Podemos ha modificado el mensaje y la orientación electoral del clásico partido de masas. No busca segmentar al electorado para representar los intereses de una clase, sino que abre su objetivo al conjunto de la población⁴⁸, una estrategia discursiva que casa más con los partidos *catch all*. Se persigue, pues, acceder a un público más amplio y obtener un éxito electoral inmediato (Kirchheimer, 1966). A este respecto, ha sido importante, junto a la capacidad de difusión de contenidos en Internet (*supra*) el acceso continuado de portavoces a los medios de comunicación de masas.

Sin llegar a ser, estructuralmente hablando, un partido *catch all*, pues, como decíamos con anterioridad, su presencia en las instituciones es limitada, las transformaciones derivadas del proceso de institucionalización de Podemos ya apuntan a un partido que ejerce un rol de intermediación entre la sociedad y el Estado, alejándose de ese origen en el que partido y sociedad civil se confundían. En este sentido, y relativo a la selección de las personas que ocupan los órganos de dirección, se observa una lógica en la que “los procesos electorales consisten en la elección de un equipo de líderes, más que en el concurso entre grupos sociales cerrados o ideologías fijas” (Katz y Mair, 2004: 22). También en palabras de los mismos autores, se da el caso de que “la oligarquía de partido puede considerarse una virtud y no un vicio, siendo el modelo *catch all* normativamente válido” (2004: 23). Así, y según los resultados de las votaciones de los documentos organizativos y de las candidaturas, celebradas durante la Asamblea Ciudadana, parece quedar claro que, para el conjunto de los inscritos en Podemos, es aceptable otorgar amplios poderes al equipo promotor, en su misión de llegar a las instituciones.

De mantenerse la misma dinámica que, según Katz y Mair ha forjado la transformación histórica de los partidos políticos, la inercia llevaría también a Podemos a ir abandonando paulatinamente sus vínculos, enraizados en la sociedad civil, para penetrar y permanecer, como intermediario, en las instituciones del Estado, tal y como muestra la siguiente figura.

GRÁFICO 7.3. DEVENIR DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS SEGÚN KATZ Y MAIR (2004)



48. De ahí que prescindan de significantes claramente asociados a marcos categoriales ideológicos muy identificados con “la izquierda”.

No obstante, como se señala en el apartado anterior, existen determinadas peculiaridades en Podemos que invitan a pensar que, más allá de encuadrarse en un tipo (partido de masas) u otro (partido *catch all*), o incluso de constituir un modelo intermedio, Podemos conforma un nuevo tipo de partido. La libre adscripción para participar en la toma de decisiones asignadas a la Asamblea Ciudadana (supra) o el establecimiento de mecanismos de revocación y consulta,⁴⁹ suponen avances cualitativos que no se habían observado en los tipos de partido hasta ahora estudiados. Al mismo tiempo, será importante comprobar si los canales de financiación y provisión de recursos seguirán siendo los mismos o bascularán hacia un protagonismo mayor de los ingresos institucionales, de mantenerse el rechazo a cualquier financiación proveniente de entidades bancarias y de crédito.

Para observar mejor las diferencias y similitudes que Podemos tiene con las categorías de partidos que hemos utilizado como referencias, puede ser de utilidad la siguiente tabla⁵⁰ (Katz y Mair, 2004) en la que hemos añadido una nueva columna para este partido en concreto.

TABLA 7.1. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE PODEMOS CON "PARTIDOS DE MASAS" Y "PARTIDOS CATCH ALL"

CARACTERÍSTICAS	PARTIDO DE MASAS	PARTIDO CATCH ALL	PODEMOS
Periodo	1880 - 1960	1945 - ...	2014 - ...
Grado de inclusión socio-política	Extensión del sufragio y sufragio universal	Sufragio universal	Sufragio universal y participación directa, <i>desrepresentada</i>
Nivel de distribución de los recursos políticos relevantes	Relativamente concentrado	Menos concentrado	Distribuido, con tendencia a la concentración
Principales objetivos importantes de la política	Reforma social (u oposición a ésta)	Mejora social	Conservación de las mejoras sociales conseguidas y en vías de desaparición, reforma institucional
Base de la competición partidista	Capacidad representativa	Efectividad política	Capacidad representativa + efectividad política
Modelo de competición electoral	Movilización	Competitivo	Movilización + competitivo
Naturaleza del trabajo de partido y de campaña	Intensivo en el factor trabajo	Intensivo en capital y en trabajo	Intensivo en trabajo y creciente en capital

49. <http://claroquepodemos.info/wp-content/uploads/2014/09/Transacci%C3%B3n-con-Pablo-Soto.pdf>

50. De la tabla original (Katz y Mair, 2004: 30-31) se ha prescindido de las columnas dedicadas a los "partidos de élites" y a los "partidos cartel" pues, como se dice con anterioridad, Podemos no guarda relaciones con ambos, ya sea por la distancia histórica existente respecto al partido de élites o porque no puede ser considerado un partido insider, característica definitoria esencial de los partidos cartel. A estos efectos, consideramos más oportuno tan sólo realizar la comparación con las categorías "partido de masas" y "partido *catch all*", con los que sí comparte determinadas características, con el objetivo de determinar, principalmente, sus elementos diferenciales.

**TABLA 7.1. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES ENTRE PODEMOS
CON "PARTIDOS DE MASAS" Y "PARTIDOS CATCH ALL" (CONTINUACIÓN)**

CARACTERÍSTICAS	PARTIDO DE MASAS	PARTIDO CATCH ALL	PODEMOS
Fuente principal de recursos	Cuotas de miembros y contribuciones	Contribuciones provenientes de diversas fuentes	Micromecenazgo, aportaciones de miembros y complementos del Parlamento Europeo
Relaciones entre afiliados y élite del partido	De abajo a arriba; las élites son responsables ante los miembros	De arriba a abajo; los militantes son animadores organizados de las élites	Plebiscitaria; los militantes validan las iniciativas de las élites
Carácter de la militancia	Amplia y homogénea; reclutada activamente y encapsulada; la pertenencia al partido es consecuencia lógica de la identidad; énfasis en deberes y derechos	Militancia abierta a todos (heterogénea) e incentivada; la pertenencia es marginal en la identidad del individuo	Militancia abierta a todos (heterogénea), con dosis variables de identidad
Canales de comunicación	El partido dispone de sus propios canales de comunicación	El partido compite por el acceso a los canales no partidistas de comunicación	El partido dispone de fuertes canales propios en Internet y compite por el acceso a los canales no partidistas de comunicación
Posición del partido entre la sociedad civil y el Estado	El partido forma parte de la sociedad civil, inicialmente como representante de los segmentos de la sociedad civil recientemente relevantes en política	Los partidos compiten en la intermediación entre Estado y sociedad civil	Inicialmente el partido forma parte de la sociedad civil, con tendencia creciente a entrar en competición con los partidos que intermedian entre Estado y sociedad
Estilo de representación	Delegación	Empresarial	Delegación discontinua (abierto a la participación directa)

Herramientas digitales

Desde su nacimiento, se ha incidido considerablemente en la importancia de la componente digital en Podemos. En este apartado vamos a analizar el papel de la tecnopolítica⁵¹ en la organización y a detallar una lista de las herramientas digitales utilizadas en esta formación.

La actividad de Podemos en Internet va desde la difusión y la realización de campañas en redes sociales hasta la utilización de las mismas para tareas organizativas, al mismo tiempo que fomentan

51. "Uso táctico y estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción política colectiva."

el debate y la participación, sea en la elaboración colaborativa de documentos, como el programa para las elecciones al Parlamento Europeo⁵², o diferentes votaciones, como las que se han llevado a cabo en el transcurso de su Asamblea constituyente.

La fuerte presencia de jóvenes en todos los ámbitos del partido ha sido, según sus propios protagonistas, un elemento clave a la hora de adoptar tanto las herramientas digitales como el desarrollo de metodologías para maximizar la eficacia en su uso. Pero la existencia de una posible brecha generacional intenta ser paliada por la celebración, a nivel circulos, de talleres donde se alfabetice digitalmente a las personas que encuentran este mundo más ajeno y complicado.

Otra de las importantes conclusiones que sacamos de las entrevistas realizadas es la idea de utilizar el entorno digital como un complemento de la dimensión física/análogica. Es decir, que las prácticas tecnopolíticas no pretenden sustituir las reuniones presenciales, el contacto entre sus miembros y la labor de calle, sino facilitarlas y potenciarlas.

A continuación se enumeran las más importantes herramientas digitales empleadas en Podemos⁵³:

Facebook. Esta red social se utiliza para la difusión de contenidos, a través de las “fan page”, o para la organización, mediante la creación de grupos.

No se saben, a ciencia cierta, ni el número de páginas relacionadas con Podemos que hay ni el número de grupos, pero es llamativo que la página oficial de Podemos en Facebook cuenta con más de 850.000⁵⁴ seguidores, superando, de largo, a las de otros partidos.⁵⁵

Twitter. Otra de las redes sociales más conocidas, que se utiliza generalmente para difundir información, pero también para debatir o relacionarse directamente con otros perfiles.

La información en Twitter es más volátil que en Facebook, por lo que se utiliza, sobre todo, para comentar rápidamente noticias de actualidad o para la realización de campañas.⁵⁶

Al igual que sucede en Facebook, no se sabe, desde la propia organización, cuántos perfiles de Podemos existen. Desde el Equipo de Redes —y como parte del proceso de estructuración de Podemos— se está intentando mapearlos y ordenarlos, para detectar perfiles cuyo mensaje no concuerda con la línea de la organización y para poder así homogeneizarlo. Otro indicador más de cómo la fase “quincemayista” está dando paso a una estructura más controlable.

Hasta el momento, la coordinación entre las personas que llevan perfiles en esta red social se ha llevado a cabo a través de un grupo de Telegram (infra) que agrupa a 200 miembros (el máximo que permite un grupo en esta herramienta).

52. <http://podemos.info/wordpress/wp-content/uploads/2014/05/Programa-Podemos.pdf>

53. Más información sobre estas y otras herramientas se puede encontrar en el siguiente artículo http://www.eldiario.es/turing/apps/Herramientas-pensar-trabajar-red_0_270523711.html

54. En el momento en el que se redactaba este informe.

55. Partido Popular, 77.000 y PSOE, 73.000.

56. Fueron *trending topic* (noticia más comentada) mundial durante casi toda la jornada de elecciones al Parlamento Europeo.

Pads (Titanpad, Etherpad, Piratepad...). Los *pads* son procesadores de texto en línea y multi-persona, que permiten la redacción colaborativa de textos en la web. Cuentan con herramientas básicas de procesado de textos, así como un *chat* para comentar entre las personas que participan. Cada una, además, tiene asignado un color, de manera que se puede seguir la aportación individual que hace. El *pad* guarda las revisiones que se hagan a un documento y las conserva tiempo indefinido.

La función de los *pads* en Podemos es semejante a la que ocupaban en el ecosistema 15-M: construir textos colaborativos y, sobre todo, planificar las campañas en redes sociales. Estos procesadores de texto se utilizan para definir las líneas generales de la campaña (hora de lanzamiento, *hashtags* que se van a utilizar, acopio de materiales para enlazar, modelos de tuits, etc.).

Appgree. Herramienta de deliberación organizada en canales en la que los administradores de dichos canales pueden lanzar preguntas que son fácilmente respondidas por los usuarios, vía web o a través del móvil, pudiendo, a su vez, valorarse las mejores respuestas o mediante la cual los usuarios pueden redactar y votar preguntas.

Esta herramienta, donde el canal de Podemos cuenta con más de 54.000 participantes inscritos, fue utilizada durante la parte presencial de la Asamblea de Podemos, en el Palacio de Vistalegre. Las preguntas eran propuestas tanto por los asistentes al evento como por las personas que lo seguían por *streaming*.

Agora Voting. Es una plataforma de votaciones desarrollada íntegramente en código abierto. A través de ella, Podemos ha realizado las votaciones relativas a la elección de los candidatos al Parlamento Europeo, la votación de los borradores ético, político y organizativo y la selección de las personas que ocupan, desde ahora, sus órganos internos.

Loomio. Esta herramienta de debate en grupo cuenta, además, con la posibilidad de realizar votaciones, de manera que se conoce en cualquier momento la posición de los miembros del grupo acerca del tema que se trate.

Se utiliza frecuentemente tanto en equipos de trabajo como en círculos de Podemos, dada la facilidad con la que se pueden adoptar decisiones en grupos pequeños y en poco tiempo.

Reddit. Consiste en un agregador de noticias con opción para comentarios y valoración, por parte de los usuarios, tanto de los comentarios como de las noticias. Siendo una de las webs más visitadas del mundo (700 millones de visitantes al mes), permite la apertura de *subreddits* particularizados. Es el caso de Plaza Podemos, el lugar abierto donde los usuarios de Podemos lanzan temas y preguntas, debatiendo y valorando las mejores intervenciones.

De hecho, Podemos es el primer partido político que utiliza Reddit y hasta su propio Director General se mostró sorprendido por el crecimiento y la actividad que se desarrolla en la Plaza⁵⁷ (con una media de visitas de entre 12.000 y 15.000 diarias). Durante los periodos de deliberación y

57. http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/Podemos-Reddit-internet-politica_0_291521044.html

debate acerca de los borradores de Podemos, fue en Reddit donde se celebró el debate más intenso, aunque las opciones más valoradas en ese espacio no concordaban con las propuestas del Equipo promotor que al final fueron las más votadas.

Plaza Podemos es, también, el espacio utilizado para celebrar las “ruedas de masas”, comparencias públicas de los responsables de Podemos, donde responden las preguntas que se van proponiendo y votando por los usuarios a través de esta herramienta.⁵⁸

Mumble. Es un *chat* de voz dotado de la posibilidad de abrir, en un mismo servidor, multitud de “salas” y “subsalas”. Consume muy pocos recursos y su contenido está cifrado. Se usa profusamente desde el 15-M y permite celebrar reuniones y asambleas entre muchas personas al mismo tiempo. También dispone de una ventana de *chat* con la que se acompaña la conversación de voz.

Streaming. Podemos cuenta con su propio canal de retransmisión en directo de eventos por Internet⁵⁹ y se le concede considerable importancia.

Crowdfunding. Uno de los principios básicos de Podemos es no recurrir a entidades de crédito para su financiación. Es por ello que su principal fuente de ingresos consiste en las donaciones, siendo el micromecenazgo (*crowdfunding*) una pieza fundamental.

La formación cuenta en su web con su propio portal de recaudación y, de cara a sufragar los gastos que ha supuesto la Asamblea Ciudadana, ha recaudado 132.000 euros.⁶⁰

Otro famoso *crowdfunding* de Podemos fue el convocado para interponer una querrela contra Esperanza Aguirre y Eduardo Inda, que logró recaudar más de 10.000 euros en apenas 3 horas.⁶¹

B.4. El elemento juvenil

En los rostros públicos de Podemos se identifica claramente que la organización implica un cierto relevo generacional en la política institucional española. Las caras más visibles, que encabezan la llamada “promotora”, salvo Íñigo Errejón, pasan de los 35 —Pablo Iglesias, Juan Carlos Monedero, Carolina Bescansa y Jorge Lago—. Sin embargo, junto a ellos, encontramos muchas personas con responsabilidades importantes dentro de la organización y que están por debajo de los 30 años. La mayoría de los integrantes del Equipo de Campaña para las europeas, por ejemplo —según un entrevistado de Podemos— no llegaba a esta edad y muchos de ellos se encontraban entre los 20 y los 25. En los equipos de redes, por ejemplo, se percibe claramente, ya que el principal responsable tiene 23 años.

Estos perfiles juveniles están adquiriendo progresivamente más visibilidad, lo que se pudo comprobar en la Asamblea de Vista Alegre ya que por su escenario pasaron muchos menores de 25.

58. http://www.reddit.com/r/podemos/comments/2c14wp/soy_pablo_iglesias_turri%C3%B3n_y_puedes_preguntarme/

59. <http://asambleaciudadana.podemos.info/directo>

60. <http://crowdfunding.podemos.info/>

61. <http://www.20minutos.es/noticia/2189198/0/podemos/pablo-iglesias-demanda/aguirre-inda/>

O, por ejemplo, cuando se dieron los resultados de las votaciones de los borradores, la rueda de prensa la ofrecieron tres mujeres que no superan los 25 años.

Por otra parte, hay que destacar que parte de esta cantera de cuadros jóvenes proviene de Juventud Sin Futuro (de la que ya hemos hablado en esta investigación y que estuvo muy vinculada a la eclosión del 15-M). Su peso relativo en la organización se demuestra en parte con el discurso de Pablo Iglesias, quien hace continuamente referencia a los “exiliados económicos”, idea que proviene de una campaña de JSF: “No nos vamos, nos echan”. De hecho, para hacer campaña para las europeas, viajó a otros lugares de Europa en contacto con los núcleos de la Marea Granate: espacios que habían cuajado tras la citada campaña y que, en muchos casos, han devenido en círculos de Podemos en el exterior.

En cuanto a las prácticas y el sentido que los jóvenes integrantes de Podemos dan a la organización y a la política, los responsables del Equipo de Redes y el de Participación entrevistados coinciden en que influyen netamente en los modos de funcionar. Esta generación de nativos digitales está ampliamente familiarizada con el uso de la Red, con las herramientas de las que dispone Podemos, también debido a su bagaje en otros movimientos sociales del ecosistema 15-M, donde ya se empezaron a ensayar aplicaciones y metodología tecnopolíticas.

B.5. Conclusiones

Este enfoque sobre Podemos hay que leerlo en relación con los capítulos anteriores, referentes a organizaciones políticas convencionales y a aquellas otras que han ido incorporando, desde su surgimiento, características y elementos novedosos, afectados por los componentes generacional y tecnológico.

En este sentido, se observa en Podemos una conjunción de factores de ambos ámbitos, un tránsito desde una forma original muy vinculada a las prácticas de los movimientos sociales, donde destacan la apertura, el desbordamiento, la participación directa, “desintermediada”, el tipo de uso de las TIC, la presencia juvenil y, en definitiva, la creación de un sujeto político con una identidad difusa, diseminada y distribuida.

Este método de crecimiento, similar al que siguieron experiencias como Democracia Real Ya, ha ido dando paso a una forma organizativa más estructurada y rígida, con organismos estables y cargos electoralmente reconocidos. Ha sido con la celebración de la Asamblea Ciudadana como este proceso de asimilación a la forma-partido se ha acelerado y culminado. La determinación de órganos ejecutivos, en todos los niveles administrativos (estatal, autonómico y municipal), la elección de un secretario general, la aprobación de un régimen disciplinario, etc. son elementos que ya nos recuerdan más a la estructura y funcionamiento de un partido tradicional.

Respecto a éstos, una diferencia fundamental la constituye la posibilidad reconocida a cualquier persona que se registre en la web, de participar en todas las decisiones relevantes a través de la llamada Asamblea Ciudadana y de manera telemática. De otro lado, un uso táctico y estratégico de las tecnologías de la comunicación, a efectos, sobre todo, de organización y de participación —aunque también por el uso distintivo de las redes sociales— más desarrolladas que en los partidos tradicionales.

La característica que más diferencia a Podemos del resto de partidos es su componente de relevo generacional, su componente “joven”. Esto es relevante además, porque está vinculado al hecho de que parte de su estructura formal —cuadros— y ampliada —el ecosistema de círculos y usuarios de los espacios de participación digital— está integrado por personas que, en buena medida, se han formado en el experimento tecnopolítico masivo que constituyó el 15-M o se han nutrido de los saberes que allí se gestaron al generalizarse en muchos ámbitos y llegarles por otras vías en forma de “cultura” política o digital. Podemos es un efecto del 15-M no sólo respecto a los contenidos y al deseo de renovación de la política y del mismo significado de la democracia que éste ayudó a impulsar, sino también de forma mucho más material, respecto al uso de las TIC, en muchos casos novedoso, que impulsa esta organización. Lo más innovativo de Podemos, lo es por sus vínculos con la política de movimiento. Todavía está por ver cómo evolucionarán estos componentes rupturistas a medida que se produzca una institucionalización mayor y un cierre a la participación de carácter menos estructurado —que ya se está dando, como hemos podido comprobar, en el proceso de estructuración en marcha—.

Queda pendiente verificar, por tanto, con el paso del tiempo y el previsible surgimiento de conflictos internos —habituales en toda organización— cómo se compaginarán esa naturaleza “movimentista”, que alumbró el nacimiento de Podemos, con las prácticas más rígidas y burocratizadas de la forma-partido por la que han optado para encarar esta nueva fase y los siguientes comicios electorales.

Bibliografía

Bard, A. y Soderqvist, J. (2003). *La Netocracia: el nuevo poder en la red y la vida después del capitalismo*. Madrid: Pearson Educación.

Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Jurado, F. (2014a). “La Desrepresentación Política. Potencialidad de Internet en el proceso legislativo”, en *Internet, Derecho y Política. Una década de transformaciones. Actas del X Congreso Internacional, Internet, Derecho y Política*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona 3-4 Julio, 2014. Barcelona: UOC-Huygens Editorial: 731-735.

Jurado, F. (2014b). *Nueva Gramática Política. De la Revolución en las comunicaciones al cambio de paradigma*. Barcelona: Icaria.

Himanen, P. (2001). *The hacker ethic and the spirit of the Information Age*. Londres: Secker & Warburg.

Katz, R. y Mair, P. (2004). “El partido cartel. Transformación de los modelos de partido y de la democracia de partidos”. *Zona Abierta*, nº 108-109: 9-42.

Kirchheimer (1966). “The Transformation of Western European Party Systems”, en J. LaPalombara y M. Weiner (eds.). *Political Parties and Political Development*. New Jersey: Princeton University Press: 177-200.

Wolkmer, A. C. (2006). *Pluralismo Jurídico, fundamentos de una nueva cultura del derecho*. Sevilla: Ed. MAD.

C. ASSEMBLEA NACIONAL CATALANA

El movimiento en favor de la independencia de Cataluña ha conseguido a lo largo de la última década, salir de una condición relativamente marginal, fragmentada y minoritaria (Subirats y Vilaregut, 2012; Centre d'Estudis d'Opinió, 2014), hasta ubicarse en el centro de la agenda y del marco político catalán y así transformarse en uno de los vectores más desestabilizantes de la crisis política e institucional del Estado español.⁶²

El presente estudio se centra en la Asamblea Nacional Catalana (ANC), como un caso emblemático de la irrupción de nuevos actores políticos y de la formación de organizaciones políticas no convencionales (OPNC) en el actual contexto de crisis y transformación política en el Estado español.

La ANC es la principal invención político-organizativa generada por el movimiento soberanista catalán en los últimos años. Nacida en 2012, rápidamente se ha transformado en la organización referente dentro del amplio movimiento y conjunto de actores políticos y sociales que reivindica el derecho a decidir y la independencia de Cataluña.⁶³

El presente texto no pretende ser un monográfico sobre la ANC y mucho menos sobre el proceso soberanista en Cataluña. El objetivo es relacionar los rasgos de la ANC con los elementos propios de lo que consideramos OPNC; explorando asimismo el papel que ha tenido Internet y los jóvenes en su desarrollo.

En la primera parte, exponemos algunas características que configuran a la ANC como una interfaz innovadora entre movimiento ciudadano y sistema político institucional, y como un híbrido entre movimiento y actor político. En la segunda sección exponemos algunas características de la participación de los jóvenes dentro de la ANC. Un tercer apartado está dedicado a perfilar algunos rasgos de las relaciones entre Internet, el desarrollo del independentismo y el nacimiento y crecimiento de la ANC. En la cuarta sección del documento exponemos algunos aspectos de la política comunicativa de la ANC y de su sectorial juvenil en la web esfera.

62. La causa por la independencia ha ido ganando cada vez más apoyos. En los últimos cinco años ha gozado de un crecimiento vertiginoso. Si examinamos los datos publicados por el Centro de Estudios de Opinión de la Generalitat (www.ceo.gencat.cat), el avance del sentimiento independentista es evidente. La preferencia entre los catalanes a favor de un "estado independiente" se ha disparado de un 13,6% en junio de 2005, al 29% de junio de 2011, llegando al 45,3% en octubre de 2014. Y esta tendencia ha seguido, fundamentalmente, tres fases: un primer período de cierta estabilidad hasta el 2009, un crecimiento sostenido hasta el 2011 y una fuerte aceleración en el período sucesivo a junio 2011 (Fuentes: CEO, Barómetro de Opinión Política 2005-2012; CEO, Barómetro tercera ola 2014).

63. Es difícil marcar confines claros entre los varios componentes que protagonizan el actual movimiento soberanista en Cataluña, incluso porque las posiciones están en gran movimiento. Adaptando la metáfora de la cebolla, propuesta por Enric Julliana (<http://www.lavanguardia.com/politica/20141118/54419421626/la-querella-que-maquiavelo-no-suscribira.html#ixzz3JRYOvfvg>), se podría decir que hay tres distintas capas: primero los "independentistas", después los "soberanistas" (partidarios de un estado propio, pero no necesariamente fuera de un marco confederal español) y tercero los partidarios del "derecho a decidir", como protesta y reivindicación democrática. En los confines de este conjunto, se sitúan los "terceristas", partidarios de un nuevo pacto sin ruptura con España, reivindican un nuevo tipo de autonomía. A la vez, todas estas posiciones pertenecen al espectro político "catalanista", que tradicionalmente es el común denominador de la gran mayoría de los partidos catalanes y que se funda sobre la afirmación de una identidad específica y distinta del pueblo catalán. Fuera de este amplio espectro catalanista se sitúan el PP catalán y Ciudadanos, los que defienden un *statu quo* en la relación España-Cataluña.

Para el desarrollo de la investigación recurrimos a una aproximación multi-método: realizamos una revisión documental, para identificar estudios previos sobre el proceso en favor de la independencia en Cataluña y el soporte a la misma entre generaciones y grupos de edad, y consultamos barómetros del Centro de Estudios de Opinión de Cataluña, documentos oficiales de la ANC y documentación disponible *online*. La revisión documental la complementamos con entrevistas semi-estructuradas a jóvenes de la ANC y a expertos (ver lista de entrevistados en Anexo 1). Por último realizamos un análisis de la comunicación y difusión en la web esfera de la ANC y los segmentos juveniles de la misma.

C.1. La ANC: una interfaz innovadora entre movimiento ciudadano y sistema político-institucional

Es difícil clasificar la ANC utilizando categorías tradicionales. No es un partido y su mismo estatuto rechaza la posibilidad de transformarse en un partido. Tampoco se trata simplemente de un movimiento social tradicional, ya que “aspira a ser un agente político” (Serra i Puig, 2012). Es más bien una organización de la sociedad civil fundada con un propósito esencialmente político.

Aunque puede resultar anómala, como organización política se ha mostrado extremadamente eficaz, al haber conseguido en muy poco tiempo cumplir casi todos los objetivos de su hoja de ruta.⁶⁴

A pesar de ser una invención política de matriz unificadora, la ANC no recoge ni pretende recoger en ella misma la pluralidad y heterogeneidad del movimiento soberanista/independentista, que de hecho es preexistente y sigue existiendo a través de una multiplicidad de formas y actores. En este sentido, el proceder del movimiento soberanista se entiende mejor como una *ecología* de actores, compuesta por instituciones, partidos, medios, sociedad civil organizada, ciudadanía y movimientos difusos y en red.

El “sujeto político soberanista” catalán actúa como conjunto de esta ecología de actores (con sus muchas tensiones) y, por tanto, el papel que juega la misma ANC debería analizarse en el seno de este conjunto.

De hecho, como se recoge de manera explícita en su *Hoja de Ruta*, la ANC necesita, como sujeto político pluriforme que es, tres actores para actuar eficazmente: “Instituciones catalanas —Generalitat y ayuntamientos—, partidos políticos y sociedad civil.”⁶⁵

Por eso, la ANC mantiene relaciones continuas con el nivel institucional y los partidos, y se apoya sobre estos actores para conseguir su eficacia política.

64. La ANC nace en 2012 con el objetivo de “presionar y apoyar un cambio en el sistema político catalán” hacia la formación de una mayoría en el Parlamento de Cataluña con el objetivo de organizar un referéndum de autodeterminación nacional o —si esto fuera impedido por el gobierno y el Estado español— llegar a través de elecciones plebiscitarias a una declaración unilateral de independencia por parte del Parlamento catalán. Cfr. <https://assemblea.cat/?q=fr2014-2015> (20/11/214)

65. <https://assemblea.cat/?q=fr2014-2015> (20/11/214)

Sin embargo, una de las peculiaridades del “proceso catalán” —como se ha venido denominando el camino seguido hacia el derecho a decidir y en última instancia hacia la independencia en Cataluña— ha sido, hasta el momento, el liderazgo marcado en gran medida por la sociedad civil, más que por los partidos y la Generalitat.⁶⁶ Y si la sociedad civil ha podido jugar este papel, esto se debe en gran medida a la ANC.

La ANC es una organización que se define por su autonomía frente a los partidos y a las instituciones. Y aunque haya entre sus fundadores, dirigentes y miembros, inscritos a muchos partidos políticos catalanes (desde CIU hasta la CUP, pasando por Unió, ERC, ICV y PSC), su centro de gravedad ha estado siempre en un espacio transpartidico y centrado en la sociedad civil (Domènech, 2013).⁶⁷ Su creación debe inscribirse, por tanto, entre la actual labor de innovación y creación de nuevas organizaciones políticas, desde abajo y por fuera del actual sistema de los partidos.

En este triángulo, la ANC actúa como portavoz e interfaz: por un lado, unifica la voz de “la sociedad civil” y dispensa legitimidad y confianza a un desgastado sistema político; por otro, se hace garante de la unidad del proceso político y de su coincidencia con respecto al objetivo de conseguir la posibilidad de decidir sobre la independencia.⁶⁸

66. En efecto, ha sido el éxito desbordante de la primera Diada organizada por la ANC en 2012 —convocada bajo el lema: “Catalunya, nou estat d’Europa” (Cataluña nuevo estado de Europa), que “no buscaba contentar a los políticos, sino empujarlos hacia fuera del autonomismo y de la Constitución Española en un camino irreversible hacia la independencia y la construcción del Estado propio” (Serra i Puig, 2012)— lo que ha definitivamente conseguido “arrastrar las élites políticas a posicionarse, teórica y prácticamente, hacia la posibilidad de que Cataluña alcance unas estructuras de Estado” (Subirats y Vilaregut, 2012). Se puede también ver, por ejemplo, como la Presidenta de la ANC se expresó en diciembre 2013 en una entrevista al diario *Publica*: “El caso escocés es distinto al catalán. Allí es un proceso liderado por el gobierno y que intenta convencer a la sociedad civil, aquí, por el contrario, la sociedad civil ha estirado del Gobierno. Tenemos claro que si no hubiésemos salido a la calle el año pasado, aún estaríamos dándole vueltas al pacto fiscal”. Cfr. <http://www.publica.es/espana/474700/ya-no-hay-acuerdo-posible-con-espana-porque-la-sociedad-no-se-conformara-ya-es-tarde>. Así mismo lo ha reconocido de manera reiterada el mismo Presidente Mas. Véase por ejemplo, cuando, en respuesta a las acusaciones del gobierno de Rajoy, ha defendido su manera de operar, hablando de los beneficios para el resto de los españoles de ese proceso, al verlo como “terreno en el que experimentar la mentalidad del siglo XXI”, que ha descrito como la necesidad de “construir los proyectos políticos de abajo a arriba, en connivencia con la gente, y no de arriba a abajo.” Cfr. <http://www.lavanguardia.com/politica/20141105/54418583841/mas-llama-participar-9n-civismo-dignidad-no-tengais-miedo.html#ixzz3lC73bN9M>

67. En este sentido, la ANC ha recogido y llevado a cabo un salto cualitativo desde experiencias anteriores que han marcado, a lo largo de la última década, el crecer del movimiento soberanista catalán. Entre ellos, hay varios momentos clave, como la formación, en 2005 durante el debate sobre el nuevo Estatut, de la Plataforma pel Dret de Decidir (PDD), el movimiento de las Consultas autogestionadas en 2009-2010, y la reacción multitudinaria a la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el Estatut en 2010. Cada una de estas etapas ha introducido algunas innovaciones en el discurso y la práctica del movimiento. Así, por ejemplo, la PDD ha conseguido centrar el discurso sobre el “derecho a decidir”, construyendo un marco capaz de reunir un consenso potencialmente amplio en todas las sensibilidades catalanistas e incluso más allá de éstas. Mientras que las consultas autogestionadas inauguraron una práctica de alianza híbrida entre instituciones locales (ayuntamientos), sociedad civil organizada, voluntarios y partidos y al mismo tiempo dieron una vuelta democrática-incluyente y no simplemente histórico-identitaria al discurso soberanista/independentista, movilizándolo la participación de las comunidades inmigradas. Sin embargo, el aspecto que aquí nos interesa destacar más es que cada una de estas etapas ha sido marcada también por el crecimiento de protagonismo de la sociedad civil y por la experimentación de formas de acción, movilización, organización política transversales, que deliberadamente se han propuesto traspasar los partidos catalanes y catalanistas.

68. Todas estas funciones desarrolladas por la ANC son bien expresadas, por ejemplo, en el discurso que su Presidenta pronunció en Plaza Catalunya el 19 Octubre 2014, en el que la ANC se posicionó en frente a la redefinición por parte del Presidente de la Generalitat de la Consulta del 9N en un proceso participativo: posicionamiento que una vez más jugó un papel clave en la recuperación de la unidad entre los partidos favorable a la Consulta. Cfr. <http://www.vilaweb.cat/noticia/4215772/20141019/came-forcadell-us-exigim-poseu-pais-davant-vostres-partits.html>

La segunda peculiaridad del proceso catalán está en el hecho de que bajo la presión del movimiento ciudadano independentista, los partidos, el sistema político y las instituciones autonómicas que lo están acompañando, han ido siendo empujados hacia espacios de “auto-reforma” y de “proceso constituyente”, cuyos desarrollos son aún muy inciertos, pero que ha conseguido mitigar de momento el enfrentamiento entre elites políticas y ciudadanía (Subirats, 2014).⁶⁹

La ANC: un híbrido entre movimiento y actor político

En su origen y forma, la ANC mantiene muchas características de un movimiento social, por su carácter expansivo, abierto, participativo e inclusivo. Especialmente en su desarrollo organizativo y en el despliegue de su acción de agitación y movilización, se mantiene poco estructurada, bastante informal y descentralizada territorialmente (o en sus articulaciones sectoriales). Esto también se explica por ser una organización muy joven y notablemente reducida, si la comparamos con las multitudes que logra movilizar.⁷⁰

De manera similar a los patrones típicos de los movimientos sociales más recientes, es una organización a la que sólo es posible adherirse a título individual (es decir, que pretende disolver o poner a un lado pertenencias previas), y que funciona de forma “asamblearia”. Su proceso de toma de decisiones se define como deliberativo y se valora mucho la búsqueda del consenso.⁷¹

La estructura de la ANC se basa en asambleas territoriales y sectoriales (bomberos, taxistas, ingenieros, docentes, jubilados, gais-lesbianas-transexuales, jóvenes, investigadores...), que son en gran medida promovidas desde abajo y de forma espontánea y auto-organizada.

Es también importante observar que la ANC configura una organización interna que quiere marcar su espacio de autonomía frente a los partidos y corregir prácticas degenerativas propias de esos mismos partidos políticos.

Formalmente es una asociación apartidista y de la sociedad civil. Sus reglas internas establecen incompatibilidad con cargos (no con pertenencia) en partidos políticos y su estatuto excluye, como ya hemos comentado, que se transforme en partido político y que se presente a las elecciones. Rechaza por estatuto recibir financiación de partidos e instituciones. Y siempre, con el fin de defender su autonomía, se ha comprometido a no endeudarse con los bancos. Sólo se financia con las cuotas de los miembros, con donaciones y con la venta de productos de *merchandising*.

69. En este sentido se podría decir para la ANC, lo que Daniel Verdú en el diario *El País* comentó con referencia a su presidenta: “ha logrado que los ciudadanos no la vean como una infiltrada del poder y que el poder no la vea a ella, de momento, como a una rival”. Cfr. http://politica.elpais.com/politica/2014/10/13/actualidad/1413198034_697640.html

70. Aun así, en abril 2014, la ANC declaraba contar con más de 51.000 socios, de los cuales 34.105 eran miembros de pleno derecho que pagan cuota siendo los restantes clasificados como colaboradores y simpatizantes. Cfr. <http://www.nacioidigital.cat/noticia/66981/anc/segona/assemblea>

71. “Somos un movimiento asambleario, siempre hablamos ahí del consenso”, entrevista a Oriol Puig, coordinador de las asambleas juveniles independentistas.

Sus órganos de dirección (tal como ocurre con su hoja de ruta) se votan y renuevan cada año, por votación directa por parte de sus miembros efectivos: el 75% se eligen en un ámbito territorial y el 25% en una circunscripción “nacional”. Las candidaturas son personales, abiertas y auto-promovidas por las mismas personas interesadas. No se admiten listas cerradas que se hayan de votar en bloque. Y está prohibido hacer campañas personales: los candidatos sólo se presentan a través de una “ficha técnica” distribuida por la misma organización. Cada miembro puede escoger un número de preferencias igual al número de cargos a elegir. Además, los cargos se asumen de forma voluntaria: no pueden cobrar por sus funciones y hay límites en la reelección de los cargos hasta un máximo de tres mandatos.

A pesar de presentar algunos rasgos típicos de un movimiento, la ANC también se caracteriza por rasgos propios de una organización política más convencional; en particular por lo que respecta a las decisiones estratégicas, que son tomadas de forma centralizada y bastante formal. Estas decisiones se sintetizan en su “hoja de ruta”, que se debate y actualiza cada año en la asamblea general (junto con los órganos directivos). En ésta se precisa con un gran detalle objetivos y métodos de trabajo (incluso bajo varios escenarios posibles), según una práctica que pretende ampliar la transparencia y el control sobre la coherencia de los compromisos asumidos por sus líderes, favorecer la confianza y facilitar la implicación consciente y la acción distribuida de miembros y simpatizantes.

Sin embargo —y de manera parecida a lo que ocurre con organizaciones representativas— permite a su líder y dirección ejecutiva algunos márgenes de maniobra y de flexibilidad en la actuación, para adaptarse a escenarios impredecibles. Cuando esto ocurre, se llama a todas las asambleas territoriales y sectoriales a participar en procesos deliberativos, que sin embargo son sintetizados por su Presidenta y su estructura de dirección, inevitablemente, sobre la base de un capital de confianza.

Sus asambleas territoriales y sectoriales, aunque mantengan amplia autonomía, son concebidas más como articulaciones y estructuras de difusión de los objetivos, campañas, mensajes y acciones decididos de manera centralizada, que como centros o nodos autónomos de elaboración y decisión.

Si en estas estructuras se desarrollan contenidos originales, la ANC como tal no los reconoce. Además, la ANC descarta posicionarse sobre cualquier argumento o contenido que no sea su *Hoja de Ruta* hacia la independencia. En este sentido —bajo el único objetivo común de conseguir la independencia de Cataluña— en la ANC pueden convivir una multiplicidad de significados y contenidos, incluso contradictorios entre ellos.⁷² Mejor dicho, esta indeterminación es más bien buscada y se refleja en los eslóganes de sus campañas: “Derecho a decidir”, “Nuevo Estado”, “El país que queremos”, por citar sólo algunos.

Puede decirse por tanto que la ANC —que se define como una “organización unitaria, plural, democrática y participativa”— es una organización tanto vertical y centralizada como democrática

72. De acuerdo con la entrevista de Anna Ronsefeld, 27 años, responsable de la comunicación *online* y coordinadora de los voluntarios de la ANC.

y participativa, que busca encontrar un equilibrio entre eficacia y protagonismo directo de sus miembros (Subirats y Vilaregut, 2012). Pero, una vez definido su objetivo, es principalmente una maquinaria de movilización y propaganda. Y como tal, prioriza la verticalidad y la eficacia (y su capital político se lo ha ganado también gracias a una capacidad organizativa muy destacable). Mientras que es sobre todo en la “emisión/difusión” del mensaje y de la acción ejecutiva donde se despliega su carácter participativo y distribuido.

C.2. El rol de los jóvenes dentro de la ANC

A pesar de haberlos solicitado en diferentes ocasiones, no tuvimos acceso a datos respecto a la composición de los miembros de la ANC, por lo que se refiere a su composición social y distribución territorial y por rangos de edad.

Sin embargo, toda la información que tenemos y las entrevistas que hicimos a miembros de la organización confirman un hecho bastante indudable: la participación juvenil en la vida organizativa de la ANC es muy reducida, a pesar de que, según encuestas y estudios, los jóvenes menores de 25 años están entre los grupos poblacionales más a favor de la independencia (Centre Estudis Opiniò, 2014; Hierro, 2013).

Hay jóvenes en la secretaria nacional —el organismo de gobierno de la ANC— como Jordi Martínez, responsable de Twitter que tiene 22 años de edad, pero la media de este organismo es de 52 años. Y este rango de edad, o incluso mayor, es probablemente el más representativo del cuerpo generacional más presente y activo dentro de la organización. Según Ricard Vilaregut, experto y miembro fundador de la ANC, es la generación protagonista de la Transición, que es la más politizada y la que ha animado las múltiples corrientes independentistas a lo largo de las últimas décadas, la que constituye el núcleo central de la ANC (entrevista a Ricard Vilaregut). A esta capa generacional, se han unido representantes de las generaciones intermedias. Según la describe Anna Rosenfeld, 27 años, responsable de la comunicación *online* y coordinadora de los voluntarios de la ANC, en las movilizaciones, la membresía está compuesta principalmente por “gente a partir de, te diría, 35 para arriba. También nos encontramos mucha gente mayor que recuerda la represión franquista, es gente que ya luchó para recuperar la democracia en su época y que no quieren irse de este mundo dejando un país peor del que se encontraron...”

Entre los jóvenes, como en los otros grupos de edad, hay dos tipologías de inscritos a la ANC:

*... gente que ya milita en otros partidos u otras entidades activas en esta línea [independentista] y que ve la Asamblea como una buena herramienta para trabajar para este proceso; y hay una segunda tipología, que es gente que no estaba politizada y que se activó con las consultas populares o que se está activando ahora con todo este movimiento ciudadano, apartidista, y que ha crecido mucho.*⁷³

73. Entrevista por parte de Nuria Alabao y Adria Rodriguez a Oriol Puig, responsable de las secciones juveniles de la ANC a las ANJI en junio del 2014 en el marco de la presente investigación.

Según estima Anna Rosenfeld, esta segunda tipología es preponderante en general entre los miembros de la ANC.

Jóvenes, sin embargo, son más bien pocos. La sectorial juvenil de la ANC es la Asamblea Nacional de Joves Independentistes (ANJI). Como gran parte de las asambleas territoriales y sectoriales, surge por iniciativa autónoma de un grupo de jóvenes en el 2012. Pero sigue siendo bastante pequeña en comparación con la ANC. Según su coordinador —Oriol Puig— “hay alrededor de 200 miembros activos”.

El hecho de que haya pocos jóvenes involucrados en la organización, no quiere decir que la ANC y el movimiento soberanista no cuenten con simpatía entre los jóvenes. Como recuerda Anna Rosenfeld, la presencia juvenil, en los momentos de movilización, como en las “Diadas”, aunque no sea caracterizadora, es amplia.

Esto podría ser coincidente con lo que plantean estudios como los de Gema García a nivel europeo (García, 2014) que destaca que los jóvenes se movilizan en relación a convocatorias puntuales pero no están en disposición de establecer vinculaciones organizacionales y compromisos a largo plazo. Situación generalizada en diferentes rangos de edad, pero acentuada en la juventud.

Como explica Jordi Martínez, para intentar explicar la baja implicación juvenil:

Al igual que en personas de otras edades, pero quizás más acentuado entre los jóvenes, hay gente que le interesa el tema, que leen las noticias, están al caso de todo lo que pasa, pero que, por cuestiones personales o cuestiones de universidad o de trabajo no tienen el tiempo o la voluntad de involucrarse en un nivel de participar en el día a día de las acciones de la Asamblea, o de cualquier otra organización. Sin embargo, participan cuando hacemos algún llamamiento a manifestarse. De manera similar a como reacciona la gente que es mayor que ellos. Y participan de forma individual, no organizada: son grupos de amigos que no tienen nada que ver con temas políticos, pero que tienen una afinidad con todo esto.

Lo confirma también Anna:

“... cuando hay una manifestación, sí que la gente joven es fácil que se movilice puntualmente, pero la gente que se reúne semanalmente para hacer algo o que tiene una constancia durante todo el año, es gente mayor.

No obstante, hay dos sectores en los que la presencia juvenil es preponderante:

El primero es entre las personas contratadas por la ANC, como organización, y por las campañas. En el momento en el que se hicieron las entrevistas (en octubre 2014, justo después de la Diada 2014 y en pleno desarrollo de las campañas preparatorias del 9-N), había alrededor de 15 personas que trabajaban para la ANC, y bastante más en las campañas preparatorias del 9-N,

organizadas en cooperación con Omnium. Según Anna el hecho de que sean jóvenes los que trabajan por la ANC se explica también con...

el ritmo que hay que tener para trabajar aquí. No tengo hijos, pero si los tuviera, pues sería un problema. Porque yo salgo de casa a las ocho y media y vuelvo a las diez, y como aquí; y realmente, pues llevamos unos dos años que es difícil compaginar cualquier vida laboral con la familiar, no hay fines de semana, no hay vacaciones. Por lo que entiendo también que somos jóvenes: tenemos más energía, tenemos menos vínculos familiares.

A este núcleo de jóvenes militantes contratados se unen de forma flexible —y organizados también gracias a las TIC— miles de voluntarios (según Anna: 30.000 se habían movilizados por la Diada y 40.000 voluntarios estaban ayudando a la ANC y a Ómnium durante la campaña del 9-N). Entre los voluntarios, todavía, las cosas van a la inversa: “hay mucha gente mayor, muchos jubilados, por ejemplo, el sector de los jubilados es el más movilizad@”.

El segundo sector en el que los jóvenes desempeñan un papel claramente central es en la gestión de las redes sociales de la organización y de las campañas. Sea como voluntarios o como miembros del personal contratado por las campañas, todos los responsables de estas herramientas comunicativas son muy jóvenes. Anna, en efecto, es la de mayor de edad del grupo. Así como por el tipo de uso —principalmente vertical, unidireccional— que hace de las TIC, aquí, también, la ANC repite un patrón detectable en las organizaciones políticas más convencionales: la delega en los “nativos digitales” (y/o en profesionales) como “expertos”, de la gestión de estas “herramientas” de comunicación, aún poco y mal dominadas por los grupos dirigentes y las estructuras organizativas.

Algunos aspectos del discurso soberanista analizados a través de la óptica juvenil

Sin embargo hay algunos aspectos del rápido crecimiento del movimiento soberanista que se pueden analizar de forma privilegiada bajo la óptica de la participación juvenil. Uno de estos es la influencia del 15-M. Aunque, la composición (incluso generacional) y el enfoque que tuvo el 15-M en Cataluña no se solapan con el movimiento soberanista, lo cierto es que ese mismo movimiento soberanista ha logrado canalizar mucho de aquel trastorno.

De hecho, todos los jóvenes entrevistados articulan su militancia en la ANC con un discurso que está muy marcado por un tono “post 15-M”. Por un lado, la voluntad de un Estado propio se articula con la percepción de una clausura institucional y política a la voluntad democrática⁷⁴ y con la demanda de recuperación de soberanía democrática. Véase cómo Jordi lo explica:

Nosotros creemos que el Estado español es un Estado caduco, que no funciona. Está encallado en la Constitución del 78. Es un sistema del siglo pasado, que se

74. Una percepción que el 15-M ha logrado establecer en el conjunto del Estado español y que en Cataluña se alimenta ulteriormente de la frustración provocada por la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el Estatuto en 2010. Una sentencia que marcó el verdadero inicio de la “revuelta soberanista” (Domènech, 2013).

aprobó, se constituyó con un contexto muy diferente del actual, y como este sistema, después de 30 años de intentarlo, no se quiere renovar, pues tenemos otra salida que es la independencia. La idea es contraponer un Estado, un sistema, que está muy estancado, que no quiere renovarse, como es el sistema del Estado español, con la posibilidad de crear un nuevo Estado y empezar de cero con todos estos temas, un deseo de, entre todos, poder reiniciar, hacer un reset con la independencia y empezar de nuevo con muchas cosas, y mejorar muchas cosas que no funcionan. . .

Es también interesante cómo Anna, a la pregunta explícita de hacer una comparación entre 15-M y movimiento, observa:

La similitud es la movilización ciudadana: cómo los ciudadanos se ponen de acuerdo para cambiar algo que creen que las instituciones no lo están resolviendo como deberían. Tenemos muchos puntos en común. La analogía es que sale desde abajo, que no lo propone ninguna institución. Evidentemente, hay partidos que son más cercanos que otros [. . .] Pero estos movimientos no los han creado los partidos, sino que la gente que ha decidido empujar los partidos y las instituciones con algo que ellos no estaban contentos. También muestra que no es que a la gente no le guste hacer política: es que no le gusta cómo se hace ahora.

Y con respecto a las diferencias:

. . . Creo que la principal diferencia es la delimitación del objetivo. El 15-M no consiguió obtener su objetivo, porque el objetivo era demasiado amplio. En cambio, con la independencia, no estamos hablando del país mejor o que queremos, sino de las herramientas para construir este país. El 15-M no tuvo esta herramienta como objetivo. La independencia es esta herramienta concreta que nos sirve para hacer este cambio general.

Este discurso de Anna nos introduce en un segundo aspecto. Los nuevos —e indeterminados— significados instrumentales de los que se ha cargado la idea de la independencia de Cataluña en estos últimos años. Una vez más, todos los jóvenes entrevistados utilizan esta concepción instrumental y no identitaria de la independencia.

Véase Oriol:

Nosotros creemos que la independencia es una herramienta para cambiar las cosas. No sólo es para decir que dejamos de ser una cosa para ser otra, que eso al fin y al cabo no es lo que le da de comer a la gente ni baja los índices de paro ni nada de eso... es un proyecto que genera ilusión, esperanzador con realmente vocación de mayorías y con ganas de cambiar la realidad y eso es lo que nos mueve a los jóvenes, ¿no?, cuando ves un proyecto que realmente te da ganas, que te abre una ventana de esperanza dentro de esta gran mierda y de la gran oscuridad que tenemos. . .

En fin, Anna, lo expresa de una forma explícita.

Yo creo que el tema de la independencia es verdad que ha crecido y que la gente lo está desvinculando. Antes se veía más como un tema de nacionalismo y de lengua y de ser una nación o no serlo y ahora ya se ha desvinculado, porque es evidente que si se quiere la independencia no es sólo porque sea un fin en sí mismo, sino porque es un punto de partida para tener un país mejor. Y a lo mejor pues sí que el hecho de vincularlo con un modelo de país, se relaciona con tener las herramientas para construir un país mejor y el hecho de que, al ser joven, no tienes un futuro por delante, que no tienes trabajo, que no tienes expectativas de tenerlo, y que está todo tan mal, y ves que hay unos partidos políticos corruptos, que hay unos bancos que no te dan opción, que solo tienen un interés económico para ellos, sí que la oportunidad de la independencia como herramienta para cambiar, esto ayuda a que la gente se implique.

C.3. El rol de la Red en la movilización de la independencia y el nacimiento de la ANC

En la actualidad las redes sociales permiten que la ciudadanía tenga un acceso más fácil a la información y que puedan contribuir a su creación y difusión. Las redes también generan que cada vez más los contenidos que se difunden se personalicen al gusto de la audiencia objetivo, favoreciendo que se refuercen ciertas visiones del mundo. De igual forma, éstas facilitan conectar a individuos y organizaciones que compartan visiones del mundo similares y que se creen lazos débiles (Granovetter, 1983) que puedan activarse en momentos de reivindicar causas comunes.

La ANC ha sabido utilizar estas características a su favor. Una anécdota que podría ejemplificar cómo la Red facilita el poner de acuerdo al sector independentista y conectar a personas que comparten visiones del mundo similares, son las conversaciones que a través de foros web se dieron con carácter anónimo entre personalidades del independentismo durante el 2011, que muy seguramente si hubiesen sabido quién estaba al otro lado de la conexión no hubiesen participado y mucho menos se hubiesen puesto de acuerdo. No obstante, de estas conversaciones, buscando no repetir los errores del pacto por el derecho a decidir, es de donde surge la idea de formar la ANC (Gordillo, 2014; Entrevista Ricard Vilaregut).

Más allá de la anécdota, los sectores pro independencia en comparación con los que están a favor del *statu quo*, o aquellos llamados por los independentistas “unionistas”, han sacado provecho de Internet para difundir su causa, defender y enmarcar sus argumentos y conectar con su población objetivo, además de saber aprovechar ciertas ventanas de oportunidad para que el discurso pro-independencia tenga mayor recepción.

La infoesfera catalana ha sido muy dinámica, diarios como *El Periódico* en su versión en catalán fueron pioneros en España en tener versión web a finales de los noventa; la Wikipedia catalana (Viquepedia) se caracteriza por su alto nivel de actividad y, en relación a su audiencia potencial, su nivel de producción es de los más altos del mundo (Aitbar y Fuster Morell, 2012), de forma similar el alto nivel de actividad de portales de noticias alternativas como Indimedia en su versión en catalán, o el dominio freecatalonia.cat que explicaba en diversos idiomas el hecho de ser catalán

coincidiendo con el *Foro de las Culturas* en Barcelona en el 2004. Incluso cuando en la Red había un nivel de penetración entre la población por debajo del 50%, el independentismo se había comenzado a posicionar en la infoesfera catalana.

Tal como lo expone Gordillo (2014) en lo que denomina como el post-puyolismo para el caso catalán, el Estado (como en el resto del mundo) con Internet pierde el monopolio de la gestión de la información, con el crecimiento de la web, clases medias educadas y algunas elites opositoras comienzan a ser conscientes del poder de la web para construir y difundir su mensaje. El soporte a la independencia que ha venido creciendo desde el 2005 no se puede comprender sin la web incluso la asignación del dominio .cat gracias a la gestión de en su momento *associació.cat* ante el ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) refuerza la construcción de la infoesfera catalana o *catoesfera*. La *catoesfera* y *bloguereos* en catalán en el mismo periodo comenzaban a tener visibilidad mediática y demandaban el desarrollo de medios tradicionales en la web exclusivamente en catalán. El nivel de actividad de la infoesfera catalana también se evidencia en el trabajo de individuos y organizaciones que han logrado que servicios como Google, Facebook y Twitter así como el *software* y páginas web corporativas tengan su versión en catalán mucho antes que otras lenguas minoritarias.⁷⁵

Internet en el caso catalán no es el principal medio para informarse políticamente, a pesar de su popularidad y del hecho de que su nivel de uso no para de crecer (GESOP, 2013). En la actualidad, un 28% de los catalanes se informa a través de Internet y la tendencia mundial que se observa es una convergencia mediática en la que más que competir los diferentes medios se complementan mutuamente (Castells, 2009). En la Red se discute lo que se difunde en la televisión y prensa y en éstos se publica lo que más se discute en la Red y sus diferentes canales.

Con respecto a cuáles son los medios digitales a través de los cuáles más se consume información política en Cataluña, en el siguiente gráfico podemos observar que entre la población menor de 35 años (líneas azules) la mayoría se informa por medios digitales de relativa baja visibilidad y por redes sociales (el 26% de menores 25 años se informa por redes sociales, el 19% para los menores de 35 años), y después de estas fuentes, con una amplia diferencia, los cinco medios digitales más importantes para obtener información política son *La Vanguardia*, *El Periódico*, el diario *Ara*, *El País* y *VilaWeb*.

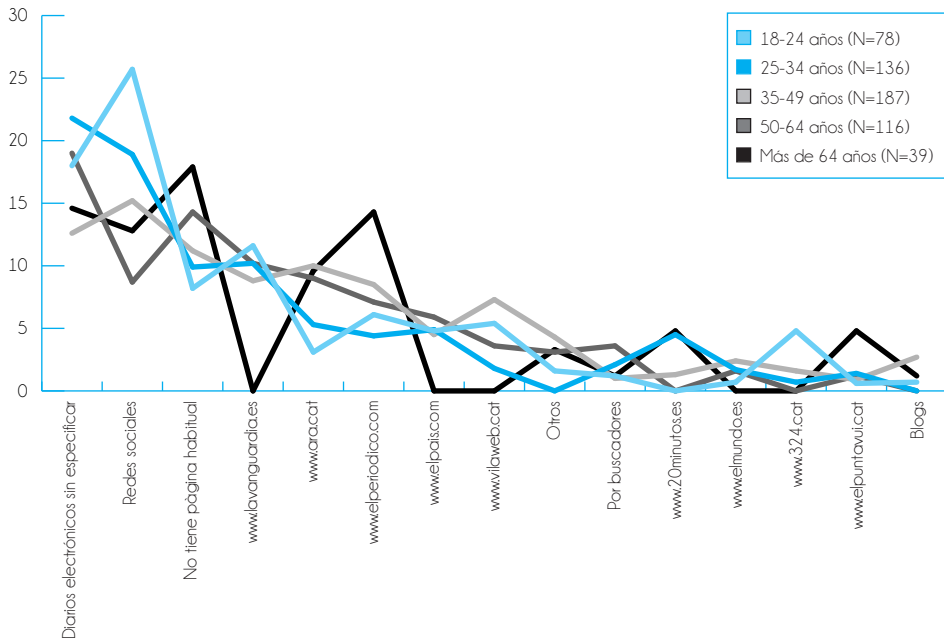
De acuerdo al Gráfico 7.4, las redes sociales, en especial entre los más jóvenes, se constituyen en la principal vía para obtener información que, asumiendo el planteamiento de la convergencia mediática, promueven la difusión de la información de los sitios web de medios, con la posibilidad de la personalización de contenidos que defina el usuario y la propia red social. En este sentido, el uso de las redes sociales es determinante para el éxito en el nuevo ecosistema mediático.

En el caso catalán, el diario *Ara*, que podemos considerar cercano a la ANC, aunque no sea el más leído, sí es el que presenta un mejor desempeño en redes sociales en comparación con otros diarios pro independencia (Gordillo, 2014: 81), lo que también podría explicar que desde el

75. Individuos como Lluís de Yzaguirre (algoritmo para Google en catalán), Abert Cuesta (gestiones para versiones de Twitter y Facebook en catalán) y organizaciones como Wiccac (Webmasters Independents en Catalá) y SoftCatala que han logrado que las empresas que tienen mercado en Cataluña tengan su página web en catalán.

2012 su audiencia no haya parado de crecer. Análisis como los de Saul Gordillo⁷⁶ confirman que los medios digitales más influyentes en Cataluña según Klout⁷⁷ son pro independencia. La excepción sería *La Vanguardia*, que desde el cambio del director José Antich en diciembre del 2013 después de 12 años alineado con Convergencia i Unión, ha moderado su posicionamiento en favor de la independencia (Martínez, 2013).

GRÁFICO 7.4. PREFERENCIA PARA INFORMARSE DE POLÍTICA EN INTERNET, POR GRUPOS DE EDAD



Fuente: Diseño propio; fuentes CEO primera ola del 2014 p.16.1, N = 556.

Otro factor que no se debe desconocer en el dominio de la infoesfera por los sectores pro independencia es la importante inyección económica que durante los dos gobiernos del tripartito en Cataluña y en particular durante el segundo tripartito, con la Consejería de Cultura en manos de ERC a partir del 2006 recibieron todas las instituciones encargadas de promover y difundir la cultura catalana⁷⁸. En este mismo periodo también la Agencia Catalana de Noticias recibiría apoyo económico de la Generalitat.

76. <http://www.saul.cat/article/3892/ranqing-de-mitjans-a-twitter-1> (14/11/2014).

77. Klout evalúa el desempeño que se tiene en redes sociales, desempeño evaluado no sólo considerando el número de seguidores o amigos, sino también el nivel de actividad y alcance que logran los mensajes que envía el medio a través de sus cuentas de redes sociales.

78. Vilaweb (1.080.000 € entre 2007 y 2010), Nació Digital (304.000 €), Racó (195.000€), La Crónica, Singular Digital y El Periódico recibieron 787.000 € para desarrollar apps digitales, y el ahora diario referente en el movimiento pro independencia, Ara, recibió ayudas por 990.000 € en el 2010 (Gordillo, 2014:37).

Más allá de la infoesfera en favor de la independencia, en el caso puntual de la ANC y sus secciones temáticas, éstas manejan una estrategia transmedia (Costanza-Chock, 2012), lo que implica que recurren de forma simultánea a múltiples canales para difundir su mensaje, acceder y poder movilizar a un amplio espectro de sus potenciales simpatizantes indistintamente del medio que utilicen. No es igual el uso de la Red y sus diferentes canales con fines movilizadores que en el nivel de la coordinación en el interior de la organización.

En cuanto el uso de la Red con fines movilizadores, cuando la ANC surge hace tres años, su mensaje comenzó difundándose sólo a través de Internet. Logró así alcanzar una mayor visibilidad y protagonismo, en una primera fase en la que los medios tradicionales no le ofrecían tanto espacio y cobertura (Entrevista Anna Rossenfeld). El hecho de que ahora los medios digitales pro independencia sean tan influyentes en Cataluña también parece haber contribuido a su éxito (Gordillo, 2014).

Entre los canales que la ANC utiliza están su página web, el e-mail, Twitter, Facebook Youtube e Instagram. Ocasionalmente, con fines organizativos, han utilizado la plataforma We decide para tomar decisiones de forma paralela con las secciones territoriales (Entrevista Jordi Martínez). Recientemente, en la campaña "Ara és l'hora" crearon grupos en WhatsApp para facilitar la coordinación y responder rápidamente a simpatizantes. Con propósitos movilizadores y de difusión, los canales que más se utilizan son Twitter, Facebook y el *email*. Jordi Martínez afirma que prefieren Twitter:

... porque es mucho más rápido que nosotros hagamos un tuit y que ellos [sus seguidores] estén atentos al tuit que hacer un correo. Y a partir de ahí, ellos rebotan toda la información.

Entre las personas mayores de 50 años, en casos que no tengan ninguna de la dos, se recurre al contacto telefónico. Durante la campaña del 9-N realizaron más de millón y medio de llamadas para promover la participación.⁷⁹ La estrategia transmedia está presente, buscando llegar al máximo espectro de la población.

Es importante resaltar que las movilizaciones durante las "diadas" que ha liderado la ANC en los últimos años, no hubiesen sido posibles sin la Red. En su momento, la gran "Vía catalana" del 2013 que cubrió más de 400 kilómetros haciendo una gran cadena humana, utilizó sistemas de posicionamiento global GPS, una app para móviles para que los participantes supieran dónde deberían ubicarse y Google Maps. La gran "V" en Barcelona, durante la Diada del 2014, llenó de simpatizantes con camisetas rojas y amarillas, organizados en columnas para componer los colores de la bandera catalana, dos las principales vías de Barcelona (Gran Vía y Diagonal) en un recorrido de 11 kilómetros, que podía ser vista fácilmente desde el cielo. Para la realización de la misma se inscribieron 400.000 simpatizantes, a los cuales se les pedía una donación voluntaria a través de una página web especialmente creada para la ocasión dependiente del sitio web de la ANC. Según la guardia urbana hubo más 1.800.000 de asistentes; no obstante, depende a quien se le pregunte, las cifras presentan una gran variación. Más allá de ello, en la historia reciente de Cataluña y si se tiene en cuenta el 9-N como un ejemplo más de gran movilización, la ANC ha estado detrás de las movilizaciones más multitudinarias.

79. Véase el sitio web de la campaña Marató9N: <http://marato9n.cat/public/centraleta-9n>

También vale la pena destacar cómo la ANC, en todo su proceso movilizador, se concentra en campañas y en aprovechar ventanas de oportunidad. Ejemplos de campañas son las realizadas en relación a las “diadas” como “Fem Vial”, o para el 9-N “Ará es l’Hora” o para favorecer vincular nuevos seguidores a la independencia campañas como “El País que Volem”. En momentos clave como la suspensión por el Tribunal Constitucional de la consulta del 9-N han convocado y movilizado tanto a sus simpatizantes como activando sus diferentes “lazos débiles”. También se han asesorado con expertos para liderar estas campañas, en particular la del 9-N en la que fue contratada Blue State Digital, empresa que guió la campaña de medios en redes sociales de Obama y en el referéndum en Escocia; de cara al 9-N el marco más utilizado fue más el derecho a decidir que la independencia, buscando así movilizar a un espectro más amplio de la población (Verdú, 2014).

La idea que queremos resaltar es cómo los medios digitales más influyentes en Cataluña son pro independencia y cómo la ANC tal como la conocemos no hubiese sido posible sin la Red. En la siguiente sección analizaremos con mayor detalle cómo se presenta la ANC y sus sectoriales juveniles en la web esfera y en Twitter. Tal como ya mencionamos y esperamos mostrar, la ANC es parte de una infoesfera pro independencia mucho más amplia, en la que, sin embargo, tiene un rol central, dirigiendo una estrategia de comunicación centralizada pero con una difusión altamente descentralizada, lo que sería uno de los factores que explican su éxito movilizador.

C.4. La comunicación de la ANC y su presencia juvenil en la Red

En esta sección evaluamos la presencia de la ANC y sus espacios juveniles en la red-ANJI-(Asamblea Nacional de Jóvenes Independentistas). En primer lugar buscamos identificar qué actores son los más influyentes en las redes de difusión de estas organizaciones. En comparación también con la red de independencia en Twitter (en el Anexo 5 es posible ver los criterios de búsqueda en Twitter de estas redes y algunas de características básicas de estas redes de difusión).

Asimilamos influencia al potencial de lograr captar la atención dentro de una red de difusión. Lo que implica dos condiciones: primero poder llegar a la mayor cantidad de usuarios vinculados con el asunto en cuestión, y segundo recibir atención de la propia actividad (González-Bailón *et al.*, 2013). El poder llegar a la mayor cantidad de usuarios implica ser altamente visibles ante otros que te siguen.

En este sentido, para operacionalizar “visibilidad” tenemos en cuenta la relación entre el número de usuarios que siguen a un usuario particular en una red temática (seguidores) en relación al número que el usuario sigue. Con respecto a la segunda cuestión, interesa evaluar la implicación en la conversación o debate, para lo que tomamos las contribuciones sociales tales como *retweets*, réplicas y menciones, establecemos un ratio entre los *tweets* enviados con respecto a los recibidos siguiendo el esquema de González-Bailón *et al.* (2013).

A pesar de que analizamos diferentes canales (buscadores, presencia y difusión en páginas web) presentamos el análisis de la comunicación y difusión a través de Twitter, en cuanto al uso central que la ANC hace de este canal para difundir su mensaje y movilizar, aunque en los otros canales que analizamos los resultados fueron similares.

Al realizar la comparación entre la red de difusión en torno a la ANC y la red de las ANJJ⁸⁰, la hipótesis de partida es que, en correspondencia con la estructura de la organización que describimos anteriormente, se presenta un sistema de comunicación altamente centralizado pero la red movilizadora es altamente descentralizada, lo que ha permitido que el mensaje tenga un gran impacto en términos de alcance al llegar a un amplio número de seguidores.

Por lo que observamos, la ANC con sus asambleas territoriales y secciones temáticas y en nuestro caso las secciones juveniles ANJJ, tienen un mensaje común marcado desde la secretaría de la ANC. Pero en lo que corresponde a la movilización, es un proceso de carácter indirecto en el que, primero las secciones territoriales o sectoriales y en particular los individuos y no la organización central, se encargará de difundir el mensaje, llamar a la acción y movilizar a un amplio número de simpatizantes.

Para obtener la muestra de *tweets* hemos realizado búsquedas diarias⁸¹ desde el primero de octubre del 2014 hasta el 10 de noviembre. En el Anexo 5 podemos ver los criterios de búsqueda y las características de la muestra de cada red de difusión. Esto nos permite obtener tres redes, una que representa la red de la ANJJ, otra la red de la ANC en Twitter y finalmente la red de la independencia en Twitter que representa una muestra del ecosistema independentista en Twitter.

El análisis para cada una de las redes nos permitirá identificar diferentes roles dentro de la red de Twitter para cada una de las búsquedas realizadas. El Gráfico 7.5 para cada uno de los cuadrantes que presenta nos permite identificar roles tales como 1) los principales líderes de opinión; 2) los líderes de opinión de menor perfil que no son tan centrales pero pueden favorecer cadenas de difusión; 3) los difusores, que son muy visibles pero no son centrales ni reconocidos como actores en el debate (bajo o nulo nivel de actividad en el debate), pero por su número de seguidores su potencial alcance es muy alto. Finalmente, 4) los usuarios comunes en un cuarto cuadrante, que son la mayoría: su nivel de influencia es reducido pero, como colectivo, cuanto mayor sea su número, su potencial de vincular a nuevos seguidores es mayor dentro de una población (Xie *et al.*, 2011).

Al analizar la red de actores que se presentan en Twitter, quisimos identificar primero los 100 actores más influyentes o centrales con base al *pagerank*⁸². En el caso de ANJJ_ANC, al ser tan pequeña la red que obtuvimos, tomamos todas las cuentas (98), comparamos las diferentes listas de actores en cada red para ver si coincidían y en qué proporción (Gráfico 7.5).

Nos interesaba ver entre las diferentes redes, tal como ya mencionamos, qué actores son los más influyentes en la movilización y si coinciden entre las diferentes redes. En el siguiente conjunto de gráficos (en la columna izquierda la distribución de la visibilidad, en la columna derecha incluye el nombre de los actores de cada red —ANJJ, ANC, Independencia— en Twitter) podemos observar

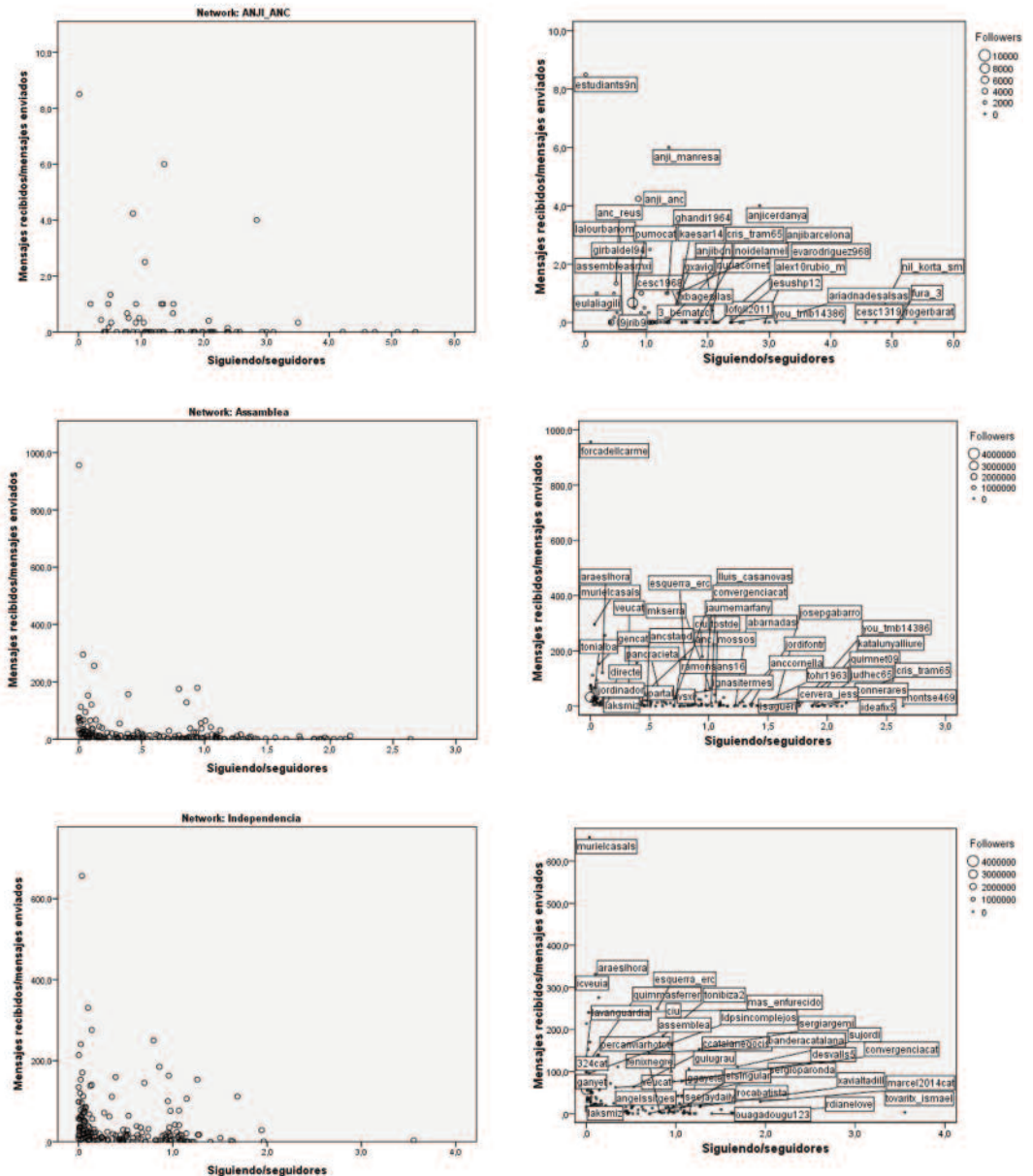
80. Lo que se conoce dentro del análisis de redes como un análisis de una "red ego".

81. Se realizó el seguimiento después de las 5:00 p.m. ya que usualmente son las horas de la tarde en las que hay mayor nivel de actividad.

82. Indicador de influencia *online*, que tiene en cuenta no sólo quién te menciona o enlaza sino la influencia de quien lo hace (Brin y Page, 1998). Para una explicación más detallada <http://es.wikipedia.org/wiki/PageRank> (9/12/2014).

que son pocos los actores que podrían clasificarse como líderes de opinión y concentran la mayor atención (cuadrante que corresponde a la esquina superior izquierda de las distribuciones), hay una mayoría que se clasificarían como difusores y un amplio sectores de usuarios comunes que favorecen la reproducción y difusión descentralizada del mensaje.

GRÁFICO 7.5. COMPARACIÓN ENTRE REDES DE MOVILIZACIÓN EN TWITTER



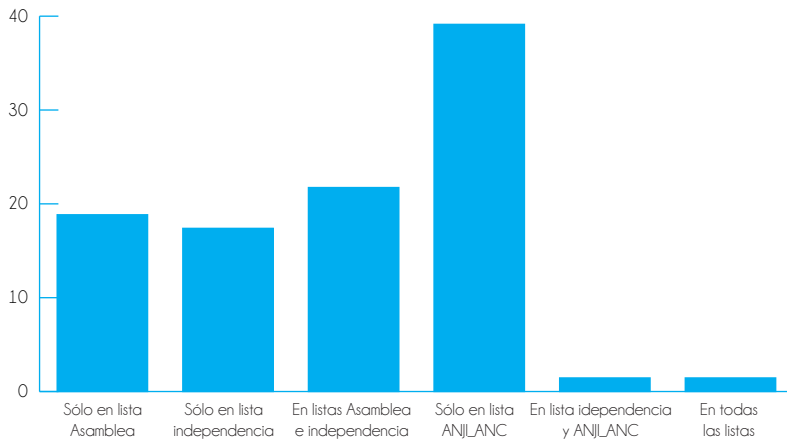
Fuente: Elaboración propia en base a búsqueda Twitter (1 de octubre a 10 de noviembre).

Consideramos importante destacar cómo campañas como “Ara es l’hora” están entre los nodos más influyentes en las tres redes (la red de Twitter de la ANC, de las ANJI y de Independencia; ver Anexo 5), en la red de la independencia (Gráfico 7.5, recuadro inferior derecho), antes que Carmen Forcadell o la ANC, sería más influyente la líder de Omnium, Muriel Cassals. También entre las redes, al comparar los valores de los ejes podemos darnos cuenta de la gran diferencia en cuanto a dimensiones y posible influencia, entre las distintas redes. Como se esperaba, la red de la ANJI tiene una influencia menor en comparación con la red de la Asamblea.

Al comparar con mayor detalle los miembros o actores de las tres redes, en el siguiente gráfico observamos una amplia diferencia entre las listas de miembros de la red. Al comparar las tres redes (ANJI, Assamblea, Independencia) vemos que sólo el 1,4% de los actores coincide en las tres redes. El actor o cuenta que coincide es la de la campaña “Ara es l’hora”.

Un 22% de la lista de actores más centrales aparecen tanto en la red en favor de la independencia como en la red resultado de la búsqueda @assemblea. El análisis de los actores de las redes nos permite afirmar que en las secciones juveniles, la población objetivo difiere de las otras, en la línea de nuestras hipótesis de una difusión altamente descentralizada, donde la ANC se sitúa como un actor muy importante, dentro de la infoesfera independentista más grande en la que otros actores, como por ejemplo Omnium, también son determinantes.

GRÁFICO 7.6. COMPARACIÓN SEGÚN PAGERANK (REDES BAJO ANÁLISIS)



Fuente: elaboración propia sobre datos de Twitter; comparación de las redes de búsquedas en favor independencia y las redes de @assemblea y @anjilanc.

Con respecto al mensaje y lo que se habla en cada una de las redes, en los gráficos del Anexo 5 presentamos el conjunto de términos que son las más prominentes (mayor tamaño en gráfico mayor importancia del término) y los presentamos en grupos de acuerdo a la afinidad o cercanía que estas presentan y que constantemente tienden a aparecer como cercanas.

Para los tres casos, tal como se esperaba, parece muy similar el tipo de mensaje que se difunde, centrado en la convocatoria del voto el 9-N en la campaña “Ará és l’hora” y del derecho a decidir. En el caso de los espacios juveniles, parece personalizarse un poco más el mensaje de participación de cara a estudiantes y jóvenes en general.

A pesar de que se presentan ligeras diferencias en las tres redes de difusión bajo análisis, el mensaje es muy similar en línea con la hipótesis de partida. Lo que parece mostrar que, a pesar de que se comparta un mensaje muy similar resultado de unas directrices de comunicación centralizadas, la difusión es muy descentralizada, tal como se esperaba siendo la red en favor de la independencia mucho más grande que la red ANC y ANJI. Esta última cumpliría su propósito de ser una sección de la ANC que permite difundir su mensaje entre los jóvenes. No obstante la extensión de la red juvenil es muy baja.

C.5. Algunos planteamientos para discutir sobre un asunto en desarrollo y una organización que se transforma

Uno de los grandes desafíos de la presente investigación es analizar un caso que está en plena transformación, dentro de un proceso que al mismo tiempo está viviendo un desarrollo rápido, cargado de tensiones e incertidumbres, así como difícilmente predecible. En este sentido, es posible que algunos de los datos expuestos puedan quedar rápidamente desactualizados.

Pero más allá de los datos y detalles, queremos resaltar el carácter excepcional de este tipo de organización. Si atendemos a su estructura y principios organizativos, su carácter transpartidista, su forma de decisión asamblearia, su forma de incidir en la dimensión política-institucional, y su programa, claramente disruptivo en relación a la institucionalidad vigente, difícilmente sería imaginable su existencia antes del 2010. En este sentido, su inclusión entre las que denominamos organizaciones políticas no convencionales está plenamente justificada. Como lo está por su significación específica y material, como vector protagonista en uno de los temas clave que están marcando la crisis política del Estado español.

La ANC surge en el actual contexto de crisis y ha sido la principal invención político-organizativa del movimiento independentista catalán. Se ha constituido como el instrumento para la cohesión entre los diferentes actores pro independencia, históricamente divididos. Su éxito se debe en gran medida a lograr situarse por encima de los intereses partidistas y tener claramente definidos y circunscritos sus objetivos.

Su actuación es autónoma en relación a los partidos, lo que le ha dado una especial fortaleza y le ha permitido ofrecerse como canal alternativo o complementario de movilización y acción política. No obstante, su alcance sólo es posible comprenderlo dentro del amplio ecosistema de actores que se han venido posicionando en favor de la independencia. En particular, depende de la capacidad de articular su acción con otras organizaciones, como Omnium, los medios pro independencia, y especialmente los partidos y el Gobierno de la Generalitat, y así ir cumpliendo su hoja de ruta mientras lima asperezas entre los diversos intereses que componen este ecosistema.

En conjunto, la ANC ha sido actor central en la capacidad que el movimiento independentista ha mostrado en capitalizar las ventanas de oportunidad abiertas con la crisis política e institucional española: iniciada en Cataluña con la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el nuevo Estatuto en 2010, y agudizada con la crisis económica y la irrupción del 15-M. Estos hechos también han promovido la transformación y evolución del discurso a favor de la independencia, restando hasta cierto punto importancia al discurso de carácter identitario y cargando la idea de un “estado propio” de significados instrumentales —ampliamente indeterminados— pero muy marcados por los ejes social y político-democrático.

A pesar de su carácter innovador, la ANC es una organización centralizada y en este sentido tradicional, lo que se refleja también en su política de comunicación. No obstante, su extensa presencia territorial, su carácter asambleario y sus diferentes articulaciones territoriales y temáticas hacen que el proceso de difusión de su mensaje, al final, sea altamente descentralizado.

En cuanto a la presencia juvenil, a pesar del apoyo significativo de los menores de 24 años al proyecto independentista, y de movilizaciones en momentos puntuales, la implicación de los jóvenes en la organización es esencialmente marginal, lo que podría explicarse por razones más estructurales que no por las características de la organización. Pero ésta es una hipótesis que deberíamos explorar en futuras investigaciones.

Bibliografía

Aibar, E. y Fuster Morell, M. (2012). “Dossier ‘Recerca acadèmica sobre la Viquipèdia’. Introducció”. *Digithum*, (14). Available at: <http://www.artnodes.org/index.php/digithum/article/view/n14-aibar-fuster> (Accessed: 14 November 2014).

Brin, S. y Page, L. (1998). “The anatomy of a large-scale hypertextual Web search engine”. *Computer Networks and ISDN Systems*, 30(1-7): 107-117. doi: 10.1016/S0169-7552(98)00110-X.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York, NY: Oxford University Press.

Centre Estudis Opinió, (2014). *CEO. Baròmetre d’Opinió Política (BOP). 1º onada 2014*. <http://www.ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages/home/fitxaEstudi.html?colld=4308&lastTitle=Bar%F2metre+d%27Opini%F3+Pol%EDtica+%28BOP%29.+3a+onada+2012> (accessed 6.13.13).

Civit, R., (2013). *Anàlisi dels efectes de l’edat, la generació i el període en el suport a la independència de Catalunya 1991-2011*.

Costanza-Chock, S., (2012). “Mic check! Media cultures and the Occupy Movement”. *Social Movement Studies*, 11: 375-385.

Domènech, J. A. (2013). “5.3 La revolta sobiranista a Catalunya”. *Anuari del conflicte Social*, 0.

García, G. (2014). *Young People’s Political Participation in Western Europe: Continuity or Generational Change?* Palgrave Macmillan.

- GESOP (2013). *IG37_GESOP_XarxesSocials_Estiu2013.pdf* [WWW Document]. http://www.gesop.net/images/pdf/ca/Informes/IG37_GESOP_XarxesSocials_Estiu2013.pdf (consultado 03.01.2014).
- González-Bailón, S.; Borge-Holthoefer, J. y Moreno, Y. (2013). "Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion". *American Behavioral Scientist*, 57: 943–965. doi:10.1177/0002764213479371
- Gordillo, S. (2014). *Sobirania.cat*. Barcelona: Creat edicions.
- Granovetter, M. (1983). "The strength of weak ties: A network theory revisited". *Sociological theory*, 1: 201–233.
- Hierro, M. J. (2013). "¿Es la escuela un instrumento de formación de identidades nacionales?" *Zoom Político*, 16.
- Martínez, F. (2013). "La Vanguardia cambia de director para descolgarse del proceso soberanista". *Diario.es*. Disponible en: http://www.eldiario.es/politica/Vanguardia-director-descolgarse-proceso-soberanista_0_206829738.html [09-12-2014].
- Serra i Puig, B. (2012). "L'Assemblea Nacional Catalana (ANC): moviment i política". *Anuari del conflicte Social*, 1.
- Subirats, J. (2014). "Pasar a la acción". *El País*.
- Subirats, J. y Vilaregut, R. (2012). "El debat sobre la independència a Catalunya. Causes, implicacions i reptes de futur". *Anuari del conflicte Social*, 1.
- Verdú, D. (2014). "Diga derecho a decidir, no independència". *El País*.
- Xie, J.; Sreenivasan, S.; Korniss, G.; Zhang, W.; Lim, C. y Szymanski, B. K. (2011). "Social consensus through the influence of committed minorities". *Phys. Rev. E*, 84, 011130. doi:10.1103/PhysRevE.84.011130

8. MÁS SOBRE LA “NUEVA POLÍTICA”.

La perspectiva de género y una propuesta de “mapeo”

A. GÉNERO Y NUEVAS ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES

En los últimos tiempos, en el debate público, cada vez está más presente la conciencia de que nos encontramos en España en una grave crisis democrática. Ha emergido una crítica en profundidad del funcionamiento del sistema democrático en su conjunto: se cuestiona la falta de representatividad y participación de la ciudadanía, los estrechos vínculos entre grupos de interés y política, que han capturado las instituciones públicas en detrimento de los intereses comunes en un contexto de crisis económica muy profunda, la falta de transparencia y de ética generalizada, así como la necesidad de erradicar la corrupción y el clientelismo.

En este marco han ido surgiendo diversas iniciativas ciudadanas, definidas a menudo como partidos y/o candidaturas de confluencia con un fuerte carácter movimentista, que se están constituyendo con el objetivo de entrar en las instituciones para ponerlas de nuevo al servicio de los intereses comunes del conjunto de la población y promover una democratización radical.

Estas iniciativas tienen como epicentro y razón de ser la cuestión de la redistribución del poder. Esto hace referencia tanto a voluntad de crear unas organizaciones y unas prácticas políticas donde el conjunto de la población pueda ser partícipe de las decisiones que les afectan, cambiando la relación entre representantes y representados; como a la necesidad de poner en el centro la defensa de los intereses, las necesidades y los derechos del común de la ciudadanía, en contraposición de los poderes y grupos de interés económicos.

En coherencia con este planteamiento, estos nuevos proyectos políticos centrados en la radicalización democrática están siendo innovadores en cuanto a sus prácticas organizativas, de funcionamiento y de comunicación. Pretenden implementar en su práctica cotidiana el reto de distribuir el poder y dar voz a la ciudadanía de la forma más amplia posible, sacando el mayor partido posible al trabajo colaborativo y a Internet y las herramientas digitales. Así, experimentan con la inteligencia colectiva, la organización distribuida y las redes interconectadas. Diversos capítulos de este libro han explorado estas dinámicas aportando una mirada más cercana de cómo todas estas cuestiones se concretan en experiencias diversas.

En este capítulo abordaremos otra dimensión de esta voluntad de redistribuir el poder y combatir los mecanismos excluyentes: la dimensión de género, que ha sido, durante siglos, una de las formas más sobresalientes de exclusión e inclusión en el espacio político institucional y de nuestras so-

ciudades. Dirigiremos pues la atención a estudiar cómo estas iniciativas están lidiando con la inclusión en términos de género en el proceso mismo de su configuración, en relación con la situación de las organizaciones políticas más convencionales. Para este análisis tomaremos como casos de referencia a Podemos y a la candidatura Guanyem Barcelona. Para ello, se han analizado los documentos de referencia de ambas experiencias y, para el caso de Guanyem Barcelona, se ha realizado asimismo observación participante.

Redistribuyendo el poder: problemas y prácticas

Desde la Ciencia Política feminista se han venido analizando desde hace ya décadas cuáles son las dimensiones principales que estructuran la desigualdad en el ámbito político y que se han concretado tanto en la exclusión generalizada de las mujeres de la toma de decisiones comunes, como en el sesgo de género del ámbito público.¹

En este marco, el concepto de representación política, central en la teoría democrática, ha sido explorado como herramienta para comprender de forma más matizada esta cuestión y para identificar algunas de las palancas de cambio fundamentales. En este trabajo nos interesa rescatar la diferenciación que propone Pitkin (1984) entre la *representación descriptiva* y la *representación sustantiva*.² La primera hace referencia a la necesidad de que exista una cierta semejanza entre los/las representantes y el conjunto de la ciudadanía en relación a características significativas como el sexo, la clase social, la edad, la etnia, etc. La segunda tiene que ver con lo que los/las representantes hacen, esto es, la realización de actuaciones en favor de los intereses de los grupos a los que representan (Lois y Alonso, 2014).

En la **dimensión descriptiva de la representación**, el debate se ha centrado en visibilizar la exclusión de las mujeres de la toma de decisiones en política y en argumentar que la paridad es y debe ser considerada como una condición imprescindible para la calidad democrática.

Ante las presiones de los movimientos feministas para remediar esta situación, las organizaciones políticas clásicas —y fundamentalmente los partidos políticos de izquierda— adoptaron desde los años setenta sistemas de cuotas. Las cuotas se aplicaron inicialmente a nivel interno —en la elección de las directivas y los cargos internos— como mecanismo para reequilibrar progresivamente la presencia y capacidad de incidencia de mujeres y hombres en el partido, de forma que a la postre se llegara a una **paridad en la representación**. En España, este tipo de actuaciones

1. Ver Lois y Alonso (coords.) (2014) para un repaso general de estas cuestiones.

2. Esta autora señala también otros tipos significativos de representación política: la formal y la simbólica. En los últimos tiempos la literatura ha centrado su atención en el análisis de la dimensión de género de la representación simbólica (ver Lombardo y Meier, 2014, por ejemplo). Aunque excede el alcance de este trabajo, no podemos dejar de mencionar que un análisis de este tipo en el futuro ofrecería sin duda resultados de interés. La emergencia de un cierto debate público acerca de la persistencia de símbolos sexistas en Podemos —centrado especialmente en el ámbito más militante y próximo a esta organización— se relacionaría a nuestro entender con esta dimensión simbólica de la representación (ver el debate existente por ejemplo en el *Diario.es*). Más allá de este debate, sería necesario realizar un análisis riguroso para entender hasta qué punto también en lo simbólico estas nuevas fuerzas políticas son capaces de plantear nuevos imaginarios más igualitarios o incluso feminizados como parte de su nueva política, o si por el contrario recaen en una concepción masculinizada del "héroe" militante a tiempo completo.

fueron introducidas paulatinamente por los partidos de izquierda desde 1988 —empezando por un 25% de mujeres— y no es hasta 1997 que tanto IU como PSOE establecieron una presencia mínima del 40% y una máxima del 60% para ambos sexos (Verge, 2006).

La aplicación de este principio de paridad, no obstante, no ha conllevado necesariamente que se consiguiera un resultado equilibrado en la presencia de mujeres y hombres. Por un lado, estas directrices no siempre han sido respetadas —especialmente las internas— y, por el otro, las mujeres han tendido a estar colocadas en posiciones retrasadas de las listas, lo que hace más difícil que salgan elegidas y supone también que continúen estando infrarrepresentadas en los cargos electos.

En algunas organizaciones políticas convencionales la aplicación de la paridad en los espacios y puestos de decisión internos ha sido ya integrada como un principio básico de su organización o bien se han conseguido avances significativos. Así, desde 1984 hasta 2011 ha aumentado notablemente la presencia de mujeres en los comités ejecutivos en partidos como PSOE, PP o IU: pasando del 5,5% al 45,5%, del 8 al 28%, y del 28 al 35% respectivamente (Verge, 2006). En las organizaciones sindicales mayoritarias (CCOO y UGT), aunque nunca han habido mujeres en las secretarías generales, se ha llegado al 46 y 48% en los comités federales (Instituto de la Mujer, 2014).

En el caso de Podemos, vemos que en el debate referente a cómo definir la estructura organizativa, la paridad ha tenido un espacio notable. De los 100 textos organizativos elaborados por distintos círculos y grupos hasta principios de octubre de 2014, el 87% incluía alguna medida de género y, entre éstos, 28 apuntaban a listas cremallera³, 52 al establecimiento de una paridad del 40-60% para todos los cargos internos (del partido) o externos (cargos públicos) y 7 hacían referencia a la paridad en general (Círculo Podemos Feminismos, 2014). El documento más votado y que finalmente definirá la organización interna de Podemos incluye no sólo el criterio de paridad sino que a su vez apunta a la remoción de los obstáculos que impidan la ejecución de este criterio:

Los órganos colegiados de Podemos tendrán una representación de mujeres y hombres que no debe situarse fuera de la ratio 40/60 para cada género. Al objeto de garantizar el ejercicio del derecho de igualdad, se propiciará la remoción de obstáculos que pudieran limitar la participación activa de ambos géneros. En particular los órganos ejecutivos de Podemos deberán presentar un Plan Anual que recoja estas iniciativas y que en cualquier caso incluirá un plan de conciliación con la vida familiar y la figura de la excedencia por cuidado de hijos/as.

A día de hoy, Podemos ha realizado ya elecciones primarias internas para elegir a sus órganos directivos, que han dado como resultado una paridad de género de casi el 50% en el Consejo Ciudadano y una mayor presencia de mujeres en la Comisión de Garantías.

3. Una lista cremallera es una lista electoral en la que hombres y mujeres ocupan puestos alternos, unas los impares y los otros los pares, o viceversa. De esta forma, se asegura que ambos sexos obtienen una representación lo más cercana posible al 50%.

En cuanto a Guanyem, con una estructura organizativa compleja que debe ir modificándose en las diferentes fases de creación de la candidatura de confluencia con diferentes fuerzas políticas⁴, se está debatiendo aún hasta qué punto y cómo se va a concretar el criterio de paridad de género en los espacios de decisión.

Por lo que hace referencia a las listas electorales, a partir de 2007 la paridad pasa a ser una obligación normativa, con la aprobación de la Ley de Igualdad⁵, que establece un abanico del 40-60% para ambos sexos a concretarse en cada tramo de 5 candidatas/as. En este nuevo marco, en las organizaciones de nuevo cuño como Podemos o Guanyem Barcelona, esta cuestión ha formado parte desde el inicio de los procesos internos de debate para la configuración de listas electorales. Nada más configurarse, Podemos establece una lista cremallera paritaria del 50-50% en las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2014, lo que implica dar un paso más respecto a lo que plantea la Ley. Posteriormente, en el proceso de elaboración colectiva de sus principios éticos, es destacable que de los 86 borradores elaborados por los círculos, el 90% incluía algún criterio de género y de entre éstos, el 66% apuntaba a la paridad en las listas electorales (Círculo Podemos Feminismos, 2014).

Por lo que respecta a Guanyem Barcelona, el proceso y los criterios de configuración de la lista electoral aún no se han cerrado totalmente, si bien hemos podido observar que en el primer debate abierto sobre la elaboración de listas electorales⁶ el criterio de paridad de género era asumido por los y las participantes como un criterio indiscutible. Queda por ver, empero, en este caso, cómo se configura finalmente la lista electoral y hasta qué punto el criterio que al final se adopte acaba superando o no la obligación que establece la Ley de Igualdad.

La presencia equitativa de mujeres y hombres en los espacios de toma de decisiones políticas es, como se ha dicho, una precondition de la democracia. Sin embargo, también ha sido entendida y defendida como instrumento de cambio de la agenda política. En este sentido, la relación entre el crecimiento de la presencia de mujeres en los espacios políticos y el cambio de las políticas, medidas y prioridades que allí se adoptan es un debate empírico abierto. Los análisis comparados e históricos realizados indican que cuando se da una **masa crítica** se observa un cambio en el contenido de las decisiones tomadas (Dalherup, 2006)⁷. Se argumenta que las experiencias compartidas de las mujeres vinculadas a su posición social desigual (por ejemplo, la responsabilización de las tareas de cuidado) y a las subjetividades de género socialmente construidas generan intereses colectivos que, en ocasiones, pueden facilitar la entrada en la agenda de determinados temas, incluso de forma interpartidista. En Europa, en las últimas décadas, esto se

4. Ver artículo de Alabao y Carr en este mismo proyecto para más información.

5. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que modifica la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG), artículo 44bis.

6. A día 16 de noviembre de 2014.

7. El debate sobre la masa crítica se ha centrado fundamentalmente en el espacio parlamentario, aunque podría también aplicarse a otros ámbitos de decisión, como por ejemplo en el poder ejecutivo o la propia burocracia, bajo el concepto de burocracia representativa.

ha traducido habitualmente en una mayor preocupación y atención a las necesidades sociales, un mayor apoyo a las políticas sociales o una atención a cuestiones como la violencia o la coresponsabilidad.⁸

En los partidos políticos y los sindicatos mayoritarios la afiliación de mujeres, si bien creciente, ha sido baja: hasta hace pocos años era inferior al 30% y en ningún caso supera hoy una afiliación superior al 39% en los sindicatos o del 35% en los partidos (Instituto de la Mujer, 2014). En las organizaciones que analizamos no se cuenta con datos por sexo de las personas involucradas. Sin embargo, habría que tener en cuenta que la literatura especializada apunta a que en el ámbito de las participaciones en asociaciones y movimientos sociales a nivel local se observa por lo general un equilibrio de género (Verge, 2006), lo que sería relevante para el caso de las experiencias más movimentistas y municipalistas como la de Guanyem Barcelona.

Allí donde haya masa crítica y una mayor presencia de mujeres, pues, podría producirse en mayor medida un cambio en la agenda, lo que nos remite a la mencionada **representación sustantiva**. La existencia de espacios organizados a nivel interno dedicados a articular un discurso feminista son fundamentales en esta dirección. Las organizaciones políticas convencionales han tendido a crear sectoriales de igualdad de género. También en estas nuevas organizaciones se han generado espacios específicos dedicados a esta cuestión, ya sean los Círculos Podemos Feministas o el eje de género y diversidad sexual de Guanyem Barcelona. En este segundo caso, además, hemos podido observar que esto se combina con una presencia importante de mujeres feministas en las diversas comisiones y espacios. Aunque no sea un caso de referencia de este artículo, queremos mencionar aquí el modelo organizativo de Ganemos Madrid, donde más que una sectorial se ha creado un grupo o espacio transversal que pretende incidir en todas las comisiones y ejes temáticos. Será de interés, por tanto, ver a la larga el impacto que los diferentes modelos organizativos puedan tener sobre un mayor o menor cambio de la agenda política de estos grupos.

Todo esto se traslada a nivel interno en la introducción de demandas y preocupaciones feministas en las distintas prácticas políticas, como por ejemplo, en los contenidos de los códigos éticos. En el debate *online* y presencial sobre el código ético de Guanyem Barcelona la cuestión del sueldo de las/los cargos electos se ha pensado en relación a un principio de inclusión que permitiera contemplar también la situación de aquellas personas con responsabilidades de cuidado. También surgió con fuerza el tema de la hiper-militancia que ha llevado a incorporar la valorización de la relación entre política y vida apuntada históricamente desde los feminismos. Asimismo, tanto en Guanyem como en Podemos se ha incluido una mención a la necesidad de promover la conciliación y se ha recogido como causa de revocabilidad de cargos el acoso sexual y la violencia de género. En el caso de Podemos el documento ético más votado —que finalmente va a guiar a esta organización— incluye un fuerte compromiso con la igualdad como podemos ver en el apartado IV:

8. Si bien se ha mostrado que puede haber esta coincidencia en la agenda y las experiencias comunes de un determinado grupo social, debemos tener en cuenta que las mujeres no forman un grupo homogéneo, sino que esta categoría está cruzada por otros ejes de desigualdad como la clase social, la edad, la raza y origen, etc. De este modo, la definición de lo que son los intereses de las mujeres en un contexto y momento concreto es ante todo el resultado de una articulación política que responde a la experiencia de determinados colectivos.

“Promover la igualdad tanto en la sociedad como dentro de Podemos, luchando contra toda forma de racismo, de xenofobia, de machismo o de exclusión por identidad de género u orientación sexual. Además se deberá promover la participación política de las mujeres en Podemos y comprometerse con incluir en los reglamentos de cada espacio la necesidad de habilitar guarderías en los actos y asambleas de la organización.”

También a nivel interno es importante tomar en consideración las formas de dialogar o de cuidarse que se integran, cuestión que los feminismos han puesto siempre encima de la mesa. Desde la observación participante en Guanyem observamos que se han tenido muy en cuenta en todos sus espacios de deliberación quién habla, cómo se habla, el respeto, la importancia de garantizar una facilitación de las reuniones que ponga atención en que todas las personas puedan participar y promueva que tomen la palabra personas que no suelen hacerlo.

A nivel de agenda externa, la cuestión a analizar es hasta qué punto se incorporan las reivindicaciones feministas en las propuestas de programa y de cambio social. Aquí es destacable que los partidos tradicionales, si bien durante los años ochenta y noventa fueron cambiando parte del sistema de discriminación directa que se instauró durante la época franquista en España, no empiezan a promover medidas de mayor calado hasta la primera década del siglo XXI. En este momento se impulsan con fuerza diversas estructuras, normativas e iniciativas.⁹ Así, en los últimos años se ha avanzado en áreas clave como la violencia de género, la desigualdad en las condiciones de trabajo o la atención a la dependencia, a través del desarrollo de las leyes estatales y autonómicas, además de un despliegue importante de iniciativas en todos los niveles administrativos. Sin embargo, estos avances han sido parciales: la incidencia en las políticas económicas ha sido muy débil o incluso nula en muchos momentos (De Villota, 2006), la lucha contra la violencia de género ha ido de la mano de la escasez de recursos y tampoco se ha incidido en la reconstrucción del Estado de Bienestar en función de las necesidades del cuidado (Carrasco, Borderías y Torns, 2011). Asimismo, los logros conseguidos a partir del 2000 se desintegran rápidamente con el inicio de la crisis financiera en el 2008, cuando el objetivo de la igualdad de género sufre una pérdida muy significativa de peso político. A nivel de gobierno ha habido una notable disminución presupuestaria y de recursos humanos (entre 2010 y 2014 el presupuesto estatal dedicado a igualdad disminuyó un 56,7%¹⁰, sin contar con la reducción también de los recursos destinados a la violencia de género), además de la significativa eliminación del Ministerio de Igualdad en 2010, a pesar de sus casi nulas implicaciones en cuanto al ahorro. El PSOE, en el inicio de la crisis, reformuló el gobierno y rompió la paridad, y en este mismo contexto, poco después, partidos como el PP han lanzado ofensivas contra los derechos de las mujeres como por ejemplo con la propuesta de Ley del aborto de Gallardón. Se ha visibilizado, pues, la falta de consolidación de estas cuestiones en la agenda política.

9. La ya mencionada Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva entre hombres y mujeres es un hito importante en esta dirección, así como doce leyes autonómicas de igualdad aprobadas. Más allá de estas medidas, se desarrollaron las políticas de igualdad como ámbito sectorial con estructuras y programas propios de intervención.

10. Información extraída de los PGE.

Si miramos los documentos de Podemos y Guanyem Barcelona, vemos que el objetivo de la igualdad de género está bastante presente. En el caso de Podemos, se aprecia en el programa presentado a las elecciones europeas de 2014 que se incluyen un alto número de medidas para la igualdad de género (en los capítulos de conquistar la libertad y la igualdad). Se incluyen así medidas que van desde la erradicación de la violencia de género y contra el colectivo LGTBI, de protección e impulso de los derechos sexuales y reproductivos, del respeto a la decisión sobre el propio cuerpo, un plan de choque para el fomento de la igualdad entre mujeres y hombres de gran calado, y una reorganización de los cuidados con un claro compromiso público.

Más allá de este programa, el resto de los documentos nos remiten más bien al proceso interno y aún en marcha de configuración y elaboración inicial de programa tanto de Podemos como de Guanyem Barcelona. Un análisis del programa final de estas dos organizaciones no será posible hasta que no se defina de forma más estructurada un programa definitivo con propuestas concretas y priorizadas.

La Asamblea Ciudadana de Podemos ha votado recientemente una lista de resoluciones para determinar cuáles van a ser los temas prioritarios de la organización y de su programa futuro. De las 97 propuestas que se presentaron, el documento sobre la igualdad de género sólo alcanzó el puesto 16, el documento sobre el aborto el 40 y la erradicación de la violencia machista el 48. Asimismo, un análisis de las propuestas situadas entre las 15 más votadas muestra que en ninguna de éstas se hace ninguna referencia a la perspectiva de género. En cuanto a los documentos políticos, que marcan los principios y estrategias de fondo de la organización, en los 5 más votados por la Asamblea Ciudadana vemos que la perspectiva de género está fuertemente presente, colocando esta cuestión en el centro del debate y con medidas de cambio de gran calado, como por ejemplo la formulación de un nuevo contrato de género que pasaría porque

“...las instituciones emergentes diseñen estructuras políticas, económicas y sociales eficaces para hacer de la igualdad de género una realidad, asumiendo la responsabilidad social —del Estado y de todos y todas— en los cuidados y la reproducción social. Las nuevas bases de cooperación y convivencia deberán cimentarse en la centralidad y revalorización social de todos los procesos que crean y sostienen la vida, y muy especialmente de los niños y las niñas que constituyen nuestro futuro.”

(Documento Construyendo Pueblo)

Asimismo, en documentos recientes como el publicado el 28 de noviembre sobre las medidas económicas de Podemos destacan medidas como los permisos de maternidad y paternidad de igual duración y con carácter intransferible, el derecho a la educación infantil desde el nacimiento, las ayudas por hijo y la gratuidad de los comedores escolares, o la inclusión de las personas empleadas de hogar en el Régimen General de la Seguridad Social; todas ellas medidas con un gran potencial transformador de las desigualdades de género.

En Guanyem, por otro lado, como se ha mencionado, no se cuenta aún con un programa definitivo que podamos analizar con esta perspectiva, por lo que se han examinado los documentos marco donde se ha establecido el posicionamiento general de los diferentes ejes temáticos, espacios desde los que se está elaborando el discurso y los contenidos de esta iniciativa. Una buena

parte de éstos incluyen la perspectiva de género de forma general, enfatizando la necesidad de poner en el centro la reorganización de los cuidados y de pensar el modelo económico desde una perspectiva feminista, de pensar la ciudad teniendo en cuenta las necesidades diversas de las personas y la organización social de los cuidados, etc. Además, en este caso hay un eje específico trabajando la agenda de género y por la diversidad sexual y su impacto en el resto de ejes temáticos.

Conclusiones: ¿Qué hay de nuevo viejo?

El nacimiento de nuevos partidos políticos y candidaturas de confluencia cuyo funcionamiento bebe directamente de la lógica de acción de los movimientos sociales más recientes como el 15-M plantea la pregunta de qué elementos novedosos tienen, o cuanto menos, distintivos de los partidos y organizaciones políticas tradicionales. Son iniciativas impulsadas por la sociedad civil que buscan una forma nueva de hacer política, se organizan de forma más reticular que centralizada, intentan que las decisiones sobre las cuestiones importantes se tomen colectivamente y que se imponga la transparencia y un código ético más estricto como ADN de estas organizaciones.

Cómo esta nueva forma de funcionar y estas prácticas acaben generando oportunidades y se concreten en una distribución efectiva del poder y en una consolidación de unos mecanismos más inclusivos de toma de decisiones es una cuestión que deberemos seguir investigando en el futuro. Por lo que respecta a la dimensión de género, hemos observado que las herramientas y debates que han aparecido en las organizaciones convencionales se repiten, pero se insertan de forma más orgánica y sedimentada. Todo ello es reflejo de un cambio social que se traslada en las organizaciones viejas y nuevas, pero también es cierto que, en la medida en que estas nuevas organizaciones están conformadas de media por generaciones más jóvenes y que se encuentran menos condicionadas por inercias institucionales y de poder, aparecen *a priori* como espacios más favorables a la entrada de estas prácticas de redistribución del poder.

El tiempo nos dirá hasta qué punto estos elementos arraigarán en estas organizaciones y cuánto de nuevo o viejo quedará finalmente en ellas.

Referencias

Carrasco, C.; Borderías, C. y Torns, T. (eds.) (2011). *El trabajo de cuidados: Historia, teoría y políticas*. Madrid: La Catarata.

Castaña, P. (2014). "Podemos y el feminismo". *Pikara magazine*, [Internet] 13 de noviembre. Disponible en: <http://www.pikaramagazine.com/2014/11/podemos-y-el-feminismo/> [Acceso el 25 de noviembre de 2015]

Círculo Podemos Feminismos (2014). *Valoración de los borradores propuestos para la Asamblea Ciudadana Si se puede*. Madrid.

Dalherup, D. (2006). "The story of the Theory of Critical Mass". *Politics & Gender*, nº 2 (4): 511-522.

De Villota, P. (2006). "Impacto de la política fiscal en la igualdad de género, estructura impositiva, gastos e ingresos". En: De la Fuente, M. y Ortiz, L. (coords.). *Els pressupostos de gènere, reptes per als governs locals*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.

Gil, F. G. (2014). "Militancia y masculinidad". *Blog Interferencias de El Diario.es*, [Internet] 8 de noviembre. Disponible en: http://www.eldiario.es/interferencias/Militancia-masculinidad_6_322377771.html [Acceso el 26 de noviembre de 2015]

Instituto de la Mujer (2014). *Mujeres en cifras*. [Internet]. Disponible en <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/portada/home.htm> [Acceso el 20 de noviembre de 2015]

Lois, M. y Alonso A. (coords) (2014). *Ciencia política con perspectiva de género*. Madrid: Akal.

Lois, M. y Alonso, A. (2014). "Instituciones y estructuras políticas". En: Lois, M. y Alonso, A. (coords). *Ciencia política con perspectiva de género*. Madrid: Akal.

Lombardo, E. y Meier P. (2014). *The Symbolic Representation of Gender*. Aldershot: Ashgate.

Pitkin, H. (1984). *El concepto de representación*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Verge, T. (2006). "Mujer y partidos políticos en España: las estrategias de los partidos y su impacto institucional, 1978-2004". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº115: 165-196.

VAA (2014). *Documentos de la Asamblea Ciudadana Sí se puede*. Disponibles en: http://asambleaciudadana.podemos.info/resultados_completos/ [Acceso el 25 de noviembre de 2015]

B. ECOLOGÍAS TECNO-POLÍTICAS. UN DIRECTORIO¹¹

Con la realización de este directorio de "Ecologías tecno-políticas", <http://igopnet.cc/es/ecologias-tecnopoliticas/>, hemos querido hacer una experimentación en la visualización de datos que pueda contribuir al conocimiento sobre procesos de movilización sociopolíticos en la época de Internet.

El directorio permite visualizar información sobre los diferentes actores que participan en lo que denominamos una "ecología tecno-política" y, en particular, intenta aplicar técnicas para mostrar qué actores alcanzan la mayor visibilidad en diferentes canales de la Red y por eso resultan más influyentes en esta ecología.

En este texto explicamos la información que contiene el directorio, los desafíos a los que nos hemos enfrentado en su diseño, las potencialidades y las limitaciones que presenta, así como sus posibles futuras líneas de desarrollo.

11. Pablo Rey Mazón ha desarrollado el diseño técnico y la visualización de la web del directorio. Jorge L. Salcedo ha definido categorías, campos y ha construido en gran medida la base de datos. Marco Berlinguer ha coordinado el trabajo del grupo.

En esta primera versión del directorio nos hemos centrado en dos *ecologías* de movilización sociopolítica que han marcado el último lustro de la historia española: una generada alrededor del denominado movimiento 15-M y la segunda alrededor de la movilización en favor del “derecho a decidir” y de la independencia en Cataluña.

El concepto de ecología nos pareció esencial a la hora de abordar estos procesos, caracterizados por dos fenómenos en particular: la con-presencia y acción conjunta de una multiplicidad de actores autónomos y diversos, y la participación de actores difuminados, informales, dinámicos, temporales e intermitentes.

No existe una relación simple de causa-efecto entre estas características “ecológicas” de la acción política e Internet. Sin embargo, Internet lo facilita: especialmente facilita mucho la difusión de la segunda característica, disminuyendo radicalmente los costes y las barreras a la participación y a la promoción en muchas formas de acción colectiva. Al mismo tiempo, Internet potencia mucho la posibilidad de visualizar y dar cuenta de estas características: de su entramado de relaciones y de su trayectoria temporal.

Cada una de las ecologías está identificada por una “red temática”¹² que la compone. Entre los actores que componen estas redes temáticas hemos intentado medir la visibilidad que éstos alcanzan en diferentes canales de la Red. La visibilidad se puede entender como lo sobresaliente que llega a ser un asunto o actor, consecuencia tanto de la *cobertura* como de la *prominencia* en medios de comunicación.¹³

Para el caso de Internet y del presente directorio analizamos la visibilidad en diferentes canales: la visibilidad del actor en redes sociales tales como Facebook o Twitter, así como de las páginas web de la organización en el conjunto de Internet. En el caso de páginas web, para analizar su visibilidad utilizamos por ejemplo el Alexa rank¹⁴ como una medida de prominencia. De acuerdo a este *ranking*, cuanto menor sea su valor, la organización será más prominente. Su cobertura, sin embargo, la operacionalizamos por el número de *links* en entrada a la web de la organización. En este caso, usamos como herramienta el Alexa inlinks.

También nos sirvió como inspiración el trabajo previo hecho por la 15Mpedia5.¹⁵

12. En una red temática “issue network” intervienen gran cantidad y variedad de actores, tanto públicos como privados en distintos niveles y áreas funcionales del gobierno y la sociedad. El concepto de red temática llama la atención sobre los patrones de las interacciones y relaciones entre los actores políticos y la forma en que los actores asumen un rol en la ecología bajo análisis. Entre las interacciones y relaciones son esenciales los flujos de información y las redes de comunicación entre actores, en cuanto son las que mantienen y fomentan las redes temáticas.

13. Una alta visibilidad por ejemplo permite que un actor político capte la atención pública. Para ser visible no basta con la cobertura mediática: es esencial la prominencia. Mientras la cobertura se refiere exclusivamente al número de apariciones mediáticas en un espacio de tiempo, la prominencia se refiere a los medios de comunicación en los que se recibe cobertura y en que parte de estos se aparece. No basta con aparecer muchas veces en los medios-cobertura; a veces una sola aparición en la primera página de un medio de gran audiencia basta para ser muy visible y conseguir prominencia.

14. <http://www.alexa.com> (19/01/2015)

15. <http://wiki.15m.cc> (20/01/2015)

Las diferentes dimensiones y categorías que seleccionamos permiten hacerse una idea sintética de las características de las organizaciones que forman parte de cada ecología. En el siguiente gráfico presentamos las dimensiones que incluimos en el directorio. Sin embargo recomendamos ir directamente a la página del directorio para poderlo consultar con mayor detalle y navegar por él a través de las mismas categorías de cada dimensión (<http://igopnet.cc/es/ecologias-tecnopoliticas/>).

GRÁFICO 8.1. DIMENSIONES INCLUIDAS EN EL DIRECTORIO



La selección de las dos ecologías se basó en el objeto del estudio, dentro del cual este directorio experimental se sitúa. Nos interesaba investigar la emergencia de organizaciones políticas no convencionales (OPNC) en la actual coyuntura de crisis y cambio en el Estado español. Aún más específicamente, estas dos ecologías pertenecen a lo que llamamos en este estudio “procesos híbridos”: es decir, procesos de innovación político-institucional situados a caballo entre lo extra-institucional y lo neo-institucional. Al mismo tiempo, estas ecologías se prestan bien a esta experimentación en base al uso intensivo de la Red con fines organizativos y de movilización que las ha caracterizado. Son procesos de movilización y acción política que, sin las dinámicas sociales que la Red y todos sus instrumentos¹⁶ favorece habrían sido imposibles o completamente diferentes.

16. Pads, redes de mensajería estilo WhatsApp o Telegram, redes sociales tales como Twitter, Facebook, listas de correos, páginas web y blogs, entre otros...

Uno de los desafíos a los que nos enfrentamos fue delimitar qué organizaciones incluir dentro de la red temática de cada ecología. El desafío se ha puesto de forma distinta para cada ecología. En el caso del 15-M partimos desde un “exceso” de casos, ya que desde el mapeo realizado por la 15mpedia podríamos extrapolar más de 800 casos. Sin embargo, en muchos casos no estaban del todo claros los criterios que se habían aplicado para su inclusión. Por un lado, el espectro de organizaciones que se han movilizado y de causas que se han reivindicado en el marco del 15-M es muy amplio. Por otro lado, en este listado se encontraban tanto organizaciones que pre-existían y no habían nacido con el 15-M, pero que le manifestaron su apoyo públicamente y se implicaron en el mismo, como organizaciones que no existían cuando sucedió el 15-M, pero que se definen de alguna manera como herederas del 15-M. Para el caso de la ecología soberanista y en favor de la independencia de Cataluña, el problema fue al contrario inicialmente, la falta de datos. Por más de que solicitamos de forma reiterada a organizaciones líderes (ANC, Generalitat y Plataforma por el derecho a decidir) listas de organizaciones que apoyan lo que se ha venido llamando el “proceso catalán” o el movimiento “soberanista” en Cataluña, fue imposible obtener estas listas. La única lista que encontramos, pero no por ello la más precisa ni más exhaustiva, es la que obtuvimos en una página web de la Plataforma por el derecho a decidir¹⁷, que nos sirvió como punto de partida.

Además, la misma fuente —la Plataforma por el derecho a decidir— destaca un elemento de contenido que implica otro desafío a la hora de elegir qué organizaciones incluir. De hecho los integrantes de la plataforma, así como en el proceso catalán mismo, hacen difícil trazar confines claros en el interior de esta ecología entre los actores que reclaman precisamente el derecho a decidir de los catalanes sobre su futuro y los que sin más reclaman la independencia de Cataluña. Las dos reivindicaciones son muy distintas. Sin embargo —de momento y por muchas razones— los confines entre ellas se han hecho bastante difusos.

Para enfrentarnos a esta situación, para cada ecología decidimos hacer búsquedas en Internet (utilizando el sistema de búsquedas avanzadas en Google), para ver si, además de tener cierta afinidad con los diferentes valores y reivindicaciones de cada ecología, encontrábamos algún pronunciamiento de la organización a favor del 15-M en un caso o de la independencia en otro. De ser el caso la incluimos en la base de datos.

No obstante, al ser tan amplio el espectro de reivindicaciones, en especial para el 15-M, el criterio clave que aplicamos fue si encontrábamos algún pronunciamiento a favor del 15-M por parte de la organización o se reivindicaba como heredero de éste. Nos guiamos principalmente por entradas de medios de comunicación tradicionales, obtenidas a través de Google o directamente de un pronunciamiento en la página de la organización.

Hasta el momento, en el directorio hay un total de 202 organizaciones codificadas: 148 del 15-M y 54 del movimiento soberanista-independentista. Algunos de los casos son plataformas, lo que implica que el número total de organizaciones sería superior a las 202 codificadas.

17. <http://plataformapeldretdedecidir.cat/index.php/entitatssocias> (19/01/2015)

Consideramos que el directorio está en una versión beta. Es decir, es una experimentación en proceso. Intentamos que las organizaciones más importantes de cada ecología estén incluidas. No obstante es un trabajo en desarrollo.

En el futuro esperamos seguir mejorando las informaciones de las organizaciones ya incluidas y enriquecer las ecologías incluyendo nuevos casos. O incluso ir incorporando nuevas ecologías en el directorio.

El carácter abierto del directorio permite que cualquier individuo u organización pueda contribuir a mejorar y completar los datos recogidos, añadiendo nuevas organizaciones o actores para cada ecología o sugiriendo ediciones de posibles errores, que ante el volumen de los casos pueden haber ocurrido.

El carácter abierto del directorio también se refleja en su licencia: Creative Commons (CC BY-SA 4.0).

Otro de los propósitos que nos gustaría alcanzar a medio plazo es poder ir haciendo mediciones periódicamente de la visibilidad de las organizaciones en cada uno de los canales, lo que nos permitirá estudiar la evolución de estas ecologías y su visibilidad a lo largo del tiempo en la web, así como el desarrollo de un API que permita descargar los datos.

En la web es posible observar algunas primeras visualizaciones de los datos del directorio que hemos hecho en base al tipo de organizaciones y su visibilidad en la Web. Invitamos a explorar los datos en la sección de estadísticas de cada ecología (<http://igopnet.cc/es/ecologias-tecnopoliticas>).

Finalmente, queremos agradecer para el caso del 15-M especialmente a 15Mpedia (<http://wiki.15m.cc>) y al Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud por su apoyo económico.

Esperamos que esta experimentación y esta herramienta sean útiles tanto a la comunidad académica e investigadora como al conjunto de personas interesadas en los cambios sociopolíticos que el uso de la Red está generando en el Estado español y en el mundo.

IV. ANOTACIONES EN EL MARGEN: POLÍTICA COMO VIDA

En este bloque se agrupan tres artículos que, si bien tratan temas heterogéneos, comparten una premisa ineludible si queremos investigar la mutación política en curso y pensar en otras formas de hacer política. La política no es sólo lo que ocurre en el entramado institucional, sino que necesariamente incorpora problemas cotidianos, de la vida en común, que muchas veces precisan ser abordados a través de la acción colectiva. En este sentido, entendemos que cada vez más la esfera política se solapa con la esfera vital.

Esa realidad a menudo queda desdibujada cuando se analiza el papel de las instituciones y de prácticas que buscan consolidarse en el espacio institucional. Aunque no pusimos estas dimensiones en el centro de nuestra investigación, no queríamos eclipsar este aspecto. Por eso, en estas tres aportaciones no se habla tanto de la política convencional, sino de la política que se produce en prácticas cotidianas. En primer lugar, el contenido político de lenguajes creados en la cultura digital (memes) tal y como lo expone Jaron Rowan. En segundo lugar, como señala el artículo de Gemma Galdón y Ona Tura, nuevos desafíos como la privacidad producidos por la revolución digital y que empiezan ocupar la agenda pública. Por último, la aparición de espacios de interacción económica entre sujetos que prometen una libre cooperación y un modelo más distribuido, que es el ámbito que aborda Albert Cañigueral en su artículo sobre economía colaborativa.

Memes, privacidad y economía colaborativa son algunos ejemplos de un amplio emergente abanico de temas políticos en tanto que no sólo ofrecen respuestas diferentes a las formas de comunicarnos, gobernarnos y colaborar, sino que cambian las preguntas y dejan obsoletas formas de regulación anteriores.

9. MEMES, JÓVENES Y POLÍTICA

En la actualidad, los memes de Internet constituyen uno de los objetos por los que se vehiculan las sensibilidades políticas de muchos jóvenes. En el siguiente texto me propongo evidenciar este fenómeno y exponer algunas de las características y contradicciones que definen este espacio de participación política. Como veremos a continuación, ciertos autores y autoras argumentan que la esfera en la que operan los memes constituye una suerte de esfera pública digital en la cual se está produciendo un debate político que transcurre en paralelo al que se da en la esfera pública tradicional. En las páginas que siguen analizaré algunos de estos debates, examinando las plataformas en las que acontecen y el tipo de ideas que movilizan. Con todo esto me interesa presentar una esfera política ciertamente anómala pero vibrante e intensa, en la que jóvenes participan, negocian y definen sus ideas políticas, pese a no respetar los códigos, lenguajes ni medios que caracterizan la política formal.

Antes de definir qué son exactamente los memes y cómo funcionan me gustaría dejar patentes algunos de los problemas metodológicos con los que me he encontrado a la hora de realizar el siguiente trabajo. Por un lado, gran parte de los memes son anónimos o se producen en cadena, por lo que resulta muy complejo establecer la edad exacta de quién los ha realizado. Podemos inferir que son personas jóvenes por diferentes elementos que los caracterizan como pueden ser los temas que predominan, el tipo de lenguaje que utilizan o los lugares en los que se intercambian y producen los memes. Aun así, técnicamente es muy complicado establecer la edad exacta de quien los ha producido. Por otro lado, en el siguiente texto distinguiré de los memes que surgen en plataformas como Cuantocabrón, Forocoche o foros similares, de los que se producen desde partidos políticos o proyectos activistas que claramente se presentan como elementos políticos. En el segundo caso es más fácil definir los entornos o las personas que los han creado y los fines con los que han nacido, pero como veremos, este tipo de memes ocupan un lugar muy discreto en la “memesfera”.

Dicho esto, pasaremos directamente a establecer qué son exactamente los memes y ver cómo operan, esto nos ayudará a entender mejor su papel como agentes políticos de la esfera digital.

9.1. LOS MEMES DE INTERNET: ¿QUÉ SON?

Los memes de Internet son conjuntos de imágenes que normalmente van acompañadas de un texto gracioso que puede o no tener relación directa con la imagen. Estos memes surgieron en plataformas de intercambio de imágenes (*imageboards*) como 4chan.com en los que se prima la agilidad de respuesta y el ingenio. De esta manera, se dan conversaciones en las que para

preservar el anonimato se limita la expresión escrita y, en una economía de recursos, se utilizan imágenes ya existentes a las que se otorgan significados (por ejemplo una imagen de Gene Wilder sonriendo extraída de la película *Willy Wonka* se utiliza para indicar que una persona es una novata en el foro. En ocasiones se acompaña con la frase “you must be new here”, pero el significado de esa imagen está tan extendido que no necesita de texto). Los significados de los memes nunca se definen *a priori* sino que se van concretando a medida que otros usuarios hacen uso de esa imagen para expresar su opinión. Las diferentes reiteraciones generan significados por acumulación.

La destreza técnica necesaria para diseñar un meme es mínima. En la actualidad priman tres tipologías de memes: los que presentan una figura recortada sobre un fondo de color y con una frase escrita encima y debajo de la imagen; los que presentan una imagen sin recortar con el texto superpuesto a la imagen, y por último están los metamemes que presentan la imagen (que puede ser un meme ya existente) sobre un fondo negro con un texto en la parte inferior de la imagen. La imagen con texto se denomina “macro”, noción que proviene de los primeros foros *online* en los que una funcionalidad permitía que se pudiera introducir texto sobre imágenes pre-definidas; a ese texto se le denominaba entonces macro. Como bien indica el colectivo de diseñadores Metahaven “la estética de las ‘imágenes macro’ se deriva de la omnipresencia de Microsoft Windows. Estas imágenes suelen usar la tipografía Impact, una de las once tipografías esenciales de la web, que venían de serie con el sistema operativo desde 1996 a 2002” (Metahaven, 2013). Estas formas no son canónicas ni está estipulado que así tengan que ser los memes, pero debido a una agregación de micro-imitaciones se ha generado una estética muy determinada que ahora impera a la hora de diseñar los memes.

De esta manera, los memes se presentan como imágenes pixeladas, distorsionadas sin ningún mérito formal más allá de reproducir un modelo que va variando de un meme a otro. La autoría no tiene lugar en el mundo de los memes. Así vemos que nadie define *a priori* el objetivo ni la intención del meme, son agregaciones de variaciones sobre una misma imagen. Los memes pueden partir de cualquier elemento: animales, fotos de actores o actrices famosas (los memes de Keanu Reeves por ejemplo), personas anónimas (como KimmoKm, que pasó a ser “el gordo granoso”), personajes de ficción (como las imágenes extraídas de dibujos animados de Spiderman), dibujos de palo (por ejemplo, los conocidos como “Rage Comics”), o imágenes de actualidad política (por ejemplo, la foto del padre del Rey cazando elefantes o la imagen de Pablo Iglesias surgiendo de detrás de un árbol).

9.2. LOS MEMES Y LA POLÍTICA

Como hemos visto, la temática que abordan los memes es variada, pero no es inusual ni nuevo que muchos de estos memes comenten temáticas o asuntos de relevancia política. En el Estado español es muy frecuente que cualquier acontecimiento político tenga su eco en la memesfera. Cuando el presidente Rajoy decidió dar una rueda de prensa que tan sólo se transmitía por una pantalla de plasma, dio lugar a una respuesta inmediata de memes que comentaban el aconte-

cimiento y, en muchas ocasiones, se burlaban del acto. De igual manera, cuando Iñaki Undargarín fue imputado por el caso Nóos, no tardaron en aparecer memes en los que aparecía vestido de reo o con el logo de MANGO escrito encima de su ropa. De esta manera, vemos cómo surge un lugar en el que se vierten y construyen opiniones en torno a los eventos que marcan la agenda política y en el que participan personas que normalmente no frecuentarían foros de opinión o de debate político. Personas que no han encontrado un espacio de representación o voz política clara, pero que quieren contribuir al debate.

Es en este sentido que los autores Ryan M. Milner o Limor Shifman defienden que se está renovando la esfera pública, recogiendo de esta manera el concepto elaborado por Jürgen Habermas. Milner escribe “si muchas personas pueden acceder a Reddit o Tumblr y participar en conversaciones políticas desde diferentes perspectivas, la democracia sale beneficiada” (Milner, 2013:2361). En este contexto, el autor sitúa el fenómeno de los memes, que define como elementos que conforman una esfera pública expandida. Milner verifica su hipótesis analizando el papel de los memes en la constitución de un fenómeno como Occupy Wall Street (OWS). En sus propias palabras, “la evaluación de la relación entre los memes y OWS nos puede ayudar a validar la idea de que los medios participativos amplían la esfera pública permitiendo conversaciones cívicas más activas” (Milner, 2013:2361). De esta manera se valora que aparezcan lugares en los que debatir la actualidad política con nuevos instrumentos y lenguajes, como pueden ser los memes.

Conversar a partir de imágenes permite que las perspectivas de los debates se amplíen y nuevos agentes participen de las conversaciones. Las imágenes circulan con más agilidad y son descodificadas con mayor facilidad que los textos o panfletos políticos. Es más fácil producir una imagen que incorpore una opinión o punto de vista que redactar un texto resumiendo tu posicionamiento político. Es por ello que los memes se vuelven preponderantes en las batallas políticas contemporáneas. El elemento humorístico del meme le ayuda a circular con mayor facilidad. Como sostienen desde Metahaven “el chiste tiene la capacidad de resistir y darle la vuelta a los marcos de referencia impuestos por el *statu quo* (...) El chiste tiene el poder de alterar las cosas, un poder más grande del que le solemos otorgar. En la Red, los chistes pueden crecer de escala de forma rápida y llegar a cientos, miles o millones de personas en pocos minutos” (Metahaven, 2013). De esta manera contribuyen a facilitar el acceso a debates en torno a política, el humor abre la puerta a discusiones de mayor calado. Shifman también hace hincapié en cómo los memes facilitan la participación política; en sus propias palabras “crear memes es una forma accesible, barata y divertida de hacer públicas las opiniones políticas de cada cual” (Shifman, 2014:123). Es en este sentido que considera que los memes favorecen el empoderamiento ciudadano y contribuyen a crear esferas de participación en las que agentes que hasta ahora habían estado excluidos de ciertos debates pueden encontrar una voz.

Podríamos alegar que en la actualidad se producen batallas de memes, es decir, debates entre multitud de agentes que hacen uso de los memes para producir opinión pública. Las opiniones se construyen en base a imágenes que tendrán una mayor o menor acogida y, por ende, circulación dependiendo de lo ingeniosas o graciosas que sean. Si un meme funciona muy bien, es probable que salte de plataforma pasando de foros “especializados” a redes sociales o dispo-

sitivos como teléfonos móviles. Su capacidad de saltar de una plataforma a otra definirá su área de influencia. Hay memes que no salen del foro inicial, otros circulan por Twitter, Facebook, WhatsApp o Tumblr, llegando hasta televisiones o medios de comunicación más tradicionales, desfilando frente a su audiencia creciente y contribuyendo así a establecer puntos de vista.

Una batalla de memes reciente digna de destacar fue la que tuvo lugar durante la negociación de la ya derogada reforma de la ley del aborto puesta en marcha por el ya ex-ministro Gallardón. Por alguna razón difícil de establecer fue uno de los debates que mayor trascendencia tuvo en la memesfera. La cantidad de memes que se produjeron llama la atención por prolífica, pero también por lo claras que estaban todas las posturas en torno al debate. Entornos como Forocoches dieron pie a numerosos memes que estaban en contra de que una madre tuviera derecho a decidir sobre su descendencia. Uno de los más llamativos presentaba un embrión en varios estados de gestación para llegar a una foto de una chica atractiva sobre la que aparecía la frase “¿Tú la hubieras abortado?” Estos memes fueron contestados por multitud de memes explícitos como el de un feto sobre el que ponía “Esto no es un ser humano” o “Aborto porque me sale del coño” escrito sobre una imagen de July Andrews sacada de *The Sound of Music*. Incluso apareció el Philosoraptor, un meme clásico de un dinosaurio filósofo que lanza complejas preguntas retóricas al debate como “Si las feministas están con el aborto, si abortan a una mujer, ¿es antifeminismo?” Estos memes no tardaron en aparecer en foros de discusión o intercambio de trucos sobre videojuegos, redes sociales y plataformas que poco tenían que ver con el lugar de origen de los memes. De esta forma, multitud de jóvenes encontraron un lugar en el que expresar su opinión (de forma muy tosca en muchas ocasiones) y participar de un debate que de forma paralela mantenía enfrascada a la clase política y a los medios de comunicación.

9.3. LOS MEMES Y LA POLÍTICA FORMAL

Los memes también han adquirido un espacio importante en las estrategias de movilización y comunicación. El investigador y activista Sasha Costanza-Chock analiza el creciente interés de los movimientos sociales por las herramientas digitales y redes que se utilizan en el activismo contemporáneo. El autor habla de “las culturas mediáticas de los movimientos sociales”, que son “las herramientas, habilidades, prácticas sociales y normas que utilizan los participantes de los movimientos para crear, distribuir y amplificar sus medios por todas las plataformas disponibles” (Costanza-Chock, 2012:1). En el Estado español hasta han aparecido cursos especializados denominados “Radical Community Manager”, en los que se forma a activistas en la gestión de redes, la creación de *trending topics*, o el uso de memes para influenciar debates.

El 15-M fue un momento clave en el que pudimos ver la preponderancia de redes sociales, memes y *hashtags* como parte constitutiva del movimiento político. La proliferación de estos elementos nos ayuda a entender el impacto y trascendencia del movimiento más allá de las personas que físicamente se manifestaron en la Puerta del Sol y sus alrededores. Esto se expone de forma prístina en el artículo de Javier Toret “Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas” (Toret, 2013) en donde se recogen y analizan los tuits, *hashtags* y demás mensajes creados en las redes y su impacto en las movilizaciones que siguieron al 15-M. Si recordamos que la primera convoca-

toria a manifestarse aconteció tan sólo en medios y redes digitales con el memético lema “democracia real ya”, se hace difícil desvincular o minimizar el papel de los memes en la acción política contemporánea. De forma espontánea muchas personas empezaron a hacer sus propias pancartas y carteles en los que se reivindicaba la “democracia real ya”, repitiendo y creando de esta manera uno de los memes más poderosos de los movimientos políticos contemporáneos.

Más recientemente hemos podido comprobar cómo activistas de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) convertían otro meme, “Sí se puede, pero no quieren”, en pancartas, pegatinas y panfletos que aparecían en las acciones presenciales del movimiento. La barrera entre lo digital y lo analógico se hace muy difusa con memes transitando de un lado a otro.

Los memes también han adquirido un papel relevante en el ámbito de la política formal. Es notable la importancia de la campaña “Yes We Can” en Estados Unidos, que auparía a Obama a la Casa Blanca. Curiosamente, ese eslogan e imagería no fue creado por el equipo de comunicación oficial del candidato sino que fue producido por “un grupo de artistas que apoyaban a Obama” (Shifman, 2014:126). Esta frase complementaba el “Change We Can Believe In” de la campaña oficial. Igualmente, el retrato de Obama con la palabra HOPE escrita en su base que vino a epitomizar la campaña, fue inicialmente desarrollado y puesto en circulación por el artista Shepard Fairey, y recibió el visto bueno oficial una vez se hubo memetizado. Analizando los vídeos que más se viralizaron durante esas elecciones, Shifman concluye que “tan sólo una quinta parte de ellos se produjeron por las agencias oficiales” (Shifman, 2014:125), pero esto no implica que se generaran por ciudadanos aislados sino por organizaciones ya existentes, grupos de presión, asociaciones, etc., que ya tenían una base de afiliados. En Estados Unidos fue notable la capacidad del Tea Party para hacer circular sus ideas por las redes y la enorme presencia que llegaron a tener en la esfera digital durante la anterior campaña presidencial. De esta forma podríamos llegar a establecer que existen esferas meméticas paralelas que colaboran con las campañas y eslóganes oficiales.

Recientemente, en el Estado español ha aparecido un partido político que hace de la participación ciudadana su bandera y que ha centrado toda su comunicación y estrategias de trabajo en las redes. Me refiero a la Red Ciudadana Partido X. Si analizamos su comunicación veremos que la gran mayoría de sus anuncios adquieren los rasgos formales de los memes (imagen de fondo, frase corta y llamativa, formato digital). Aun así, a día de hoy no he logrado encontrar versiones meméticas de estas imágenes, es decir, remezclas y apropiaciones realizadas por la ciudadanía, pero no deja de ser notable la integración de este lenguaje y lógica en el seno de la política formal.

De igual manera, el partido político nacido en 2014 para concurrir por la alcaldía de Barcelona, Guanyem Barcelona, ha utilizado el formato memético como estrategia de comunicación, en especial la campaña #noEsBroma, que durante el verano de 2014 se hizo visible en redes sociales. A través de memes con textos como: “Si no firmas por Guanyem Jordi Hurtado dejará de presentar Saber y Ganar”, “Si no firmas por Guanyem las magdalenas se llamarán cupcakes para siempre” o “Si no firmas por Guanyem te acabarás encontrando a Putin de vacaciones en las Ramblas”, esta campaña cogía el formato meme y lo ponía a expensas de un programa político.

9.4. CONCLUSIONES

Con este trabajo se ha expuesto el papel que tienen los memes en la producción de una suerte de esfera política digital que facilita la creación de nuevos espacios de participación política. La inmediatez, el humor y un lenguaje no experto contribuyen a que personas jóvenes o que no suelen participar en otro tipo de debates políticos, no tengan reparos en exponer su opinión valiéndose para ello de memes. Estos memes contribuyen a formar la opinión de quienes se enfrentan y participan de ellos. Algunos memes se limitan a comentar hechos de actualidad, otros participan de forma activa en la definición de esta realidad, introduciendo nuevas voces y posicionamientos en debates que se abren en sitios inusitados.

Los movimientos sociales y las organizaciones políticas establecidas han empezado a hacer uso de memes con mayor o menor suerte, posiblemente sin entender en muchos casos los ámbitos de circulación, las lógicas o los lenguajes propios de los memes. Aun así, es indudable la influencia que tienen los memes a la hora de definir el lenguaje y estética de algunos de los partidos políticos emergentes en el panorama contemporáneo. Los memes interpelan a personas jóvenes que no entienden el lenguaje político tradicional o a aquellas personas que no se sienten interpeladas por este lenguaje. Los memes permiten intercambios de opiniones a personas no expertas sobre temas que en algunos casos entrañan grandes dosis de complejidad. El humor es un elemento clave en estos intercambios, cuanto más gracioso o ingenioso, más lejos llegará el meme, estableciendo así su área de influencia.

Los memes introducen a los jóvenes en una esfera de política rara, de expresión de opiniones, pero también de discusión que implica posicionamientos claros. Detrás del chiste encontramos una expresión de preocupaciones, sensibilidades y deseos que no podemos ignorar o desmerecer. Los memes producen política, la política de los nuevos medios es sin duda memética.

BIBLIOGRAFÍA

Costanza-Chock, S. (2012). "Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement". *Social Movement Studies*, First article: 1-11.

Metahaven (2013). *Can Jokes Bring Down Governments?: Memes, Design and Politics*. Edición: 1. Amsterdam: Strelka Press.

Milner, R. M. (2013). "Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement". En *International Journal of Communication* 7 (2013): 2357-2390.

Sampson, T. D. (2012). *Virality: Contagion Theory in the Age of Networks*. London: University of Minnesota Press.

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en:

http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret

10. JÓVENES, INTERNET Y POLÍTICA ANTE EL RETO DE LA PRIVACIDAD

Es innegable que las nuevas tecnologías abren un sinfín de potencialidades. La inmediatez, la proximidad remota, el intercambio entre iguales, la comunicación *low-cost*, la gestión de la/s identidad/es o el código abierto ponen sobre la mesa nuevas posibilidades, espacios, dinámicas. No obstante, la sociedad de la información trae consigo riesgos, y la exploración de la potencia de esas posibilidades dependerá precisamente de la valoración de estos riesgos.

Uno de los riesgos más evidentes es la privacidad. Internet y las herramientas de comunicación que posibilita permiten retransmitir mensajes a un público indeterminado y de forma más o menos pública. Al introducir información en Internet, no obstante, ésta genera un registro. Las palabras se las lleva el viento, pero los *mails*, las actualizaciones de estatus o los comentarios en páginas web, no. Jamás. No sólo no se las lleva el viento, sino que es prácticamente imposible controlar hasta dónde llega esa información y a través de qué vías. Esta cascada de registros que generamos en nuestra relación con las nuevas tecnologías y las personas y procesos que nos envuelven, hablando de nosotros mismos o compartiendo datos de otros, puede reaparecer un día para acosarnos o acosarles, o acabar en manos irresponsables.

La alarma alrededor de la privacidad ha sido a menudo matizada por la convicción de algunos de que la privacidad como derecho fundamental y valor social tiene los días contados. Según estas voces, no hay que hacer nada para abordar la protección de la privacidad *online*, puesto que las nuevas generaciones, los “nativos digitales”, ya no valoraran su intimidad. Se argumenta que es una preocupación de “mayores”. El mismo fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, afirmó en 2010 que la privacidad evolucionaba como valor social, y predijo que para las nuevas generaciones la sobre-exposición de su vida privada no sería un problema.

El objetivo de estas páginas es matizar esa opinión y plantear datos y tendencias que nos permiten dibujar un presente y un futuro más complejo. En la primera parte abordamos la relación de los jóvenes con su intimidad y la exposición *online*. En la segunda parte, nos centramos en cómo el registro permanente, voluntario o no, de nuestras actividades y opiniones, puede afectar al compromiso político y al ejercicio de los derechos civiles.

10.1. PRIVACIDAD Y JÓVENES

El carácter que se tiende a atribuir al adolescente en Internet es de errático y despreocupado. Se asume que la única generación que ha nacido en plena revolución de las redes sociales ha normalizado su uso y la sobre-exposición que conlleva, y es cierto que Internet y las redes sociales

juegan un papel clave en fenómenos típicamente adolescentes como la construcción de la propia identidad y las interacciones sociales, así como las dinámicas relacionales que establecen. Se convierte en un espacio de socialización más, aunque se rija por normas y límites propios. En estos procesos, la privacidad juega un papel determinante. Fuera del mundo *online*, no obstante, es difícil afirmar que las personas jóvenes viven su privacidad de forma despreocupada. En realidad, quien no cuenta con espacios propios y vive bajo la tutela de personas con autoridad, sean progenitores o docentes, debe tener la privacidad mucho más presente: la formación de la propia identidad parte precisamente de la exploración de los límites, del flirteo con lo no permitido, de la creación de espacios propios que deben necesariamente esconderse de la mirada de los supervisores (Barnes, 2006). *Offline*, los adolescentes son mucho más conscientes de su privacidad, y la gestionan de formas mucho más proactivas que los adultos.

En realidad, pues, lo normal sería esperar un cierto efecto contagio de esta consciencia de la privacidad a los espacios *online*. Y las cifras, efectivamente, desmienten al creador de Facebook. De hecho, los usuarios y usuarias jóvenes señalan el exceso de exhibicionismo y exposición sentimental como fuente principal de los malos usos asociados a la tecnología (Megias y Rodríguez, 2014). Según un estudio de Pew Internet¹, por ejemplo, el 44% de los jóvenes toma medidas para limitar la información que hay sobre ellos en Internet, mientras que sólo el 30% de los mayores de 30 años afirma hacer lo mismo. El mismo estudio subraya que un 71% de los jóvenes ha modificado sus ajustes de privacidad en las redes sociales para limitar la información que comparten con los demás, cuando sólo un 28% de los adultos afirma hacerlo. Los jóvenes menores de 30 también muestran una mayor actividad en la eliminación de comentarios o en “desetiquetarse”² de las fotos que los adultos (Madden y Smith, 2010). En la misma línea apunta un estudio realizado por el Instituto sobre Internet de Oxford, que compara la actividad *online* de jóvenes y adultos en Australia, Estados Unidos y el Reino Unido y destaca que hay una diferencia de 62 puntos entre los jóvenes y los adultos a la hora de tomar acciones para proteger su privacidad en las redes sociales (Blank, Bolsover y Dubois, 2014).

Quizá sea pues momento de desmitificar la despreocupación de los jóvenes por la privacidad en la Red. Partiendo de la idea de que la sociedad es en sí aún “adolescente” en su uso de Internet y las redes sociales, por la novedad del fenómeno, todo apunta a que los y las más jóvenes han llegado a cuotas más altas de consciencia —que no sólo preocupación— sobre los riesgos para su intimidad. Son más jóvenes, sí, pero más activos en el uso de las redes sociales, pasan más tiempo de ocio en Internet que sus padres y sienten de forma más cotidiana el efecto de lo que publican o hacen *online*.

El uso de redes sociales como altavoz de la cotidianeidad en su entorno social próximo impacta sobre la forma en que los jóvenes desarrollan su identidad, puesto que éstos deben calibrar la imagen que quieren proyectar de ellos mismos. Este fenómeno, que también se produce *offline*, tiene connotaciones distintas en su vertiente digital. Se observa, por ejemplo, una tendencia a

1. Estudio realizado en Estados Unidos.

2. En jerga de redes sociales, “desetiquetarse” supone eliminar el vínculo entre una imagen, normalmente la de una persona reconocible, y el nombre de esa persona o su perfil *online*.

proyectar una imagen falsa para estar a la altura de lo que se considera que es aceptable o deseable. Bahrampour y Aratani (2006), por ejemplo, observaron cómo las jóvenes “blogueaban sobre fines de semana de alcohol y desenfreno, cuando en realidad habían estado pintando con sus hermanos o hermanas menores o viendo películas antiguas con sus abuelas.”³ El alcance de este tipo de información, fácil de desmentir, es relativamente controlable *offline*, mientras que *online* requiere el despliegue de una amplia serie de mecanismos de gestión de la privacidad y los posibles recorridos de la información.

Este activismo en la gestión de la privacidad social (quién permito que acceda a qué, qué público dónde, cómo gestiono los recorridos de la información) contrasta con una cierta despreocupación, compartida con los adultos, por el uso que unos terceros indeterminados pueden llegar a hacer de los datos personales. Otro estudio del Pew Research Center recoge que sólo un 9% de los adolescentes se siente muy preocupado por el acceso de terceros a sus datos y un 31% están “algo” preocupados (Madden *et al.*, 2013) comparado con un 35% de mayores de 18 años “muy preocupados” y un 45% “algo” preocupados (Madden, 2014). La minería de datos, pues, relacionada con una privacidad no inmediata ni social, sino vinculada a intereses comerciales y la generación de perfiles de consumidor no es una prioridad ni se percibe como un problema por la mayor parte de los jóvenes. Es difícil, no obstante llegar a conclusiones sobre este dato, puesto que actualmente los usuarios de redes sociales no cuentan con mecanismos fáciles para gestionar este nivel de privacidad. La única alternativa posible hoy para quien no quiere que sus datos acaben en manos de empresas de *marketing* es abandonar los espacios de relación *online*, puesto que el uso de datos personales y fotos por parte de terceros forma parte del pago en especie que se realiza para el disfrute de la mayoría de redes sociales más populares en la actualidad.

La complejidad de esta relación con la privacidad puede ejemplificarse en el caso de Facebook la red social más popular del mundo (*La Vanguardia*, 2014). Según este mismo estudio, más de la mitad (56%) de los usuarios adolescentes de esta red social declaran que “no es nada difícil” gestionar los ajustes de privacidad (Madden *et al.*, 2013). No obstante, en las continuas revisiones de su política de privacidad, Facebook ha ido introduciendo elementos de limitación de lo que pueden y no pueden hacer los usuarios y usuarias. Así, las personas jóvenes tienen una preconfiguración de la privacidad más invasiva que otros grupos de edad, y todas sus actualizaciones son públicas por defecto; asimismo, el control de qué uso comercial se realiza de estos datos por parte de terceros es actualmente imposible. Los mecanismos existentes, pues, son fáciles de gestionar, pero limitan el espacio de control. En otras palabras: es fácil gestionar lo poco sobre lo que se pueden tomar decisiones, pero sobre la mayor parte de procesos de recogida y gestión de datos el usuario no tiene ni información, ni derechos, ni control.

En un contexto de desinformación y de falta de alternativas, la relación de los jóvenes con su privacidad en Internet es, como apuntábamos, compleja. Los datos indican que no es cierto que las personas jóvenes tengan menor preocupación por la privacidad que otros grupos de edad,

3. Citado en: Barnes, Susan, B. “A privacy paradox: Social networking in the United States”. *First Monday*, [S.l.], sep. 2006.

aunque sí se observa despreocupación por los procesos de gestión comercial de los datos. ¿Permite esto augurar un futuro sin necesidad de privacidad tal y como la conocemos? La prueba de fuego la constituirá con toda probabilidad la aparición de soluciones de socialización *online* que no exijan el pago en datos ni conviertan al usuario en producto. Ante la posibilidad, ahora inexistente, de controlar efectivamente cómo se utilizan los datos personales de los que se generan registros, ¿seguirán los jóvenes optando por soluciones invasivas?

10.2. ACTIVIDAD ONLINE Y COMPROMISO POLÍTICO

Existe otro factor a considerar relacionado con la privacidad y el uso de herramientas de Internet, vinculado a los posibles efectos futuros del registro continuo de la actividad de los y las adolescentes. Esta generación deberá aprender que lo que se hizo en el pasado no es tan fácilmente olvidable, y que episodios que pueden merecer el olvido se encontrarán a sólo un *click*.

Paris Brown, una joven británica de 17 años aprendió la lección por las malas. Al ser nombrada representante juvenil de delincuencia y policía en la comisaría de Kent⁴, algunos usuarios de la red social abierta Twitter denunciaron el contenido presuntamente discriminatorio de algunas actualizaciones realizadas en su cuenta personal entre los 14 y los 16 años. La recuperación de estos tuits, escritos con mal lenguaje y haciendo referencia a cuestiones raciales, sexuales y de drogas llevaron a la destitución de una persona que había conseguido la nominación en base a méritos que nadie puso en duda (*The Guardian*, 2013).

No es el único caso, se estima que un 1% de los internautas ha perdido oportunidades laborales o educativas por su presencia en las redes sociales, y un 6% ha visto su reputación dañada (Madden *et al*, 2013). La profesora June Talvitie-Siple, por ejemplo, supervisora del programa de matemáticas y ciencias en un instituto de Massachusetts también se vio forzada a dimitir cuando unos padres de la escuela donde trabajaba vieron algunos escritos en Facebook donde se refería a éstos como “arrogantes” y a los alumnos como “bolsas de gérmenes”. Talvitie-Siple creía que sus actualizaciones sólo eran visibles para sus amigos, pero sus ajustes de privacidad en Facebook hacían su perfil público (Heussner y Fahmy, 2010). El ex-congresista norteamericano Pete Hoekstra participó en un viaje de Estado a Afganistán e Iraq y decidió tuitear su llegada a Bagdad, creando una brecha en la seguridad del equipo y generando tal revuelo que tuvo que renunciar a la reelección (*The Guardian*, 2009). La filtración de documentos personales a la prensa debido a la falta de seguridad de la nube y de ciertos servicios de Internet también ha acabado con varias carreras políticas.

En los casos de personas y jóvenes con un bajo perfil público, el filtraje involuntario o premeditado de datos personales como fotos y vídeos puede generar espirales de acoso. El 12% de los usuarios de servicios de Internet declaran haber sido acosados online (Rainie *et al*, 2013). En Cataluña, un 25% de los jóvenes admite haber sufrido ciberacoso en algún momento de su infancia o adolescencia, el 14% de los agresores admite haber difamado a alguien en la Red y un 9% realiza

4. Un cargo creado justo antes de su nominación con la voluntad de acercar la actividad policial a los jóvenes, y viceversa.

seguimiento de sus víctimas a través de programas espía (Boldú, 2014)⁵. Conscientes de estos y otros riesgos, en la Universidad Loyola de Chicago se optó por una opción drástica —los estudiantes con beca fueron obligados a cerrar sus cuentas de Facebook y MySpace a riesgo de perder la financiación— (*Sports Illustrated*, 2011). Ante la imposibilidad de gestionar la información personal con garantías de privacidad y seguridad, retirada total de las redes. Dentro o fuera.

¿La existencia de una cantidad creciente de datos personales potencialmente sensibles puede llegar a condicionar el salto a la participación política o a la actividad pública de los y las adolescentes de hoy? Si el filtraje de datos personales sensibles desata espirales de *bullying online* y *offline*, ¿es posible que las generaciones de hoy se expongan más que sus padres a ver su intimidad comprometida a consecuencia de sus decisiones políticas? Las derivas actuales obligan a reflexionar sobre la estructura de incentivos y elementos de desincentivación, e incluso de miedo, que introducen las herramientas de registro de la intimidad. En el análisis del impacto social de la vigilancia masiva, los expertos hablan a menudo del “*chilling effect*”—el efecto intimidatorio o disuasorio que puede generar la consciencia de ser vigilado sobre el ejercicio de derechos fundamentales como la libertad de expresión o manifestación⁶—. Las reflexiones alrededor de los efectos disciplinarios de estructuras semejantes al Panóptico de Bentham, con redes sociales como sustitutivo del ojo del vigía, vuelven así al centro de la reflexión sociológica sobre el impacto social de Internet.

Existen, no obstante, aproximaciones menos pesimistas al impacto de Internet sobre la actividad política, que subrayan el papel democratizador de las redes sociales y la posibilidad de que éstas puedan cambiar el equilibrio de poder entre ciudadanos e instituciones. Al fin y al cabo, las cifras dicen que Internet ha aumentado el compromiso político por parte de la sociedad, y que el 31% de las personas activas en alguna red social las ha usado para animar a otros a colaborar en causas que encuentran políticamente o socialmente relevantes, siendo los jóvenes los más activos en este aspecto (Rainie *et al.*, 2012). En este extremo se imponen reflexiones de carácter ético. ¿Qué ocurre cuando los intereses de grandes corporaciones o los intereses estatales son irreconciliables con la voluntad que expresa la ciudadanía a través de las redes sociales u otros cauces? ¿Abre Internet brechas efectivas en las estructuras de poder? Es pertinente preguntar hasta qué punto las posibilidades de opinar, debatir e intervenir políticamente en tiempo real compensan el hecho de que este ejercicio de libertad deja un registro que puede ser utilizado en contra de quien lo ejerce. En el caso de la Primavera Árabe, este efecto *boomerang* tiene nombres y apellidos: el egipcio Maikel Sanad fue sentenciado a dos años de prisión por insultar a las fuerzas armadas en su *blog*; Razan Chazzawi, bloguera siria, fue arrestada por sus publicaciones; Ayman Youssef Mansour fue sentenciado a tres años de prisión en Egipto por un comentario que realizó en Facebook sobre el Islam (York, 2011).

La relación de Internet con el ejercicio de derechos y libertades civiles emerge también como un terreno complejo, en el que la gestión de la privacidad es clave sobre todo para las generaciones más jóvenes. No tanto por ser nativos digitales como por la generalización de unas redes sociales que no controlan y que no olvidan como medio de socialización y formación de la identidad.

5. Citado en Bigas, N. (2014, 1 de diciembre). El *ciberassetjament* representa el 25% dels casos de bullying. *Actualitat UOC*.

6. <http://irissproject.eu/wp-content/uploads/2014/06/D3.2-Surveillance-Impact-report1.pdf>

10.3. CONCLUSIONES

Según el estudio de Pew mencionado anteriormente, el más completo existente hasta la fecha sobre la relación de los jóvenes con las redes sociales y la privacidad, el 57% de los adolescentes declara no haber colgado determinado material en las redes por miedo a futuras represalias (Madden *et al.*, 2013). La concienciación sobre los riesgos de internet, pues, se traduce en una mayor cautela. La relación entre esta cautela y el efecto intimidatorio o la auto-censura, no obstante, merece un mayor y más profundo estudio que permita calibrar la forma que va tomando la relación entre la sobre-exposición *online* y la posibilidad de vivir sin miedo al efecto de decisiones pasadas sobre opciones futuras.

En una parte importante del mundo, y sobre todo en las ciudades y en grupos sociales de rentas medias o altas, los adolescentes crecen rodeados de dispositivos de vigilancia que hemos ido normalizando, sin conocer a fondo su impacto social. En el caso de las redes sociales e Internet, a menudo aprendemos sus límites o riesgos en la medida que las utilizamos y sufrimos sus consecuencias directa o indirectamente, sin posibilidad de tomar precauciones hasta que ya es demasiado tarde. Ante la falta de información y alternativas, los jóvenes basculan a menudo entre la paranoia y la despreocupación, sin contar con herramientas concretas de gestión de los estadios intermedios ni de calibración de las consecuencias o usos a largo plazo de su huella digital. Este escenario de blanco o negro pone sobre la mesa dudas sobre la deseabilidad social del ensamblaje tecnológico actual. ¿Es deseable que los jóvenes deban responsabilizarse de sus posibles acciones futuras antes de tomarlas? ¿Es razonable abrir espacios de relación corporativos en los que no existe la posibilidad de controlar los datos propios? Valores y derechos como la libertad de expresión, la formación de la identidad en libertad, el derecho a una segunda oportunidad y la no discriminación entre quién hizo un uso responsable de las redes sociales en su juventud y quién no, deben formar parte de un debate urgente sobre la relación entre jóvenes, Internet y política.

BIBLIOGRAFÍA

Bahrampour, T y Aratani, L (2006). "Teens' bold blogs alarm area schools" *Washington Post* (17 January), en:

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/01/16/AR2006011601489.html>

Barnes, S. B. (2006). "A privacy paradox: Social networking in the United States". *First Monday*, 11(9).

Bigas, N. (2014). "El ciberassetjament representa el 25% dels casos de bullying". *Actualitat UOC*. Consultado 8 de enero de 2015 en:

http://www.uoc.edu/portal/ca/sala-de-premsa/actualitat/noticies/2014/noticia_170/ciberassetjament-bullying.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=20131_in_ca_compai_intern_generic&utm_content=Sala+de+premsa.+CAT.+Not%C3%ADcies

Blank, G, Bolsover, G y Dubois, E. (2014). "A New Privacy Paradox: Young people and privacy on social network sites". *Oxford Internet Institute*. University of Oxford. Pew Research Internet Project. Consultado 8 de enero de 2015.

Heussner, K y Fahmy, D. (2010). "Teacher Loses Job After Commenting About Students, Parents on Facebook" *ABC News* (19 agosto 2010). Consultado 12 de enero de 2015 en: <http://abcnews.go.com/Technology/facebook-firing-teacher-loses-job-commenting-students-parents/story?id=11437248>

Madden, M. y Smith A. (2010). "Reputation Management and Social Media". *Pew Research Internet Project*. Consultado 8 de enero de 2015.

Madden, M.; Lenhart, A.; Cortesi, S.; Gasser, U.; Duggan, M.; Smith, A. y Beaton, M. (2013). "Teens, Social Media, and Privacy". *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. Accedido 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>

Madden, M.; Rainie, L.; Zickuhr, K.; Duggan, M. y Smith, A. (2014). "Public Perceptions of Privacy and Security in the Post-Snowden Era". *Pew Research Internet Project*.

Megías, I. y Rodríguez, E. (2014). La tecnología, "lo personal" y lo social. En Sanmartín, A. (coord.). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Rainie, L.; Smith, A.; Scholozman, K.; Brady, H. y Verba, S. (2012). "Social Media and Political Engagement". *Pew Research Internet Project*. Accedido el 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/>

Rainie, L. Kiesler, S.; Kang, R. y Madden, M. (2013). "Anonymity, Privacy, and Security Online. *Pew Research Internet Project*. Accedido el 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2013/09/05/anonymity-privacy-and-security-online/>

Sports Illustrated (26-06-2006). "Blogs, photo sites give everyone a peek at athletes' lives" en: <http://www.si.com>

The Guardian (12-02-2009). "US congressman in row over use of Twitter during Baghdad trip" en: <http://www.theguardian.com/technology/2009/feb/11/twitter-pete-hoekstra-iraq-trip>

The Guardian (21-04-2013). "Paris Brown: no further action to be taken over Twitter comments" en: <http://www.theguardian.com/uk/2013/apr/21/paris-brown-no-action-twitter-comments>

Tosas, G. (2014). "Tendencias en redes sociales para el 2015", *La Vanguardia* (30/12/2014) en: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20141230/54422884530/tendencias-redes-sociales-2015.html#/?numPage=2>

York, J. (2011). "2011 in Review: Internet Freedom in the Wake of Arab Spring". *Electronic Frontier Foundation* (31/11/2011).

11. EL FUTURO NUNCA ESTUVO TAN PRESENTE.

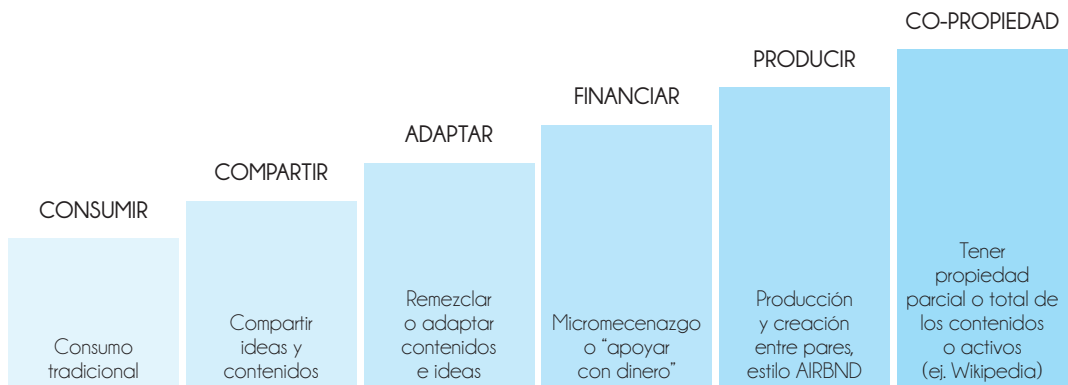
El ciudadano productor y la sociedad colaborativa

A nadie se le escapa que los ciudadanos hemos dejado de ser consumidores para tomar un rol mucho más activo en la producción de bienes y servicios. Emerge el **ciudadano productor**, también llamado prosumidor. Internet y las herramientas digitales cada vez más accesibles han permitido que casi cualquier persona pueda convertirse en un productor de valor en el entorno digital: abriendo un *blog*, subiendo un vídeo en Youtube, editando una entrada de la Wikipedia, participando en un proyecto *software* abierto o simplemente tuiteando sus opiniones.

Estas mismas dinámicas y cultura digital están saltando fuera del espacio puramente digital, dando lugar a lo que hemos venido a llamar **economía colaborativa**: el conjunto de prácticas y modelos económicos basados en **estructuras horizontales, comunidades y recursos compartidos** que están **transformando nuestra manera de vivir, trabajar y crear**.

Esta democratización de la producción de valor ya ha puesto patas arriba muchas industrias. Lo digital e Internet han difuminado las barreras entre lo profesional y lo *amateur* (Sundararajan, 2014). A la vez se han puesto en tela de juicio regulaciones planteadas desde un punto de vista que no tenía en cuenta la existencia de la Red y las capacidades que estos ciudadanos creadores hemos adquirido con Internet.

GRÁFICO 11.1. FORMAS DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA



Fuente: Elaboración propia a partir de <https://hbr.org/2014/12/understanding-new-power> (24/03/2015).

Importante remarcar que los ciudadanos están haciendo todo esto sin pedir permiso ni perdón. Lo hacen porque pueden, porque quieren y porque les beneficia. Además, una vez el ciudadano ha experimentado este nuevo poder, ya no quiere volver a atrás, se siente empoderado. Este nuevo poder (Heimans y Timms, 2014) es como una corriente, como el agua o la electricidad. Está formado por muchos, es abierto, participativo y se distribuye. El objetivo del nuevo poder no es capturarlo y acumularlo sino encauzarlo hacia donde sea más útil.

Los jóvenes son, sin duda alguna, actores principales y motores del cambio que va asociado al uso de este nuevo poder que se materializa en los muchos ejemplos de economía colaborativa. Para simplificar, la economía colaborativa se divide en cuatro grandes bloques (Cañigüeral, 2014; OuiShare, 2014):

- El **consumo colaborativo** es probablemente el bloque más conocido hoy en día. Se trata de aprovechar el poder de Internet y de las redes *peer-to-peer* para reinventar cómo compartir, alquilar, intercambiar o comerciar bienes y servicios. Algunos ejemplos de ellos son: *carsharing* (Avancar, BlueMove, RespiroMadrid), alquiler de coches entre particulares (SocialCar, Getaround, Drivy), compartir trayectos (BlaBlaCar, Carpooling), alquiler/cesión/intercambio de espacios vacacionales entre particulares (Airbnb, Couchsurfing, AlterKeys, MyTwinPlace), recirculación de bienes (Wallapop, SegundaMano), y muchos, muchos más.
- El **Movimiento Maker y la Peer Production** están marcando el comienzo de una nueva revolución industrial (a menudo llamada tercera revolución industrial) en base a la cultura *Do-It-Yourself* (DIY) y la aplicación de los principios del *software* libre a la fabricación. Esto ha sido posible gracias a la democratización de las herramientas de fabricación digital, al desarrollo de espacios creativos compartidos (FabLabs, HackerSpaces, MakerSpaces) y al intercambio de conocimientos e información entre los fabricantes. Para entendernos, se consigue democratizar la producción física, al igual que como he comentado al inicio los *blogs* y las redes sociales han democratizado la publicación de contenidos. Este conjunto de actividades está permitiendo la relocalización de la producción en las ciudades que vuelven a ser centros productivos. Algunos ejemplos son: FabLabs, impresoras 3D, Shapeways, LocalMotors, WikiHouse, Arduino, OpenStructures, OpenDesk, OpenSourceBehives, etc.
- Las **finanzas participativas y el capital distribuido**. Tras experimentar los devastadores efectos de la crisis financiera, los ciudadanos estamos optando por reinventar “el dinero”, parte de sus funciones y la manera en que este se crea y se hace circular. En el fondo, el dinero es, entre otras cosas, un medio de intercambio basado en la confianza entre aquellos que lo usan. En el momento que podemos generar esta confianza entre los miembros de una comunidad por otros mecanismos, podemos empezar a depender menos del dinero y de los bancos. Aquí es donde entran las diversas modalidades de microfinanciación (*crowdfunding*), los préstamos entre personas, el ahorro colaborativo, etc. También se incluyen las monedas sociales y las criptomonedas digitales que crean nuevas formas de intercambio de valor. He aquí algunos ejemplos: Kickstarter, Ulule, Verkami, Goteo, LendingClub, Comunitae, BitCoin, etc.
- El **conocimiento abierto** crea la base para la construcción de sociedades colaborativas y sostenibles mediante la apertura y la democratización de los gobiernos, la ciencia, la educación, la cultura y la economía. El conocimiento abierto representa los cimientos de la economía co-

laborativa y afecta al resto de bloques. La velocidad y el impacto de la economía colaborativa sólo han sido posibles gracias a que muchas de las personas que lideran proyectos emplean prácticas y herramientas abiertas, que permiten a los modelos de la economía colaborativa crecer y distribirse mucho más rápido de lo que lo harían en una economía capitalista tradicional. Al tratarse de bienes inmateriales (ideas, conocimiento, datos, etc.), cuando se comparten, se genera abundancia absoluta de los mismos. Esta aproximación deja completamente fuera de juego a la economía tradicional, basada en la gestión de los recursos escasos. Algunos ejemplos de practicantes del conocimiento abierto son: Licencias Creative Commons, Software libre, Open Source Hardware Association, Open Knowledge Foundation y los movimientos Open Access en general.

Este conjunto de posibilidades de producir valor en la sociedad e intercambiarlo de manera directa entre pares da lugar a estos ciudadanos productores y empoderados. Son millones y con estas comunidades están transformando las ciudades, las organizaciones y la acción civil en todo el mundo con unos efectos que aún no podemos comprender en su globalidad (EBE, 2014).

La proyección de este escenario de presente al futuro es el eje discursivo principal del último libro de Jeremy Rifkin. En 2050 los prosumidores dominan el mundo. Su concepción de la economía, la cultura y las artes como productores y consumidores de manera gratuita, o casi gratuita gracias al coste marginal cero, y sus hábitos de compartir la creación han colonizado la vida de la gran mayoría de habitantes del planeta. Un sistema llamado procomún colaborativo que ha derrocado, de manera casi silenciosa, al capitalismo. Es el retorno al sistema de comunidades colaborativas de la Edad Media, pero ahora vestido de tecnología digital (Rifkin, 2014).

Volviendo al tiempo presente, la economía colaborativa se puede enmarcar como un sistema híbrido entre el capitalismo y el hiperconsumismo del siglo XX y el procomún colaborativo que describe Rifkin para el 2050. En este momento de hibridación algunos tienden a romantizar este cambio y otros tienden a subestimarlos de manera igualmente peligrosa.

“La batalla y el equilibrio entre el poder tradicional y este nuevo poder será el rasgo definitorio de la sociedad y las empresas en los próximos años.” (Heimans, 2014)

11.1. LOS TRES MOTORES DE LA SOCIEDAD COLABORATIVA INHERENTES A LA REALIDAD JUVENIL

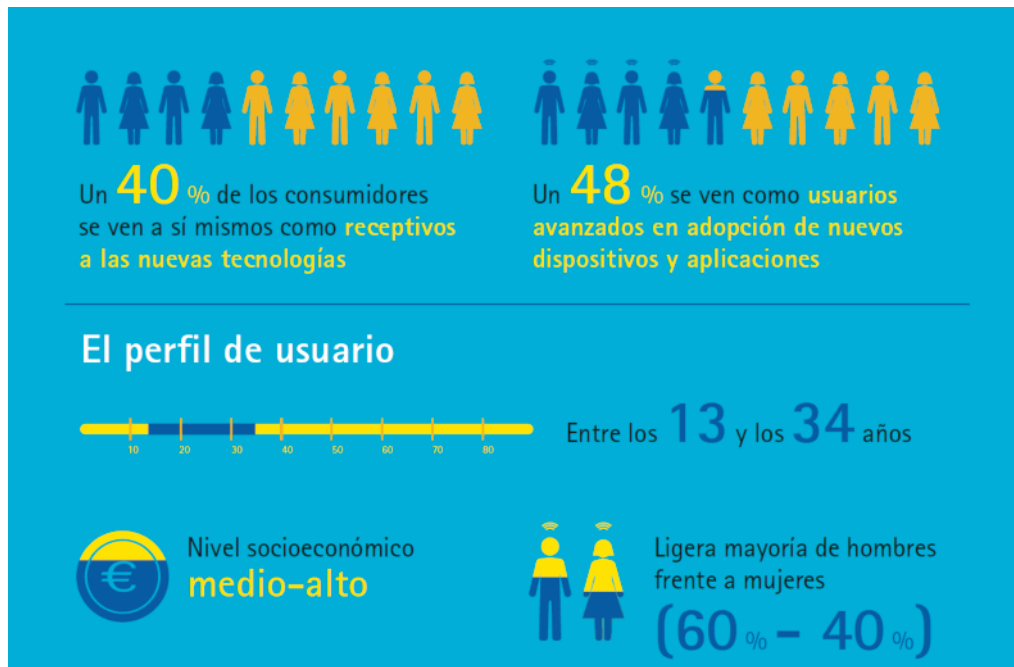
Como describió, aunque fuera medio en broma, Douglas Adams (Adams, 2005), la reacción frente a las nuevas tecnologías e ideas asociadas se puede simplificar en:

- Todo aquello que existe cuando naces te parece normal y ordinario. Forma parte natural de la manera en que el mundo funciona.
- Lo que se inventa entre tus 15 y 35 años te parece excitante y revolucionario. Puedes incluso pensar en desarrollarte profesionalmente en alguno de estos espacios.
- Cualquier cosa que se inventa cuando tienes más de 35 años ya te parece que va contra el orden natural de las cosas.

Bajo este prisma es relevante analizar el encaje de la generación de los jóvenes “millennials”, entendida como la primera generación que llega a la mayoría de edad después del año 2000 (Pew Research Center, 2010) o también conocidos como “generation Y” o “nativos digitales” (Windisch y Medman, 2008). Para estos jóvenes, los tres motores del cambio hacia una sociedad colaborativa (cultura digital + tecnología omnipresente + crisis económica) son simplemente “lo normal” y no entienden que el mundo no funcione ya de manera completamente colaborativa.

Internet y la cultura digital. Es obvio que el mundo ha cambiado gracias a Internet, que ha llevado a la aparición de una cultura propia de los entornos puramente digitales. Los jóvenes han crecido descargando música en vez de comprar CDs y mirando fotos digitales en un portátil en vez de un álbum; el salto a compartir otros productos es más simple para los *millennials* que para las generaciones precedentes de *generation X* y los *baby boomers* (Botsman y Rogers, 2010). Los *millennials* también son más ágiles con la tecnología y están habituados a usar la redes sociales para conectar y compartir detalles de sus vidas con iguales (Pew Research Center, 2010). Todo ello también puede tener influencia en la percepción de la confianza entre desconocidos por parte de esta generación (Pick, 2012).

GRÁFICO 11.2. PERFIL DEL USUARIO DE INTERNET ESPAÑOL



Fuente: <http://www.ametic.es/download/documents/-infografia-2014-p-tendencia-1.pdf> (24/03/2015).

La tecnología omnipresente. Ha habido una evolución tecnológica que nos permite permanecer conectados todo el día y sin necesidad de estar sentados frente a un ordenador. Nos llevamos la cultura digital con nosotros a todas partes. España es uno de los países del mundo con mayor

penetración de este teléfonos móviles inteligentes, un 84% (Accenture y Ametic, 2014). Estos dispositivos permiten un uso de las plataformas muy ágil y, al mismo tiempo, aportan soluciones a temas como la identidad digital, la geolocalización, sistemas de pagos y, en general, una mayor velocidad de respuesta entre los usuarios de estas redes. El hecho de poder apalancarse en el amplio despliegue de teléfonos móviles inteligentes ha sido una de las claves del rápido crecimiento de las plataformas digitales que son la base de la economía colaborativa (Creus, 2014).

La crisis económica y de confianza. Por supuesto, la crisis económica ha dado mayor velocidad a los cambios que ya estaban en marcha. Las crisis siempre han empujado a la gente a espabillarse, a agudizar el ingenio, a buscar otros caminos y a aprovechar las oportunidades para reducir sus gastos y/o generar ingresos extras. Además, la crisis ha destruido la confianza que se había depositado en gobiernos, partidos políticos y grandes empresas (Khodyakov, 2007; Newton, 2001). También hay que destacar la correlación que existe entre la confianza y las desigualdades económicas en una sociedad (Uslaner, 2000). La ciudadanía ha visto en la economía colaborativa una manera de unirse, autoorganizarse y de poder confiar más los unos con los otros. Estas plataformas, especialmente las de consumo colaborativo, se han convertido en un mecanismo de redistribución directa de la confianza entre los ciudadanos.

11.2. LOS MILLENNIALS EMPODERADOS, EL FUTURO DEL TRABAJO Y LA POLÍTICA DEL RENACIMIENTO EN RED

Los millennials y la economía colaborativa

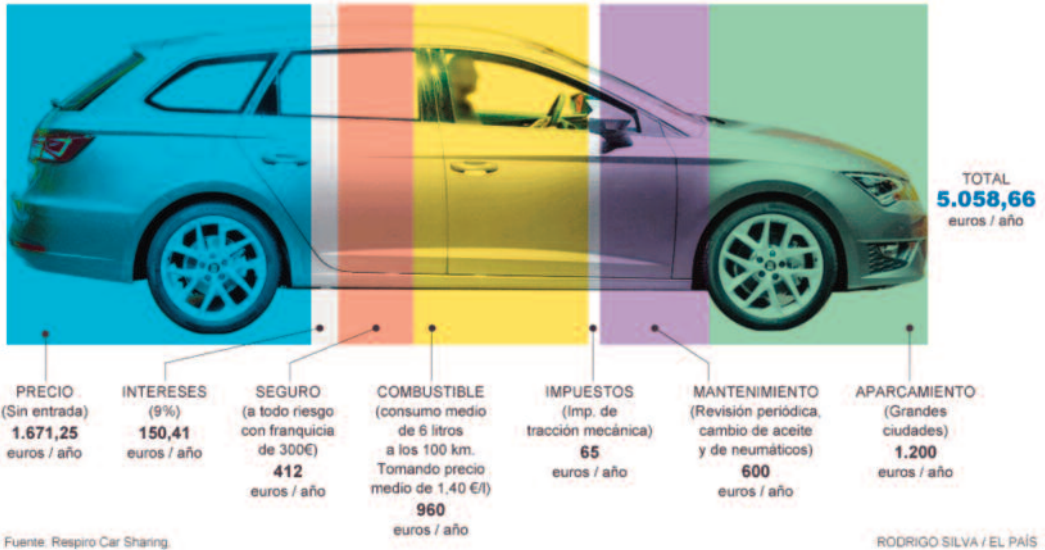
Los *millennials* están adoptando la idea del acceso frente a la propiedad. “Desde que esta generación ya no se define principalmente por lo que posee, sino por lo que le gusta y los grupos a los que pertenece, se está acelerando una actitud de alejarse del consumismo y hacia el intercambio.” (Gansky, 2010:71)

Los investigadores, así como los perfiles presentes en las plataformas y las opiniones en *blogs* apuntan que la mayor parte de la gente que participa en la economía colaborativa son *millennials* con un buen nivel educativo (Campbel-Mithun, 2012; Glind, 2013; Ipsos Public Affairs, 2013; Makonen 2013). Markus Barnikel, CEO de Carpooling.com, cree que la economía colaborativa se expandirá más allá del círculo elitista actual: “Cuando me encontré con los tres co-fundadores de Carpooling.com tuve el mismo sentimiento que cuando me uní a Yahoo en 1999. En esos momentos la gente decía: ‘Internet es sólo una moda pasajera, para las elites urbanas, la gente no lo usará.’ Hoy oigo lo mismo acerca del consumo colaborativo y creo que la historia se repetirá.” (Ouishare, 2013)

¿Pero cuántos son? A estos jóvenes que ven el mundo a través de una gafas colaborativas no les interesa comprarse un coche. En Madrid, el 58% de los jóvenes (18-25 años) prefieren tener un *smartphone* que disponer de un coche (BlueMove, 2013) Ellos ya saben que pueden moverse gracias al *carsharing* urbano y a las aplicaciones de taxi y de compartir trayectos en coche desde sus teléfonos móviles. Saben que un coche está estacionado 23 horas al día de media y cuesta 5000€/año mantenerlo (Respiro, 2014). En 2010, los adultos americanos de entre 21 y 34 años

compraron sólo el 27% de los coches nuevos, una cifra mucho menor que el 38% en 1985. El número de adolescentes con carnet de conducir también se redujo un 28% entre 1998 y 2008 (Thompson y Weissmann, 2012).

GRÁFICO 11.3. EL COSTE DE TENER UN COCHE



Fuente: http://elpais.com/elpais/2014/11/21/media/1416597831_091886.html (24/03/2015).

Los bancos y la finanzas en general tampoco están a salvo. El 53% jóvenes no entiende la necesidad de los bancos y los ve todos iguales, el 33% incluso cree que no va a necesitar nunca un banco (Millennials Disruption Index, 2014). Ellos ya tienen otras maneras para financiarse y sacar proyectos adelante. El 41% de los jóvenes entre 16-34 años ya han dado dinero en un *crowd-funding* o piensa hacerlo en el próximo año (Havas, 2014). El 43% de estos mismos jóvenes piensa en el precio de venta de segunda mano cuando compra alguna cosa nueva (Havas, 2014). También han aprendido, en videojuegos por ejemplo, que no todos los intercambios tienen que hacerse con la moneda de curso legal. “En el fondo el dinero es una manera muy primitiva de condicionar las relaciones entre las personas.” (Pavlik, 2013)

Los expertos también apuntan que jóvenes del futuro no necesitarán de universidades en el sentido tradicional ni de un *curriculum* cerrado: se autoeducarán, aprenderán en grupo aquello que necesiten y luego compartirán sus aprendizajes con el mundo de manera abierta (EIDiario, 2014). En el fondo, si aprendes a programar gracias al código abierto, Arduino por ejemplo, acabas compartiendo tus conocimientos en código abierto también de manera natural.

Aun con todas estas cifras de adopción, el nivel de conocimiento de la economía colaborativa sigue siendo bajo. Un par de datos: sólo un 18% de los jóvenes entre 25 y 40 años conoce el concepto de “*car-sharing*” (BlueMove, 2013) y únicamente un 10,5% de los internautas españoles dice saber lo que es economía colaborativa o consumo colaborativo (TwoMuch, 2014).

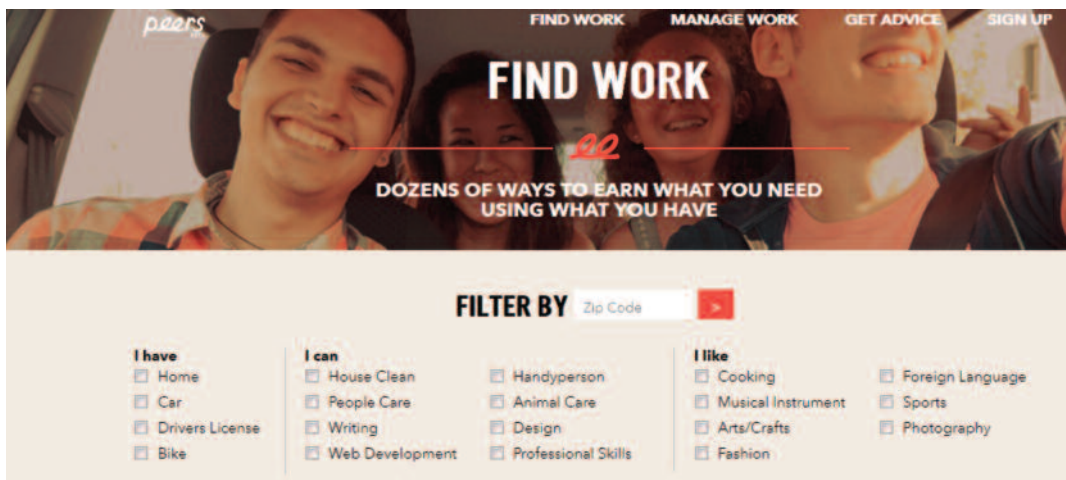
El futuro del trabajo: tendrás 7 trabajos a la vez

A nivel laboral, la sociedad colaborativa resulta difícil de comprender. Los jóvenes, a quienes se ha formado y educado para ser profesionales en una empresa tradicional, sufren una sensación de desconcierto e incertidumbre. A nivel laboral no tienen referentes válidos en la generación anterior. Sus padres han desarrollado su carrera profesional en otro entorno completamente distinto al actual.

Como describe Thomas W. Malone del MIT: "Mi padre tuvo un trabajo toda su vida, yo tendré 7 trabajos y mis hijos tendrán 7 trabajos a la vez" (Malone, 2004). Yo me atrevo a decir 7 "fuentes de ingresos a la vez" y no tanto "trabajos". El paso de una sociedad industrial centrada en el trabajo de ocho horas al día, a una sociedad colaborativa, exige adecuar el contexto y las expectativas laborales y de generación de ingresos a este ciudadano creador.

Los jóvenes deberán generar sus rentas a base de ofrecer aquello que tienen y que saben (¡y les gusta!) hacer en diversos "trabajos". También se normalizará el hecho de cubrir necesidades (bienes y servicios) mediante mecanismos como el trueque o el intercambio.

GRÁFICO 11.4. PLATAFORMA DE AUTO-TRABAJO Y EMPRENDIMIENTO



Fuente: <http://www.peers.org/find-work/> (24/03/2015).

Para que la situación no derive en una mayor precarización del trabajo y en una pérdida de los derechos laborales adquiridos, ya hay quien defiende la necesidad de promover una renta básica, por lo que las rentas del trabajo serían un complemento (Jourdan, 2012). También se están creando redes de soporte para estos nuevos trabajadores, como por ejemplo Peers.org (Shareable, 2014).

Los jóvenes viven una época muy complicada y con muchas incertidumbres, pero a la vez son una generación muy afortunada porque todo está por crear. Van a ser ellos quienes lo van a crear a la medida de sus necesidades e incluyendo en las soluciones todos los beneficios de una economía digital, abierta y colaborativa (Léonard, 2014).

La política vista desde el renacimiento en red

En este contexto, ¿para qué necesitan a la política tradicional y los partidos políticos al uso estos jóvenes? Se saben empoderados y saben que no es necesario tomar el poder en un sentido tradicional para impulsar cambios sociales profundos, sólo es cuestión de organizarse a través de las redes y crear comunidades de personas afines. De nuevo lo hacen sin pedir ni permiso ni perdón.

Dentro de la lógica de organizarse a través de las redes y crear comunidades de personas afines, aparece la red internacional OuiShare, de la cual formo parte coordinando las actividades en los países de habla hispana. Los 4 cofundadores de OuiShare tienen menos de 30 años, se conocieron gracias a un *blog* y el uso de un *hashtag* Twitter. La red creada formalmente en 2012 y constituida por gente apasionada a la vez que crítica con la economía colaborativa, se ha convertido en muy poco tiempo en uno de los *think tanks* de referencia a nivel mundial acerca de la sociedad colaborativa. Sin tener, ni pretender, un formato de partido político tradicional, la actividad de OuiShare está tomando cada día mayor presencia en los ámbitos políticos de países como Francia y España.

A nivel de la política tradicional es muy interesante ver cómo las ideas que subyacen a la economía colaborativa atraen tanto a gente de izquierdas, ya que se empodera a los ciudadanos y se promueve una economía más horizontal y descentralizada, como a gente más de derechas, ya que se reduce el rol de las administraciones y se ensalza el poder del individuo emprendedor. Esto es una prueba de que la división de las esferas políticas en términos de izquierdas y derechas ya no encaja en la economía colaborativa, que necesita de algo más en términos de abierto-cerrado o empoderador-concentrador orientando a la generación de abundancia (Cañiguera, 2014).

Las innovaciones planteadas por la economía colaborativa generan tensiones evidentes con el sistema legal actual (Ferrer, 2014). Desde OuiShare mantenemos una posición independiente y crítica respecto a estos debates. Identificamos, estudiamos y hacemos propuestas en las áreas de tensión sugiriendo mejoras: simplificar el pago de impuestos para el ciudadano creador, necesidad de licencias vs. capacidad de autorregulación, toma de responsabilidad y seguros por parte de las plataformas, modelos más cooperativistas de propiedad de las plataformas que faciliten un mejor reparto del valor generado, garantizar las condiciones laborales de los productores, alertar del riesgo de concentración de poder en unas pocas plataformas, etc. (Ouki, 2014).

Destacar finalmente que la eclosión de la economía colaborativa se enmarca, en casi todos los casos, dentro de una actitud constructiva y propositiva. No es una revolución destructiva en un sentido tradicional. No hay enemigo, no se actúa contra nadie ni contra nada (Cutiérrez, 2014).

- Los Creative Commons y las licencias abiertas no se han creado contra el *copyright* ni las patentes que siguen existiendo para quien quiera usarlas.
- La Wikipedia no se creó para destruir la *Enciclopedia Británica*. Simplemente se demostró que una solución distribuida y co-creada es más eficiente que una centralizado y jerárquica.
- Tampoco BlaBlaCar se ha creado para eliminar los trenes o los autobuses, ni Airbnb para eliminar a los hoteles, ni el *crowdfunding* en contra de los bancos.

Siguiendo los consejos de Richard Buckminster Fullersh: “No intentes cambiar un sistema, construye uno nuevo que haga que el anterior se vuelva obsoleto.”

En los últimos meses se ha abierto un interesante debate acerca de la profundidad de la transformación social que ejerce la economía colaborativa. “La sociedad necesita una nueva narrativa acerca del mundo y esta narrativa tiene que ser diferente de la que nos ofrece Uber” comenta Antonin Leónard (Schneider, 2014). Se discute acerca de: la propiedad de las plataformas por parte de los usuarios, el uso del *cryptoequity*, una gobernanza abierta y contribuciones líquidas, organizaciones autónomas descentralizadas basadas en *blockchain*, de la generación y gestión P2P del procomún, etc. (Schneider, 2014; Sharon, 2014).

En resumen, se van añadiendo opciones que no existían y que complementan la oferta actual en todos los frentes mediante innovaciones socio-económicas de base tecnológica. Propuestas colaborativas que describen un renacimiento en red. Como todo renacimiento dibuja un horizonte difuso, incompleto e inconcreto pero a la vez mucho más inspirador para los jóvenes que las propuestas sociales, económicas y políticas de antaño.

11.3. CONCLUSIONES

La economía colaborativa es una realidad que apunta al procomún colaborativo descrito por Rifkin. Actualmente está liderada por jóvenes adultos, en su mayoría bien educados y con amplia cultura digital. Aunque los *millennials* no llegarán a ser una generación “post-coche” y “post-posesión”, sí que están demostrando ser una generación “menos-coche” y “menos-posesión”.

Estos principios de estructuras horizontales y creación de comunidades se han hecho visibles sobre todo en el ámbito del consumo, pero los mismos principios también son presentes en los ámbitos de la producción de bienes, del conocimiento, de las finanzas, del trabajo y de la política. La economía colaborativa, en su forma actual usando antiguas formas de empresa centralizadas y de capital inversor externo, genera tensiones con algunos de los colectivos más avanzados que piden no perder la oportunidad de una mayor transformación.

Estos jóvenes saben construir y usar el “nuevo poder” para seguir empujando hacia la construcción de la sociedad colaborativa. Con el ciudadano creador en el centro y nuevas herramientas legales y empresariales.

Todo esto puede requerir de algunos ajustes difíciles para la economía y la sociedad en los próximos años.

BIBLIOGRAFÍA

- Accenture y Ametic (2014). *2014 Digital Consumer Survey España*.
http://www.ametic.es/download/documents/EstudioCompleto_DEFINITIVO.pdf
- Adams, D. (2005). *The Salmon of Doubt: Hitchhiking the Galaxy One Last Time*. New York: Del Rey.
- BlueMove (2013). *Los jóvenes madrileños prefieren Internet a tener coche*. <http://www.consumocolaborativo.com/2013/07/24/los-jovenes-madrilenos-prefieren-internet-a-tener-coche/>
- Botsman, R. y Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. London: HarperCollinsPublishers.
- Campbell-Mithun (2012). *National study quantifies reality of the 'sharing economy' movement*.
http://www.campbell-mithun.com/678_national-study-quantifies-reality-of-the-sharing-economy-movement
- Cañigual, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta.
- Creus, J. (2014). *Pentagrowth, las cinco palancas del crecimiento acelerado*.
<http://ideasforchange.com/wp-content/uploads/2014/05/Fastread6pager-1.pdf>
- EBE (2014). *Más allá de la economía colaborativa*.
<http://www.sliideshare.net/OuiShare/ms-all-de-la-economia-colaborativa-ebe14>
- El Diario (2014). *La educación en 2030*.
http://www.eldiario.es/sociedad/escuela-diferente_0_328617413.html
- Ferrer, M. (2014). *6 retos legales para la economía colaborativa*.
<http://ecolaborativa.com/2014/05/06/6-retos-legales-para-la-economia-colaborativa/>
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: why the future of business is sharing*. New York: Penguin Group.
- Glind, P.B. van de (2013). *The consumer potential of Collaborative Consumption: Motives of Dutch collaborative consumers*.
- Cutiérrez, B. (2014). *It Is Not a Revolution, It Is a New Networked Renaissance*.
<http://occupywallst.org/article/theory-thursday-it-not-revolution-it-new-networked/>
- Havas (2014). *The new consumer and the sharing economy*.
http://www.prosumer-report.com/blog/wp-content/uploads/downloads/2014/05/Prosumer_18_interactive_single.pdf
- Heimans, J. y Timms, H. (2014). "Understanding 'new power'". *Harvard Business Review*, Diciembre 2014: <http://hbr.org/2014/12/understanding-new-power>
- Ipsos Public Affairs (2013). *Ipsos poll conducted April 16 - 19, 2013 on what fuels the sharing economy*. <http://www.ipsosPublicAffairs-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=6116>
- Jourdan, S. (2012). *The collaborative economy is destroying jobs. What is next?*
<http://magazine.ouishare.net/2012/10/collaborative-economy-destroying-jobs-whats-next/>

- Khodyakov, D. (2007). "Trust as a process: A three-dimensional approach". *Sociology*, 1(4): 115-132.
- Léonard, A. (2014). *Valores y principios funcionan mejor que reglas y títulos*. <http://es.forumimpulsa.org/2014/forum-impulsa-2014/videos/299-antonin-leonard-valores-y-principios-funcionan-mejor-que-reglas-y-titulos/>
- Mallone, T. W. (2004). *The future of work*. Boston: Harvard Business School Press.
- Millennials Disruption Index (2014). <http://www.millennialdisruptionindex.com/>
- Newton, K. (2001). "Trust, social capital, civil society, and democracy". *International Political Science Review*, 2(22), 201-214. doi: 10.1177/0192512101222004
- Makkonen, J. (2013). *Is the collaborative economy only for the privileged?* <http://ouishare.net/2013/03/is-the-collaborative-economy-only-for-the-privileged/>
- Ouiki (2014). *About OuiShare - Our 10 values* (http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=About_OuiShare#Our_10_Values) y *OuiShare Public Policy and Advocacy* (http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=OuiShare_Public_Policy_and_Advocacy)
- OuiShare (2013). *Collaborative Consumption is still an elite movement. We need to break that*. <http://ouishare.net/2013/02/markus-barnikel-carpooling-mobility-collaborative-consumption/>
- OuiShare (2014). *About the collaborative economy*. http://www.ouishare.net/en/about/collaborative_economy
- Pavlik, E. (2013). *Renuncio al dinero*. <http://www.yorokobues/moneyless/>
- Pew Research Center (2010). *Millennials: a portrait of generation next*. www.pewresearch.org/millennial
- Pick F. (2012). *Building Trust in Peer-to-Peer Marketplaces: An Empirical Analysis of Trust Systems for the Sharing Economy*. Zeppelin University
- Respiro (2014). *El gasto de tener un coche*. http://elpais.com/elpais/2014/11/21/media/1416597831_091886.html
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Madrid: Paidós.
- Schneider, N. (2014). *Owning is the new sharing*. <http://www.shareable.net/blog/owning-is-the-new-sharing>
- Shareable (2014). *Interview to Shelby Clark*. <http://www.shareable.net/blog/the-new-peers-a-qa-with-shelby-clark>
- Sharon (2014). *Transactional Sharing, Transformational Sharing*. <http://www.shareadelaide.com/transactional-sharing-transformational-sharing>
- Sundararajan, A. (2014). *The Sharing Economy. The Diane Rehm Show*. <http://thedianerehmshow.org/shows/2014-07-02/sharing-economy>

Thomson D. y Weissmann, J. (2012). *The Cheapest Generation*. http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/09/the-cheapest-generation/309060/?single_page=true

TwoMuch (2014). *Relevancia de la economía colaborativa en la opinión pública española*. <http://www.slideshare.net/twomuchrs/economia-colaborativaopinionpublicaespa>

Uslaner, E. M. (2000). "Producing and consuming trust". *Political Science Quarterly*, 4(115): 569-590.

Windisch, E. y Medman, N. (2008). "Understanding the digital natives". *Ericsson Business Review*: 36-39.

V. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En este apartado de conclusiones presentamos algunas ideas que emergen de las diversas aportaciones compiladas en esta publicación. Queremos subrayar elementos transversales que nos parecen especialmente relevantes. Estos elementos nos van a permitir sintetizar las ideas fuerza que relacionan lo hasta aquí presentado. A su vez, funcionan a modo de agenda de investigación, abriendo nuevas preguntas que creemos marcan una ruta interesante para seguir entendiendo mejor estos procesos vivos que ya están marcando el presente de la política y sin duda marcarán su futuro.

DE LA REPRESENTACIÓN A LA APROPIACIÓN

Si algo queda patente en la mayoría de casos que se analizan en el cuerpo de esta publicación es una concepción de la democracia que va más allá de su conceptualización estrictamente electoral e institucional. Democracia como expresión de valores como justicia o igualdad. Como expresión del poder para ejercer nuestra capacidad compartida de decidir más allá del sistema institucional y de partidos. En síntesis, que aquello a lo que se denomina democracia ya no significa simplemente votar cada cuatro años, escoger entre distintas opciones políticas y que quienes están en la oposición puedan llegar a formar gobierno. Por tanto, cuando nos referimos a esta visión no limitada, más expandida de democracia, lo hacemos pensando, por ejemplo, en procesos de autogobierno y tutela legítima sobre el poder, en exigencias de bienestar y justicia social o en instituciones transparentes de garantía y control. Se refiere también, a valores compartidos y prácticas directas de gestión de lo común, procesos de deliberación permanentes en todas las escalas de gobierno e instrumentos para rediseñar normas que se adapten a nuevos procesos sociales. En definitiva, un conjunto de aspiraciones y articulaciones institucionales que han ido pasando a formar parte de aquello socialmente reconocido como democrático. Ese “sentido común” (o concepción compartida) respecto a qué es la democracia, ya sea en la búsqueda de su entera expresión en la esfera institucional o a través de prácticas colaborativas que toman la Red como base de su desarrollo, entendemos que está latente en todos los casos presentados. De hecho, podríamos afirmar que la propia concepción de “poder distribuido” que está muy presente en la configuración en red de Internet, proyecta su lógica múltiple, plural y de ecosistema distribuido a la configuración política y democrática que hemos ido encontrando.

En las movilizaciones del ciclo 15-M se vió ya esa fractura o escenario de quiebra en relación al paradigma institucional que encarnaba la democracia electoral-representativa (Equipo ICOPnet, 2014). Una perspectiva crítica que provenía de una larga trayectoria de desafección y desconfianza social que encuentra en el sistema de participación electoral un modelo incapaz de responder a las múltiples demandas sociales (Della Porta, 2005). Por otro lado, la sociedad cambia en la medida que cambian los formatos productivos, los ciclos de vida, las dinámicas familiares, las relaciones conocimiento-práctica, o el acceso a todo tipo de información con una gran re-

ducción de los costes de transacción (Benkler, 2015). Una sociedad con conocimiento más amplio y distribuido, más diversificada, con menor necesidad de pasar a través de las intermediaciones existentes y al mismo tiempo más consciente de sus necesidades y potencialidades, no puede dejar de poner en cuestión un sistema político pensado desde otras claves y desde otros paradigmas. De ese nuevo escenario social y desde esa perspectiva crítica provienen los ensayos, experiencias y prácticas que apuntan hacia una democracia de la apropiación. Basada en procesos de implicación colectiva y personal en los asuntos públicos, tratando así de corregir, compensar y modificar la separación tradicional entre gobernantes y gobernados que está en la base de la democracia representativa. Esa apropiación de la política, implica su extensión más allá de lo estrictamente electoral-institucional, y su engarce con mecanismos de control y orientación del poder que vayan más allá de la mera transmisión de mandato o delegación. Una democracia entendida como forma de vida (Rosanvallon, 2008; Ogien-Laugier, 2014).

Tras el ciclo 15-M, entramos en una nueva fase donde el espacio democrático se amplía, con propuestas y prácticas anunciadas como “nueva política” que empiezan a surgir y que, o bien tienen un pie en el espacio electoral o directamente prometen rebasar o ser desbordadas por la reclamación ciudadana de una “democracia desde abajo”. En algunos casos aquí analizados, este proceso se canaliza a través de la “entrada en las instituciones” (Guanyem, Podemos, Red Ciudadana Partido X) o busca tener un efecto directo sobre grandes decisiones que afectan al conjunto de la población (ANC). Estas prácticas se articulan con una demanda que ya venía formulándose y que podríamos resumir así: pasar de un proceso *destituyente* (de protesta y denuncia) a un proceso *constituyente* (de “ocupar” las instituciones). Es esta fase *constituyente* la que en parte explica el paso de un ciclo pre15-M más movimentista hacia un ciclo post15-M con mayor contenido electoral. La hipótesis *constituyente* baraja diversas interpretaciones. No hay una sola hoja de ruta ni un único dispositivo político que lidere ese deseo. Un proceso *constituyente* es algo más concreto si sólo se piensa en términos jurídicos (hacer una nueva constitución), pero acoge otros significados más variados y abiertos en la manera en que diferentes opciones políticas actuales lo sitúan como un horizonte ausplicable (Pisarello, 2014). Por ello, la hipótesis *constituyente* toma forma en expresiones políticas diferentes, que bien pueden pensarse como experimentos de un mismo sentir social o como apuestas políticas cuya posible articulación conjunta está pendiente de un proceso de onda larga que no ha hecho más que empezar.

A su vez, además de estas respuestas que buscan organizarse políticamente para impactar directamente sobre las instituciones estatales, ampliar la democracia y promover un proceso *constituyente*, encontramos modalidades de acción colectiva que toman otras formas organizativas. Prácticas que se han ido enmarcando bajo objetivos menos institucionales (no por ello menos políticos), pero con igual voluntad de incidir en dinámicas de *apropiación* del poder. En este sentido, la economía colaborativa o la producción colectiva de memes en la Red, si bien no dibujan una esfera homogénea ni estrictamente política y unidireccional en sus objetivos, muestran modos de hacer, intercambiar y relacionarse que no encajan ni en los patrones garantizados institucionalmente ni tampoco en el paraguas *constituyente*. En estos casos, entendemos que no se tiene como objetivo prioritario dar expresión legislativa al conjunto de demandas sociales dentro de las propias instituciones, sino llevar a la práctica ciudadana o social esos modos de hacer. El *hacer* por encima del *pedir* o incluso del *exigir*, es propio de estas formas de acción colectiva

que se expresa en modos de intercambio o colaboración que la red facilita (Castells, 2009). Se retoma así una idea de movimiento social que busca tener impactos culturales y efectos concretos en el modelo productivo (Melucci, 1996). En algunos casos, estas prácticas pueden tensar el espacio reglamentado institucionalmente, marcar los temas ya existentes en la agenda política o incluso introducir nuevos temas de forma inesperada. En este sentido, podríamos citar un conjunto de casos que transitan entre legalidad y legitimidad, tensionando sus equilibrios: encaje institucional de Cataluña, reconsideración o impago de la deuda “ilegítima”, funcionamiento de la justicia; pero también ejemplos más concretos de la forma de funcionar de los servicios públicos: atención sanitaria a inmigrantes sin papeles, escraches contra desahucios, resistencia de trabajadores sociales frente a recortes, etc. Y en otro nivel, más innovador, casos como el surgimiento de criptomonedas fuera del alcance de la regulación estatal, formas autogestionadas de financiación como el *crowdfunding* al margen del sector financiero, formas de difusión de la información que escapan al control estatal y corporativo o el desarrollo de iniciativas tecnológicas que facilitan la toma de decisiones de forma colectiva y promueven el control democrático. Todos ellos son, de alguna manera, ejemplos de esa reapropiación social de la idea de democracia, más allá o al lado de los formatos más institucionales y “políticos” tradicionales (“politics as usual”).

La aparición de concepciones democráticas más amplias, más incardinadas en la cotidianeidad, así como la búsqueda de impactos que van más allá del terreno político institucional, al impacto cultural o económico, son aspectos que ya estaban presentes de alguna manera en los movimientos sociales desde los años sesenta. Lo que parece constituir una novedad es la dimensión y capacidad de ambos tipos de impacto. Hasta el punto de tratarse no sólo de un incremento cuantitativo respecto a la movilización propia de finales del siglo XX, sino un cambio claramente cualitativo. La aceleración, expansión y cotidianidad de estos formatos de movilización social parece abrir las puertas a un proceso de cambio institucional en cierta medida rupturista, que al menos en el entorno español, no se había dado desde la transición de los setenta.

Más allá de estas diferencias, hay un punto importante que nos atrevemos a destacar y que deriva de esa concepción de “hacer”. El vínculo común que puede rastrearse en todos estos casos es —desde nuestro punto de vista— el intento de defender, empujar o directamente tratar de practicar lo que antes calificábamos como “democracia de la apropiación” frente a la percibida como insuficiente “democracia de la identificación” (representación, delegación). Es quizás pronto para poder determinar que esa es ya una tendencia consolidada. Se trata más bien de una percepción que puede derivarse de la investigación realizada y que deberá irse contrastando en los próximos años. De profundizarse en esa línea, será en ese espacio donde las formas políticas más convencionales y, de manera más amplia, los procesos de acción colectiva que tienen incidencia en asuntos comunes, pueden ir confluyendo hacia un escenario de “democracia real ya”.

Una línea de análisis que podría seguirse en el futuro, al ir profundizando en los impactos que Internet y sus consecuencias generan en el escenario político, sería ver hasta qué punto el eje tradicional de clivaje ideológico izquierda-derecha, propio de la sociedad industrial, va viéndose superado/complementado por otras líneas de conflicto, algunas ya evidentes y propias de lo que algunos denominan postmaterialismo (ambientalismo, género, diversidad, etc.) otras surgidas de las carencias de respuesta institucional que vienen observándose. Así, por ejemplo, podremos

ir comprobando si las dinámicas emergentes de acción social-comunitaria que buscan respuestas autónomas al margen o junto a las instituciones, van consolidándose. O si van fortaleciéndose dinámicas de lo común, de la acción colaborativa, que buscan alternativas más allá de las relaciones instituciones-derechos individuales que fueron características de los estados de bienestar en su etapa de esplendor (1945-75).

INTERNET COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN, INTERNET COMO SUSTRATO Y CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN

El impacto de Internet en los formatos de organización política, tanto tradicionales como aquellos que se presentan como innovadores, ha sido un tema al que hemos dedicado especial atención. Consideramos que es precisamente en las vías para intentar tener incidencia sobre frecuentes bloqueos institucionales —ya sean aquellos que tienen que ver con formas de relación o de intercambio como aquellos más vinculados a la garantía de derechos— donde entendíamos que la Red podía tener un papel importante a la hora de organizar la acción colectiva. Como señalan los trabajos centrados en analizar las organizaciones políticas convencionales (OPC) y las organizaciones políticas no convencionales (OPNC) esa relación o uso de la Red toma un carácter muy diferente debido a diversos factores. Lo que resulta más evidente es que, en el caso de las organizaciones políticas que hemos denominado como convencionales, sus interrelaciones con Internet han ido pasando de puramente instrumentales a entender que era necesario asumir de alguna forma su sustrato más profundamente transformador, con las profundas tensiones (internas y de liderazgo) que ello conlleva. En cambio, en las OPNC, surgidas en el contexto previo y posterior al 15-M, la presencia, el uso, la imbricación con Internet es, por así decirlo, natural.

En el trabajo de investigación previo a este proyecto (Equipo IGOPnet, 2014), distinguíamos procesos y espacios organizativos que entendían la Red como una herramienta capaz de mejorar u optimizar formas institucionales ya existentes. Este enfoque de lógica estrictamente incrementalista, buscaría ir mejorando paulatinamente una estructura organizativa o un sistema institucional concreto a través de las herramientas y posibilidades que la Red ofrece. En este sentido, la capacidad de modificación o transformación de los procesos decisionales y organizativos internos es más bien pequeña, ya que la innovación se circunscribe a los espacios más estrictos de comunicación y difusión hacia el exterior de la organización. En cambio, también apuntábamos nuevas experiencias políticas y organizativas donde la Red no se entendía ni se usaba como mero instrumento, sino que se actuaba desde el espacio y las reglas que la propia red facilita. Nuestra hipótesis era entonces que de esas prácticas podría ir surgiendo una nueva institucionalidad. La Red no se limitaría a ser una nueva herramienta para mejorar la política que ya se estaba haciendo, sino una forma distinta de hacer política. La Red sería pues un espacio que condicionaría, prefiguraría y potenciaría nuevas formas de acción y decisión colectiva.

En el trabajo de investigación y contraste que hemos realizado y que aquí resumimos, hemos contrastado y confirmado esas primeras hipótesis. Pero también se observan cambios en las OPC que apuntan a que muy difícilmente podrán driblar todos los impactos que Internet genera en sus formas de operar y decidir. Ni esas organizaciones ni sus componentes pueden quedar al margen

de un proceso de transformación que no distingue fronteras ni espacios acotados. Lo cierto es que no se puede sólo comunicar con Internet sin que las dinámicas internas sean contaminadas y colonizadas por esa sacudida tecnológica y relacional.

En sentido inverso, en las OPNC, que “genéticamente” han nacido y se han estructurado con los nuevos miembros de la Red, puede observarse que en la medida en que crece su dimensión, su capacidad de atracción social y su potencial institucional, aparecen tics y dinámicas que recuerdan a los formatos de acción política más convencionales. Entendemos que ello no es un síntoma que conduzca irremediablemente a volver al “politics as usual”, sino que forma parte de procesos de acomodación no del todo asentados. La idea de la política como una práctica y una acción cada vez más compartida, abierta y colaborativa, avanzará en la medida en que avancen esas mismas pautas en los espacios productivos, sociales y culturales que Internet potencia y posibilita. Es importante señalar, en este sentido, que probablemente estamos en pleno proceso de hibridación entre “lo antiguo” y “lo nuevo”, “lo que decae” y “lo que emerge”. Pero en el fondo, lo significativo es que el proceso de cambio de época, de alteración de los formatos relacionales y vitales que Internet provoca, van resquebrajando y modificando las formas y las dinámicas políticas que habían ido conformándose a lo largo del siglo XX.

En efecto, no cabe duda que el impacto de estas transformaciones no sólo ha provocado la aparición de partidos nuevos, sino que también se están produciendo cambios significativos en los partidos convencionales. Y algunos de estos cambios son visibles, si tenemos en cuenta la proliferación de elecciones primarias de candidatos y equipos de gobierno, el énfasis en la transparencia o la voluntad más o menos implementada de renovación generacional de los liderazgos.

Como ya anticipábamos, los análisis que hemos hecho sobre organizaciones concretas, ponen de relieve la aparición de esos espacios híbridos. Espacio en los que se mezcla los formatos de partido con los de plataforma ciudadana, movimiento social, *think-tank*, espacios de denuncia o de especialización temática, y todo ello aprovechando tecnologías que lo permiten y procesos de identificación múltiple, muy alejados de las pautas de identificación monolítica y exclusiva característica de la militancia partidista en la sociedad industrial. La Red Ciudadana Partido X es quizás la experiencia que de manera más genuina ha tratado de relacionar red y organización desde una lógica de expertise en su núcleo y transparencia en sus formatos comunicativos. Podemos ha sido capaz de aprovechar la potencia de su trabajo multicapa, combinando formatos y multiplicando líneas de comunicación. Su hibridez y su heterodoxia les ha permitido llegar a grupos y personas muy distintas, sin dejar de usar la Red en todas sus variantes. Guanyem es un ejemplo de mezcla de espacio movimentista con capacidad para usar la Red, armando una estructura que compita en el escenario electoral con perfiles propios. La ANC se sitúa en un espacio en el que la Red es instrumento y palanca, más que ser pensada como algo específico o que marca un terreno propio.

En todos estos casos, es evidente que la combinación de productor-consumidor y la reducción de los costes de acceso que la Red permite a la hora de difundir informaciones y denuncias, interactuar y movilizar, ha hecho que hayan podido emerger nuevas reivindicaciones y espacios organizativos que no sólo tratan de incidir o resistir a las dinámicas institucionales, sino también autorganizarse en formatos de construcción alternativa o disidente. Horizontalidad, multipertenencia,

cia, espacios o momentos de latencia son asimismo aspectos que hemos ido poniendo de relieve y que enriquecen la perspectiva que ofrecemos sobre este plural y diversificado escenario político. Los partidos, al menos en sus presentaciones más tradicionales, son menos necesarios y la manera como se relacionaban con la sociedad está notablemente en cuestión.

Probablemente, el tema de la representación y la crisis de sus formatos más liberal-representativos será uno de los aspectos centrales a analizar en los próximos años como demuestran distintos trabajos teóricos que enriquecen y polemizan con la obra seminal de Hanna Pitkin (Pitkin, 2014; McCormick, 2011; Syntomer, 2013; Rosanvallon, 2009). En efecto, ello conlleva el debate sobre los espacios y límites de la democracia directa, el debate sobre la tensión pluralidad-eficacia de la adscripción partidaria, o el propio valor añadido de la organización y sus estilos de liderazgo en los nuevos espacios de interacción que la Red permite y que puede ir ampliando. El papel bisagra de los partidos y de las instituciones representativas, el valor añadido de sus intermediaciones, la capacidad de canalizar e incorporar los costes de transacción, son elementos hoy en cuestión que deberemos ver cómo evolucionan y cómo modifican estrategias y pautas de funcionamiento de la propia concepción de la democracia.

¿QUÉ HAY DE NUEVO EN LA “NUEVA POLÍTICA”?

Bajo la etiqueta “nueva política” se han ido calificando diferentes dinámicas sociales que, tras los diferentes ciclos del 15-M, han pasado del meme “no nos representan” al “esto sí me representa”. Si bien durante el 15-M se expresó de manera contundente la puesta en crisis de la forma partido como dispositivo de mediación de las demandas ciudadanas, los continuos bloqueos institucionales¹ han empujado la necesidad de poner en marcha partidos políticos de nueva generación que puedan aprovechar la “ventana de oportunidad” que se abre en plena crisis de legitimidad institucional.

La pregunta que atraviesa algunas de los trabajos agrupados en esta investigación sería ¿qué diferencia a esta “nueva política” de la anterior? Las respuestas no pueden basarse en otra cosa que en señalar los objetivos, pero también las limitaciones de algunos ensayos que justo acaban de empezar a desplegar sus hipótesis organizativas y políticas. En estos nuevos partidos y movimientos ciudadanos que buscan afectar la política institucional, todo un conjunto de utillajes se ponen en marcha para hacer efectiva una democracia de la apropiación: modelos organizativos más horizontales, procesos de deliberación y de toma de decisiones distribuidos, elección abierta y transparente de representantes, incremento de la calidad de la democracia interna, códigos éticos que garanticen el control sobre el poder delegado, etc.

1. La primeras alusiones a esos límites para conducir demandas sociales a partir de la forma movimiento las encontramos en organizaciones como la PAH. En esta plataforma se empiezan a palpar los límites para incidir en el suelo institucional al ver cómo el masivo apoyo ciudadano a la ILP por la dación en pago no culmina en un cambio de políticas de vivienda. Es precisamente esa inoperatividad para responder a las demandas sociales y esos límites para incidir sobre las políticas públicas lo que se tilda como “techo de cristal” o “bloqueo institucional”. Este diagnóstico, junto a otros análisis de coyuntura, han ido empujando la necesidad de entrar en el embate electoral intentando reinventar la forma partido. De manera especial, la necesidad de “asaltar las instituciones para poder superar los bloqueos institucionales” fue un argumento recurrente en el discurso de Guanyem Barcelona durante su fase de validación ciudadana.

Como ya hemos ido viendo, Internet está teniendo en este panorama un papel sin duda destacado. Para alcanzar metas como una mayor distribución en las decisiones o una mayor horizontalidad y participación ciudadana, la Red parece presentarse como un buen aliado. Como en las prácticas posteriores señaladas en el capítulo sobre OPNC, vemos que en los nuevos partidos (Red Ciudadana Partido X, Podemos, Guanyem) o en plataformas ciudadanas como la ANC se hace un uso intensivo de herramientas como WhatsApp, Telegram, Twitter o Facebook. Ya sea para responder al carácter urgente de algunas decisiones, la necesidad de captar el clima general sobre una novedad o punto de inflexión, incluir a quienes no participan diariamente en el núcleo de estas prácticas políticas, así como para poder difundir y compartir los eventos ordinarios o extraordinarios de cada formación. También, vemos cómo se va asentando el uso de PADs para la escritura colaborativa, el uso de herramientas para mantener reuniones a distancia o, en algunos casos, los ensayos con plataformas como DemocracyOS, Agora Voting o Appgree. Cada necesidad va encajando en las posibilidades que ofrece una u otra herramienta buscando superar las diversas contingencias que aparecen en un camino definido sobre la marcha. Sumado a las herramientas concretas, vemos que otro tipos de prácticas que se han reseñado como propias de la cultura red también se empiezan a normalizar en estas nuevas organizaciones políticas. Por un lado, encontraríamos la organización a partir de un sistema distribuido, el fomento de la extensión territorial por nodos o círculos, la aparición de comisiones sectoriales o por ámbitos temáticos así como la combinación de asambleas presenciales y virtuales. También, otras prácticas originarias de la ética hacker, como la posibilidad de llevar a cabo *forks* en una misma organización o mostrar el código bajo el que se producen estos dispositivos. Esto permite su adaptación territorial en otros lugares donde ese mismo “código” va mutando en versiones diferentes dependiendo de la coyuntura local, los actores que participan y el contexto y agenda al que responden.

Pero tanto el repertorio de posibilidades técnicas que ofrece Internet como los modos de hacer de la cultura red que se hayan podido ir acumulando en los ciclos anteriores no son lo único que componen el devenir de estas prácticas. En este arduo camino, vemos cómo las diferentes organizaciones se encuentran con los rumbos históricos de la institución partido o de la institución electoral que componen y determinan los posibles cambios a producir. La dependencia del rumbo institucional emerge una y otra vez haciendo más costoso (en términos de tiempo invertido, recursos humanos, necesidad de saberes especializados, confianza) la posibilidad de implementar un conjunto de reglas que aseguren otras formas de hacer política institucional. Como se ha señalado otras veces, los itinerarios normativos que marcan el suelo institucional no son fáciles de cambiar a corto plazo. El cambio institucional supone un desplazamiento de prácticas y valores enraizados cultural, social y políticamente que tienden a ser perseverantes.

En los experimentos organizativos que hibridan los saberes y modos de hacer del ciclo de movimientos con el espacio de acción institucional de la política convencional, se están abriendo nuevas fases organizativas que todavía no cuentan con un claro desenlace. Hibridar los modos de hacer de la política convencional con los procesos emergentes de la política no convencional supone un pulso entre marcos no siempre compatibles y que no siempre se pueden accionar en igualdad de condiciones. Menos todavía si el suelo bajo el que se buscan impulsar estos cambios viene mediado por ritmos, tiempos y actores que son propios de la política convencional y que, de hecho, han sido particularmente importantes para su forma institucional actual.

Un buen ejemplo de esa dependencia del rumbo y de las contradicciones y costes que implican esos procesos de hibridación nos lo ofrece Podemos. Por un lado, vemos que en sus orígenes como partido-movimiento se acogía bien el papel de la Red en la transición de espacios de militancia (participación nuclear/intensa) a espacios de agregación amplia (participación distribuida/diluida). También el funcionamiento por nodos/círculos, la replicabilidad territorial o la combinación virtuosa entre un modelo asambleario y un liderazgo mediático. Pero como indica el capítulo sobre este partido, según se alcanza “una fase de institucionalización mayor a medida que el éxito electoral impone dinámicas de estabilización de la organización o la necesidad de gestionar tareas de mayor envergadura” (Alabao y Jurado) esta formación puede tender a implementar medidas más cercanas a las OPC o a la forma partido tradicional. En ese sentido, un elemento complejo que encontramos en Podemos y Guanyem es la necesidad de liderazgos que aglutinen el capital simbólico producido colectivamente así como las demandas generadas en los diferentes ciclos de movimiento. Por un lado, estas figuras de consenso pueden producir una agregación amplia y un empoderamiento que se distribuye territorialmente. Por otro lado, debido a la alta legitimidad social de estos mismos perfiles se hace difícil practicar procesos democráticos abiertos donde, siguiendo el discurso ciudadanista, todo el mundo pueda tener las mismas posibilidades de ser un representante elegido democráticamente.

Este proceso transitorio de prototipos y laboratorios experimentales hacia organizaciones que tienen que jugar bajo la lógica de la arena política viene también acompañado de una crítica que encuentra aspectos poco “novedosos” en la nueva política. Una crítica que no busca desmerecer el esfuerzo por equilibrar el magma que compone a estas experiencias híbridas, sino señalar las contradicciones entre los valores que las accionan y los entresijos de la *real politik*. Algunas de esas crítica esgrimen que “no estamos viendo una transformación en los fundamentos del sistema tanto como en los jugadores”² argumentando que no se producen grandes cambios en el modelo representativo sino más bien un cambio en los actores que pasan a formar parte. La versión más dura de este tipo de críticas señalan la posibilidad de un “recambio de élites” que puede reducir el cambio institucional a “una regeneración parcial de la democracia, reducida en lo básico al relevo de los actores políticos”.³ En respuestas a estas críticas, se alude a la necesidad de “ganar” y aprovechar la “ventana de oportunidad” que no permanecerá abierta eternamente. Si no se surfean dichas contradicciones, se teme perder la posibilidad de movilizar a un electorado amplio que no permanecerá mucho tiempo a la espera para poder avalar con su voto a estas nuevas formaciones. Así mismo ocurre con movimientos como la ANC, que en la actual coyuntura no sólo presionan a los partidos del tablero político catalán, sino que han de mostrar la posibilidad de concurrir conjuntamente a unas elecciones autonómicas que se presentan como plebiscitarias. Si algo es notorio es que son del todo complejas las maniobras a desarrollar para poder equilibrar los valores que pueden incorporar estas nuevas organizaciones (horizontalidad, transparencia, replicabilidad) frente a las exigencias del modelo representativo y las decisiones marcadas por los tiempos electorales. Los deseos de cambio y las formas organizativas de la cultura red se entrecruzan con la realidad política y el suelo normativo que la demarca.

2. <http://politikon.es/2014/12/15/hacia-el-partido-movimiento/> (17/03/2015).

3. http://www.eldiario.es/zonacritica/Politica-hipster-limites-epoca_6_326577358.html (17/03/2015).

Con el recorrido hasta ahora analizado, resulta difícil situar si las posiciones más posibilistas que sí ven cambios y una mejora democrática en la “nueva política” son más o menos afinadas que las críticas que aluden a una perseverancia de las instituciones electorales y representativas en su versión más convencional. Lo que sí se expresa en las contribuciones de esta publicación respecto a la “nueva política” lo podríamos resumir en dos ideas.

La primera, que para un problema político (la mejora de la democracia) no existe una solución técnica (Internet). Esto está muy integrado en estas prácticas que, si bien hacen uso intensivo de las herramientas *online*, las entienden como procesos imbricados en el territorio y que funcionan de manera articulada con mecanismos de deliberación presencial. Una vez más, no es que exista una parte presencial y otra virtual, sino que ambas capas están mutuamente determinadas produciendo una forma organizativa para cada fase.

La segunda idea es que para consolidar una nueva democracia no sólo importan las instituciones, sino que los modos de hacer y las reglas institucionales ya existentes siempre van a determinar en mayor o menor medida el cambio que se quiere ejercer sobre ellas. O, dicho de otra manera, en estas formas híbridas, la cultura red emergente se entremezcla con la cultura institucional existente. Ambos rumbos culturales y políticos se encuentran hoy mutuamente determinados y toman fuerza de manera poco acompasada en uno u otro momento del ciclo.

Con cautela, pero arriesgando algo más en el diagnóstico, podemos decir que empieza a haber indicios de la necesidad de un ciclo más largo para poder ver un cambio efectivo en las reglas mientras el ciclo corto asegura un cambio en los actores. Como señalaba la activista Marga Padilla⁴, podríamos distinguir dos formas de hacer red: “llenar y hacer red dentro” es decir, adaptar las prácticas de la Red en el seno de las máquinas electorales; “vaciar y hacer red fuera”, esto es, vaciar las máquinas electorales y construir la red fuera de las instituciones. Probablemente esas tensiones seguirán estando presentes en los escenarios alternativos y de innovación política, y es importante ser consciente de ello ya que esa diferenciación no tiene por que impedir cooperaciones.

A esto hay que añadir que ya hay elementos insertados en esta fase de ensayo que, si bien todavía hay que esperar para ver cómo se desarrollan, parecen no tener marcha atrás. Elementos como la paridad de género, el equilibrio entre democracia directa y deliberativa, el uso de herramientas para incrementar la transparencia (tanto presupuestaria como en la toma de decisiones), la comunicación y el diálogo intenso con la ciudadanía, elaboración participada de documentos organizativos, políticos y códigos éticos. Todos estos elementos son conquistas que ya definen la forma de hacer política institucional y que no afectan a una organización en particular, sino que van formando parte de una nueva manera de entender el ejercicio y el ámbito de la política. Se trata pues de elementos que no pueden ser omitidos sin que ello conduzca a una sensación de reducción de la calidad democrática. Sobre cuánto van a definir estos elementos el devenir de la “nueva política” y si sus valores van a poder seguir tensando las reglas de la política convencional, es algo a indagar en futuras investigaciones.

4. Margarita Padilla, “Máquinas electorales, hegemonía y poder distribuido” entrevista de Amador Fdez. Savater http://www.eldiario.es/interferencias/Maquina_electorales-hegemonia-poder_distribuido_6_327277271.html (17/03/2015)

¿PARTICIPAN LOS JÓVENES EN LA NUEVA POLÍTICA?

Malala Yousafzai, activista y bloguera pakistaní, fue galardonada con el premio Nobel de la Paz en 2014. Luchadora por los derechos civiles en Pakistán, participa en movimientos por la defensa del derecho de las niñas a recibir educación. Pero además de este destacado perfil en términos políticos, otro dato llama la atención. Es la persona más joven que ha recibido un premio Nobel. Nacida en julio del 1997, todavía no ha cumplido los 18 años. Este relato aparecía no hace mucho en la prensa española⁵ pero no es un ejemplo aislado. Fahma Mohamed hizo una petición a través de la Red que fue respaldada por el diario *The Guardian*⁶ y, tras situar mediáticamente el foco sobre la mutilación genital femenina con más de 250.000 firmas en la plataforma change.org, llamó la atención de Ban Ki Mun, secretario general de la ONU. El Ministro de Educación, Michael Gove, recibió a Fahma y se comprometió a realizar campañas de concienciación en el ámbito educativo. A estos dos, podemos sumar un tercer caso que recibió también un notable interés mediático. Laura Zornoza, madrileña de 20 años que tras ser recibida por Federico Morán, Secretario General de Universidades en respuesta a su petición *online* para “salvar las becas Erasmus”.

Cabe llamar la atención sobre estos relatos excesivamente épicos que aparecen en los medios o que incluso reciben apoyo directo en sus fases primigenias por parte de prensa internacional. Estas narrativas contrastan con las que no hace tanto tipificaban a estos mismos perfiles bajo la etiqueta “ninis”. En ese sentido, es interesante comparar estos relatos con la ausencia de información durante el primer ciclo 15-M en los grandes medios de comunicación y cómo eso reforzó la búsqueda de información sobre lo que estaba pasando y la comunicación a través de redes digitales (Toret, 2013). Pero, sobre todo, porque si bien estos discursos mediáticos consolidan un punto de inflexión a la hora de percibir a los jóvenes, la realidad empírica muestra un panorama más complejo. Las premisas de estos relatos contrastan con lo que hemos ido viendo a lo largo de la presente investigación respecto a la participación de los jóvenes en la política y su relación con la Red.

Por un lado, no encontramos perfiles individuales que lleven a cabo su acción política centrándose en espacios de participación digital. Tampoco encontramos movimientos de demanda de derechos que empiecen en la Red y acaben en negociaciones presenciales con la esfera institucional. El camino “de las redes a las calles” nos puede servir como metáfora sugerente pero como hipótesis analítica cuenta con muy poco recorrido. Como muestran las prácticas desglosadas en el artículo sobre OPNC, no hay un proceso lineal entre una *fase online* y una *fase offline*, ni una lógica evolutiva que traslada “lo que ocurre en la Red” a esferas políticas de decisión. Los casos analizados nos muestran una realidad donde la capa digital y la analógica se entremezclan sin tener que seguir una secuencia lógica.

Para profundizar con cierto detalle en estas formas de participación, cabe situar algunos puntos sobre las prácticas de organización en estos procesos de acción colectiva. En primer lugar, en-

5. http://internacionalelpais.com/internacional/2014/10/10/actualidad/1412931102_118892.html (17/03/2015)

6. <http://www.theguardian.com/society/2014/feb/28/fahma-mohamed-michael-gove-teach-female-genital-mutilation-class> (17/03/2015)

contramos organizaciones colectivas con procesos de liderazgos dinámicos. Como ocurre en la PAH, el propio proceso colectivo de subjetivación política es el espacio donde se gesta la formación de liderazgos.

Por otro lado, encontramos organizaciones latentes, que tienen arraigo territorial y redes sociales tupidas con capacidad para levantar acontecimientos en momentos en los que tácticamente es importante articular grupos distribuidos (#efectoCamonal). Las capas física y digital se encuentran imbricadas, formando parte de procesos de organización dinámicos y colectivos. No se trata de jóvenes que espontáneamente lanzan una campaña *online*, sino de organizaciones con saberes prácticos acumulados y con un capital social flotante que se activa en momentos y territorios concretos. Son esas redes de sociabilidad previamente constituidas las que dan base a nuevas fases de movilización dando paso a diferentes ciclos que se retroalimentan. En definitiva, no encontramos una suma de esferas de participación diferentes, sino un ecosistema interrelacionado cuyas fronteras son sin duda borrosas.

En muchos casos, los espacios que cuentan con mayor participación son aquellos relacionados con intereses del colectivo juvenil (educación, trabajo, cultura) funcionando como lugar inicial de politización y de organización base para incidir en otras esferas. Pero tal y como señala Albert Claret en el artículo, en esta misma publicación, "Asociaciones, movimientos y Red: el *continuum* de la participación juvenil" en general, se trata de prácticas que buscan fortalecer la sociedad civil. Tras el 15-M, la expresión de "más y mejor democracia" aglutina el conjunto de prácticas políticas donde los jóvenes están implicados. Sumado a esto, como señala Claret, a partir de investigaciones que actualmente se están desarrollando "los índices de participación de la juventud española en formas no electorales, [está] muy por encima de la media continental, especialmente en los métodos de protesta y activismo, como manifestaciones, huelgas u ocupaciones de espacios" (Pollock, Grimm y Ellison, 2014).

Pero si bien podemos sobrepasar ciertos tópicos respecto a la desmovilización de los jóvenes o su falta de interés en "la política" es clave llamar la atención sobre una cuestión que atraviesa el conjunto de aportaciones. Las generaciones más jóvenes no parecen tener una presencia muy destacada en las organizaciones que han ido apareciendo durante los últimos meses y que buscan incidir en el espacio institucional. Como veíamos en el estudio de caso sobre Guanyem Barcelona "el perfil mayoritario entre los integrantes más implicados en el día a día de Guanyem se sitúa alrededor de los 30-40 años". No hay sección juvenil ni un tratamiento específico de los problemas de los jóvenes a partir del trabajo de, por ejemplo, un eje de juventud. Situación similar se da en la Red Ciudadana Partido X donde el Kernel está constituido por un perfil de edad muy similar a Guanyem. Si bien se destaca un modo de hacer generacional con formas de participación digital múltiples y de intensidades diversas, no hay jóvenes en las áreas de coordinación y participación más intensa. La forma de participación juvenil en estas organizaciones políticas es más bien a través de colaboraciones puntuales sin formar parte del conjunto del proceso. En la ANC, la participación juvenil es también muy reducida en su vida organizativa. Como se señala en el caso sobre la Asamblea Nacional Catalana esto ocurre teniendo en cuenta que los "jóvenes menores de 25 años están entre los grupos poblacionales más a favor de la independencia". Si bien existe la sección juvenil de la ANC, la Asamblea Nacional de Joves Independentistes (ANJI), ésta es bastante pequeña en comparación con la ANC.

Resulta difícil aventurarse a la hora de dar respuestas definitivas sobre esta falta de participación activa o nuclear en estas nuevas organizaciones políticas. En el artículo, de esta misma publicación, “¿Ni contigo ni sin ti. Los jóvenes ante la crisis política: legitimidad de las instituciones, despolitización y politización alternativa” vemos que los jóvenes expresan una fuerte desafección hacia los partidos y los políticos. Estas conclusiones encajan con lo trabajado en la primera fase de esta investigación (Equipo IGOInet, 2014). A su vez, se observa que, si bien existe una amplia percepción del hecho de votar como un deber, existe una importante disposición a usar el voto como forma de contestación, votando en negativo para evitar que ganen partidos con los que menos se identifican. Como señala Albert Claret “se vislumbra una clara disociación entre el instrumental participativo de las generaciones mayores –voto en elecciones, pertenencia a partidos y sindicatos– y los métodos preferidos por la juventud, que incluyen habitualmente el apoyo a protestas y movilizaciones más o menos espontáneas y vinculadas específicamente a una causa u objetivo.”

En ese sentido, es interesante recordar algunas de las principales conclusiones del artículo “Desconfiados: suspendido entre búsqueda, resignación y revuelta” (Berlinguer y Martínez, 2014), un análisis a partir de diversos *focus groups* con jóvenes de Barcelona y Madrid. De este estudio inferimos que las expresiones que guían la crítica hacia la política de los jóvenes no estaban basadas en el pasotismo, sino en la frustración y la impotencia. A su vez, los diagnósticos que expresaban los propios jóvenes para explicar su falta de participación y compromiso con la política institucional eran variados: falta de valores o interés o falta de cultura política; individualismo/egoísmo; pasividad o pocas ganas de involucrarse en algo complejo que requiere esfuerzo, compromiso y solidarizarse con algo colectivo; miedo a perder algo arriesgando demasiado en ese enfrentamiento al poder; falta de tiempo y el imperativo de ganar dinero como obstáculos para involucrarse en luchas política.

En conjunto, podríamos decir que tanto la desafección con los partidos y políticos, factores que apelan a la propia cultura política de los jóvenes como aquellas promesas de bienestar no culminadas (que, en el fondo, en un factor que incrementa la desafección sobre partidos), son elementos que condicionan negativamente participación de los jóvenes también respecto a organizaciones de la “nueva política”. Estos elementos podrían explicar la baja participación de los jóvenes en estas nuevas organizaciones que hibridan la política convencional con las formas de hacer política más institucionalizadas.

En contraste con lo hasta ahora apuntado, es relevante el papel de algunos jóvenes en la organización política Podemos. En el Equipo de Campaña de Podemos para las elecciones europeas habían integrantes de entre 20 y 25 años. En los equipos de redes, el principal responsable tiene 23 años. Los agentes que conducen la comunicación en red de esta plataforma provienen de un rumbo de saberes que se han ido acumulando en espacios como Juventud Sin Futuro. Vemos cómo un espacio centrado en los problemas de precariedad de los jóvenes ha funcionado a modo de “cantera” para perfiles que hoy participan intensamente en Podemos y en su organización. Ese tipo de confluencia no se ha dado en otras organizaciones analizadas, pese a que hay que tener en cuenta que hablamos de un rango de edad que no está excesivamente distanciado en unos u otros casos (entre 25 y 35 años). Si bien el caso de Podemos es singular en este aspecto, no excede completamente la norma.

Tomando en consideración lo comentado en este bloque, con algunas certezas pero con muchas preguntas por resolver, es importante situar estas cuestiones como base para futuros trabajos de investigación. Este proceso de onda larga conducido por el deseo de “más y mejor democracia”, promete ir forzando cambios en las formas de participación, identificación y organización política. El cómo, cuándo, para qué y con qué intensidad participan los jóvenes en las nuevas organizaciones políticas que van surgiendo es un tema a explorar a partir de nuevos datos empíricos.

A MODO DE CIERRE

El valor de este trabajo de investigación lo podremos juzgar de manera más precisa en los próximos años. Entendemos que hemos realizado una labor que era necesaria. Nuestra intención ha sido contribuir a desbrozar y sistematizar un conjunto de percepciones, intuiciones y evidencias que nos hablaban de que algo estaba cambiando sustancialmente en los formatos de hacer política, en cómo los jóvenes interactuaban en el espacio público y que todo ello tenía que ver con el cambio tecnológico que incorpora Internet. Creemos que hemos avanzado en ordenar los datos, proponer ciertas pautas analíticas y apuntar algunos nexos causales. Y lo hemos hecho con un fuerte trabajo empírico, usando instrumentos que podríamos calificar como convencionales en las Ciencias Sociales y otros más propios de los formatos emergentes en el uso de la Red para apuntalar hipótesis y contrastarlas. Al final del recorrido tenemos algunas certezas. La política institucional, el funcionamiento de los partidos, las relaciones entre sistema político y sociedad civil, las maneras de hacer política y de entender la democracia, están siendo fuertemente afectadas por la irrupción de Internet en la vida cotidiana de las personas y de sus entornos. Nada será igual. Los jóvenes transportan con ellos la naturalidad de quienes conviven con la tecnología digital desde que empiezan a tener espacios de autonomía, y ello les hace particularmente hostiles y refractarios a todas aquellas intermediaciones y ritos que no tienen sentido ni valor en sí mismos. Pero ese rechazo a la representación y delegación de la capacidad de decisión y de acción no es un atributo solo “juvenil”. Es propio del escenario en el que nuestra investigación se ha movido y nutrido. Hay una política con Internet y una política desde Internet, y hay mezclas de ambos hemisferios. Cada vez más veremos tensiones e interferencias entre el “instrumento Internet” y el “mundo Internet” en el escenario político. Pero la suerte está echada y no hay retroceso posible. Avanzamos con rapidez a un replanteamiento general de la política institucional y de los formatos democráticos limitados. Internet transporta una clara capacidad de decisión distribuida y compartida. Encierra asimismo peligros y riegos. Y todo ello lo estamos viviendo ya.

La agenda de investigación pendiente ha ido llenándose a medida que avanzábamos. ¿Cómo evolucionarán los formatos de representación y organizativos que han caracterizado los sistemas democráticos hasta ahora? ¿Sabremos combinar mecanismos de decisión distribuida y directa con los espacios necesarios de deliberación y contraste? ¿Sabremos combinar esos mecanismos y espacios con los tiempos y pautas que han ido consolidándose a lo largo del tiempo en los marcos más institucionales? ¿Seremos capaces de superar los riesgos de opacidad, vigilancia global y liderazgos autoritarios que han ido emergiendo aprovechando ciertas especificidades de Internet? ¿Superaremos las desigualdades que aún existen desde una perspectiva de género en el “mundo Internet”? ¿Seguirá reforzándose la capacidad autónoma de los espacios sociales y comunitarios para construir respuestas no estrictamente institucionales a problemas colectivos? Son todas ellas respuestas que aún tenemos pendientes. Volveremos a ello.

BIBLIOGRAFÍA

Benkler, Y. (2015). *La riqueza de las redes*. Barcelona: Editorial Icaria.

Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). "Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable". En: Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Della Porta, D. (2005). "Making the polis: social forums and democracy in the global justice movement". *Mobilization*, 10: 73-94.

Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Melucci, A. (1996). *Challenging codes*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

McCormick, J. (2011). *Machiavellian Democracy*. Reino Unido: Cambridge University Press.

Ogien, A. y Laugier, S. (2014). *Le principe démocratie*. Paris: La découverte.

Pisarello, G. (2014). *Procesos constituyentes: caminos para la ruptura democrática*. Madrid: Editorial Trotta.

Pitkin, H. (2014). *El concepto de representación*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Pollock, G.; Grimm, R. y Ellison, M. (2014). "Young People's Understanding of History and Contemporary Politics: Trust, Representation and Barriers to Participation". Presentación de resultados preliminares del proyecto de investigación europeo MYPLACE. Disponible en: http://www.fp7-myplace.eu/documents/policy-forum/141120_MYPLACE_Brussels_10%202.pdf

Rosanvallón, P. (2008). *Counter-democracy*. Reino Unido: Cambridge University Press.

Rosanvallón, P. (2009). *La legitimidad democrática*. Buenos Aires: Editorial Manantial.

Rosanvallón, P. (2012). *La sociedad de los iguales*. Barcelona: RBA Política y Sociedad.

Syntomer, Y. (2013). "The Meanings of Political Representation". *Raisons Politics* n° 50 (2): 13-34.

Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en: http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret

BIBLIOGRAFÍA

- Accenture y Ametic (2014). *2014 Digital Consumer Survey España*. http://www.ametic.es/download/documents/EstudioCompleto_DEFINITIVO.pdf
- Adams, D. (2005). *The Salmon of Doubt: Hitchhiking the Galaxy One Last Time*. New York: Del Rey.
- Ahn, N.; Mochón, F. y De Juan, R. (2012). "La felicidad de los jóvenes". *Papers. Revista de Sociologia*, 97/2: 407-430.
- Aibar, E. y Fuster Morell, M. (2012). "Dossier 'Recerca acadèmica sobre la Viquipèdia'. Introducció". *Digitum* (14). Available at: <http://www.artnodes.org/index.php/digitum/article/view/n14-aibar-fuster> (consultado 14-11-2014).
- Alabao, N. y Rodríguez, A. (2014). *La emergencia de una nueva cultura política*. IGOInet.
- Albaigés, B. (dir.); Sisto, V. y Román, J. A. (2004). *Crisi del treball i emergència de noves formes de subjectivitat en els joves*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Albero, M. (2010). *Internet, jóvenes y participación cívica política*. Barcelona: Octaedro.
- Almond, G. y Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Boston: Little-Brown.
- Andreu, J. (2009). "Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10 (2).
- Anduiza, E.; Cantijoch, M. y Gallego, A. (2010). *Internet y participación política en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Anduiza, E.; Crispancho, C. y Sabucedo, J. M. (2014). "Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain". *Information, Communication & Society*, Volume 17, Issue 6: 750-764.
- Anduiza, E.; Martín, I. y Mateos, A. (2012). *Las consecuencias electorales del 15M en las elecciones generales de 2011*. <http://ilet-131-198.uab.es/recercapol/images/publicacions/anduizaetal.pdf>
- Arquilla, J. y Ronfeld, D. (2000). *Swarming and the future of conflict*. Rand Corporation.
- Bahrampour, T. y Aratani, L. (2006). "Teens' bold blogs alarm area schools". *Washington Post* (17 January), en: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/01/16/AR2006011601489.html>
- Balanza, A. (2006). *Boadella & Cia. Els intents de crear un partit espanyolista a Catalunya*. Barcelona: Ara Llibres.

- Ballesteros, J. C.; Rodríguez, E. y Sanmartín, A. (2015). *Política e Internet. Una lectura desde los jóvenes (y desde la Red)*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Banaji, S. y Buckingham, D. (2010). “Young people, the Internet, and Civic Participation: An overview of key findings from the CivicWeb Project”. *International Journal of Learning and Media*, 2(1): 15-24.
- Banaji, S. y Buckingham, D. (2011). “Los jóvenes y la participación cívica en línea. Principales conclusiones de un proyecto de investigación europeo” en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra: 175-191.
- Baras, M. y Galcerán, O. (2008). “Ciudadans de Catalunya: ¿Cómo son los fundadores del nuevo partido catalán?” Ponencia presentada en el *VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración*.
- Bard, A. y Soderqvist, J. (2003). *La Netocracia: el nuevo poder en la red y la vida después del capitalismo*. Madrid: Pearson Educación.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de Contenido*. Madrid: Akal
- Barnes, S. B. (2006). “A privacy paradox: Social networking in the United States”. *First Monday*, 11(9).
- Barnes, S. H., y Kaase, M. (1979). *Political Action*. Beverly Hills. Cal.: Sage.
- Barone, C. y Ortiz, L. (2010). “Overeducation among European University Graduates: a comparative analysis of its incidence and the importance of higher education differentiation”. *High Educ* (2011) 61:325-337
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2008). *Una nova escena del drama entre vell i jove / New performance of the old vs. young drama*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Beck, U. (2006) [1986]. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Benedicto, J. (2011). “Construint la ciutadania juvenil. Marc teòric per a les polítiques de joventut i ciutadania”. *Ponencias de las XXIX Jornades de Politiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Benkler, Y. (2015). *La riqueza de las redes*. Barcelona: Editorial Icaria.
- Bennett, W. L. (2008). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. Mit Press.
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2012). “The logic of Connective action”. *Information, Communication & Society*: 1-30. doi: 10.1080/1369118X.2012.670661.
- Berlinguer, M. y Martínez, R. (2014). “Desconfiados: suspendidos entre búsqueda, resignación y revuelta. Una situación inestable” en Equipo IGOPnet. *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

- Bigas, N. (2014). "El ciberassetjament representa el 25% dels casos de bullying". *Actualitat UOC*. Accedido 8 de enero de 2015 en: http://www.uoc.edu/portal/ca/sala-de-premsa/actualitat/noticies/2014/noticia_170/ciberassetjament-bullying.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=20131_in_ca_compai_intern_generic&utm_content=Sala+de+premsa.+CAT.+Not%C3%ADcies
- Blais, A. (2000). *To vote or not to vote?: The merits and limits of rational choice theory*. University of Pittsburgh Press.
- Blank, G; Bolsover, G. y Dubois, E. (2014). *A New Privacy Paradox: Young people and privacy on social network sites*. Oxford Internet Institute, University of Oxford. Pew Research Internet Project.
- Bluemove (2013). *Los jóvenes madrileños prefieren Internet a tener coche*. <http://www.consumocolaborativo.com/2013/07/24/los-jovenes-madrilenos-prefieren-internet-a-tener-coche/>
- Bonet i Martí, J. (2010). *El Treball i la Crisi Global*. Barcelona: Observatori DESC
- Bontempi, M. (2003). "Viajeros sin mapa. Construcción de la juventud y trayectos de la autonomía juvenil en la Unión Europea". *Revista de Estudios de Juventud*, 63: 25-44.
- Borja, J. (2011). "Espacio público, jóvenes y derecho a la ciudad", en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bellaterra: 69-90.
- Botsman, R. y Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. London: HarperCollinsPublishers.
- Bourdieu, P. (2002) [1978]. "La 'juventud' no es más que una palabra", en Bourdieu, P. *Sociología y cultura*. México DF: Grijalbo: 163-173.
- Brin, S. y Page, L. (1998). "The anatomy of a large-scale hypertextual Web search engine". *Computer Networks and ISDN Systems*, 30(1-7):107-117. doi: 10.1016/S0169-7552(98)00110-X.
- Cacciagli, M. (1991). ¿Condenada a gobernar? La democracia cristiana en el sistema político. WP, ICPS, 41. Barcelona.
- Caínzos, M. A. (2006). 'Participación de los jóvenes españoles en manifestaciones. Comparación con los jóvenes europeos y análisis de sus determinantes', *Revista de Estudios de Juventud*, 75: 121-153.
- Calenda, D. y Meijer, A. (2009). "Young people, the Internet and political participation". *Information, Communication and Society*, 12(6): 879-896.
- Campbel-Mithun (2012). *National study quantifies reality of the 'sharing economy' movement*. http://www.campbell-mithun.com/678_national-study-quantifies-reality-of-the-sharing-economy-movement
- Canellas, N. (2007). "Joves i espai públic. Ens han pres la plaça?". *Juventut i polítiques de joventut. 25 aportacions*. Barcelona: Diputació de Barcelona: 163-169.
- Cañigüeral, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta.

- Carrasco, C.; Borderías, C. y Torns, T. (eds.) (2011). *El trabajo de cuidados: Historia, teoría y políticas*. Madrid: La Catarata.
- Casal, J. (1996). "Modos emergentes de transición a la vida adulta en el umbral del siglo XXI: aproximación sucesiva, precariedad y desestructuración". *REIS*, 75: 295-317.
- Casal, J. (2008). "L'emancipació dels joves com a qüestió social, sociològica i política". *Ponències de les XXVI Jornades de Polítiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Casero-Ripollés, A. y Gutiérrez-Rubi, A. (2014). "¿Un cambio de paradigma? Democracia y nuevos medios digitales". *Telos. Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 98: 44-47.
- Castaño, P. (2014). "Podemos y el feminismo". *Pikara Magazine*, 13 de noviembre de 2014. <http://www.pikaramagazine.com/2014/11/podemos-y-el-feminismo>
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York, NY: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza.
- Centre Estudis Opiniò (2014). *CEO. Baròmetre d'Opinió Política (BOP). 1ª onada 2014*. <http://www.ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages/home/fitxaEstudi.html?collid=4308&lastTitle=Bar%F2metre+d%27Opini%F3+Pol%EDtica+%28BOP%29.+3a+onada+2012> (accessed 6.13.13).
- Center For Internet Studies and Digital Life (2014). *Digital News Report 2014*. Pamplona: School of Communication, Universidad de Navarra. Disponible en: <http://www.unavedu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> [consulta: 06.06.2014]
- Círculo Podemos Feminismos (2014). *Valoración de los borradores propuestos para la Asamblea Ciudadana Sí se puede*. Madrid.
- Civit, R. (2013). *Anàlisi dels efectes de l'edat, la generació i el període en el suport a la independència de Catalunya 1991-2011*.
- Claret, A. (2013). *Tot el poder als joves! Apoderament juvenil i democràcia avançada en temps de crisi*. Barcelona: Edicions Els Llums.
- Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T. y De Pablos-Pons, J. (2013). "Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses". *Comunicar*, 20(40): 15-23. doi: 10.3916/C40-2013-02-01.
- Comas, D. (2007). *Las políticas de juventud en la España democrática*. Madrid: INJUVE.
- Comas, D. (2011). "¿Por qué son necesarias las políticas de juventud?". *Revista de Estudios de Juventud*, 94: 11-27.

Consejo de la Juventud de España (2014). *Observatorio de Emancipación nº 6, segundo trimestre de 2014*. Madrid: CJE. Disponible en <http://www.cje.org/descargas/cje5796.pdf>

Consell Nacional de la Joventut de Catalunya y Observatori del Tercer Sector (2013). *Estudi del moviment associatiu juvenil a Catalunya. Informe*. Disponible en http://www.cnjc.cat/documents/2013-04_informe_maj.pdf

Cortés, P. (2011). "Redes sociales: ¿Apoyo o boicot para la participación política?" *Congreso AECPA*. Murcia, 7-9 Septiembre.

Costanza_Shock, S. (2012). "Mic Check! Media Cultures and the Occupy Movement". *Social Movement Studies*, First article: 1-11.

Creus, J. (2014). *Pentagrowth, las cinco palancas del crecimiento acelerado*. <http://ideasforchange.com/wp-content/uploads/2014/05/Fastread6pager-1.pdf>

Dalherup, D. (2006). "The story of the Theory of Critical Mass". *Politics & Gender*, nº 2 (4): 511-522.

Dawson, R. E.; Prewitt, K. y Dawson, K. S. (1977). *Political Socialization*. Boston: Little-Brown.

De Villota, P. (2006). "Impacto de la política fiscal en la igualdad de género, estructura impositiva, gastos e ingresos". En De la Fuente y Ortiz (coords.). *Els pressupostos de gènere, repte per als governs locals*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials: 49-84.

Delgado, M. (1999). *La violència com a recurs i com a discurs*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Delgado, M. (2011). "Distinción y estigma. Los jóvenes y el espacio público urbano", en Trilla, J. (coord.). *Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación*. Barcelona: Edicions Bella-terra: 27-42.

Della Porta, D. (2005). "Making the polis: social forums and democracy in the global justice movement". *Mobilization*, 10: 73-94.

Diani, M. (2003). "Leaders or Brokers? Politics and Influence in Social Movement Networks" en Diani, M. y D. McAdam (eds.). *Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action*. Oxford: Oxford University Press.

Díez Escueliés, D. (2008). *El neoespanyolisme radical a Catalunya: Ciutadans-Partido de la Ciutadania (C'S)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

Direcció General de Joventut i Direcció General de Relacions Institucionals i amb el Parlament (2012). *Enquesta sobre participació i política a Catalunya 2011. Avançament de resultats*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Domènech, J. A. (2013). "5.3 La revolta sobiranista a Catalunya". *Anuari del conflicte Social*, 0.

Domènech, X. (2008). *Entre el poder i la societat. El Consell Nacional de la Joventut de Catalunya. 25 anys de democràcia juvenil*. Barcelona: Fundació Francesc Ferrer i Guàrdia.

- Donati, P. y Calvo, P. (2014). "New Insights into Relational Goods". *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 14: 7-17.
- Duarte, C. (2012). "Sociedades adultocéntricas: sobre sus orígenes y reproducción". *Última década*, 36: 99-125.
- Duverger, M. (1957). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- EBE (2014). *Más allá de la economía colaborativa*. <http://www.slideshare.net/OuiShare/ms-all-de-la-economia-colaborativa-ebe14>
- El Diario* (2014). "La educación en 2030". http://www.eldiario.es/sociedad/escuela-diferente_0_328617413.html
- Elzo Imaz, J. (codirector); Megías Valenzuela, E. (codirector); Ballesteros Guerra, J. C.; Rodríguez Felipe, M. A. y Sanmartín Ortí, A. (2014). *Jóvenes y valores (I). Un ensayo de tipología*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Equipo IGOInet (2014). *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Escobar, A. (2000). "Notes on Networks and Anti-Globalization Social Movements". Ponencia presentada en la sesión Actors, Networks, Meanings: Environmental Social Movements and the Anthropology of Activism. *99a Reunión Anual de la American Anthropological Association*. San Francisco.
- Espluga, J.; Baltiérrez, J. y Lemkow, L. (2004). "Relaciones entre la salud, el desempleo de larga duración y la exclusión social de los jóvenes en España". *Cuadernos de Trabajo Social*, 17: 45-62.
- Feenstra, R. (2012). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática. La propuesta de John Keane*. Barcelona: Icaria.
- Feenstra, R. y Keane, J. (2014). "Politics in Spain: A case of monitory democracy". *Voluntas. International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25: 1262-1280.
- Feixa, C. (2014). *De la generación@ a la #generación. La juventud en la era digital*. Barcelona: Ned Ediciones.
- Ferrer, M. (2009). "La participació política dels joves i les joves a Catalunya. Una visió general". *Ponències de las XXVII Jornades de Polítiques Locals de Joventut*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Ferrer, M. (2014). *6 retos legales para la economía colaborativa*. <http://ecolaborativa.com/2014/05/06/6-retos-legales-para-la-economia-colaborativa>
- Ferrero Barberá, M. (2001). "Internet y los portales como medio de comunicación periodístico". *Los Portales de Internet (Curso)*, Vol. 1.
- Figueras, M. y Mauri, M. (2010). *Mitjans de comunicació i joves. Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

- Freixa, C. y Nofre, J. (2013). *#Generación Indignada*. Barcelona: Milenio Editorial.
- Furlong, A. y Cartmel, F. (2001). *Els contextos canviants de la joventut*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Fuster Morell, M. (2010). *Governance of Online Creation Communities: Provision of infrastructure for the building of digital commons*. Tesis disponible en: <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/14709> (13 Marzo 2015).
- Fuster Morell, M. y Subirats, J. (2012). "Crisis de representación y de participación ¿son las comunidades virtuales nuevas formas de agregación y participación ciudadana?". *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188: 641-656.
- Galais, C. (2008). *¿Socialización o contexto? La implicación política subjetiva de los españoles (1985-2006)*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra.
- Galais, C. (2012). "¿Cada vez más apáticos?". *Revista Internacional de Sociología (RIS)*. Vol. 70, Nº 1, Enero-Abril: 107-127.
- Galais, C. (2012). "Edad, cohortes o período. Desenredando las causas del desinterés político en España". *Reis* 139: 85-110
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: why the future of business is sharing*. New York: Penguin Group.
- García, G. (2014). *Young People's Political Participation in Western Europe: Continuity or Generational Change?* Palgrave Macmillan.
- García, G. y Martín, I. (2010): "La participación política de los jóvenes españoles en perspectiva comparada", en Mariano Torcal (ed.). *La ciudadanía europea en el siglo XXI. Estudio comparado de sus actitudes, opinión pública y comportamiento políticos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- García Galera, M. y Del Hoyo Hurtado, M. (2013). *Redes sociales, un medio para la movilización juvenil*. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer34-06-garcia.pdf> [consulta: 02.04.2014]
- García Marza, D. (2008). "Sociedad civil: Una concepción radical". *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 8: 27-46.
- García Marza, D. (2013). "Democracia de doble vía: el no-lugar de la empresa en la sociedad civil". *Revista del Clad. Reforma y Democracia*, 57: 67-92.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets*. Londres: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2013). "Protest Diffusion and Cultural Resonance in the 2011 Protest Wave". *The International Spectator*. Volume 48, Issue 4, 2013: 86-101.
- GESOP (2013). *IG37_GESOP_XarxesSocials_Estiu2013.pdf* [WWW Document]. http://www.gesop.net/images/pdf/ca/Informes/IG37_GESOP_XarxesSocials_Estiu2013.pdf (consulta: 03.01.2014).

- Channam, J. (2012). *Digital Media in the Arab World*. Washington DC: CIMA
- Gil, F. G. (2014). "Militancia y masculinidad". En *Blog Interferencias de El Diario.es*, 8 de noviembre de 2014. http://www.eldiario.es/interferencias/Militancia-masculinidad_6_322377771.html
- Gimenez Barbat, M. T. (2012). *Citileaks. Los españolistas de la plaza real*. Málaga: Editorial Sepha.
- Glind, P.B. van de (2013). *The consumer potential of Collaborative Consumption: Motives of Dutch collaborative consumers*.
- Goig, J. M. y Núñez, M. A. (2011). "El fomento de la juventud participativa. Tratamiento constitucional, desarrollo legislativo y políticas públicas". *Revista de Estudios de Juventud*, 94: 29-48.
- González, I. (coord.); Collet, J. y Sanmartín, J. (2007). *Participació, política i joves. Una aproximació a les pràctiques polítiques, la participació social i l'afecció política de la joventut catalana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- González-Bailón, S.; Borge-Holthoefer, J. y Moreno, Y. (2013). "Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion". *American Behavioral Scientist* 57: 943-965.
doi:10.1177/0002764213479371
- Gordillo, S. (2014). *Sobirania.cat*. Barcelona: Creat edicions.
- Granovetter, M. (1983). "The strength of weak ties: A network theory revisited". *Sociological Theory*, 1: 201-233.
- Cutiérrez, B. (2014). *It Is Not a Revolution, It Is a New Networked Renaissance*.
<http://occupywallst.org/article/theory-thursday-it-not-revolution-it-new-networked>
- Cutierrez-Rubi, A. (2011). *La política vigilada. La comunicación política en la era de Wikileaks*. Barcelona: UOC.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta.
- Havas (2014). *The new consumer and the sharing economy*.
http://www.prosumer-report.com/blog/wp-content/uploads/downloads/2014/05/Prosumer_18_interactive_single.pdf
- Heimans, J. y Timms, H. (2014). "Understanding 'new power'". *Harvard Business Review*, Diciembre 2014.
<http://hbr.org/2014/12/understanding-new-power>
- Heussner, K. y Fahmy, D. (2010). "Teacher Loses Job After Commenting About Students, Parents on Facebook" *ABC News* (19 agosto 2010). Consultado 12 de enero de 2015 en:
<http://abcnews.go.com/Technology/facebook-firing-teacher-loses-job-commenting-students-parents/story?id=11437248>
- Hierro, M. J. (2013). "¿Es la escuela un instrumento de formación de identidades nacionales?" *Zoom Político*, 16.

- Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Hirschman, A. (1991). *The Rethoric of reaction*. Cambridge: Harvard University Press.
- INJUVE (2012). *Jóvenes, participación y cultura política*. Disponible en: <http://www.injuve.es/observatorio/valores-actitudes-y-participacion/jovenes-participacion-y-cultura-politica-0>
- Instituto de la Mujer (2014). *Mujeres en cifras*. Disponible en: <http://www.inmujer.gob.es/estadisticas/portada/home.htm>
- Ipsos Public Affairs (2013). *Ipsos poll conducted April 16 - 19, 2013 on what fuels the sharing economy*. <http://www.ipsosPublicAffairs-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=6116>
- Iwilade, A. (2013). "Crisis as opportunity: youth, social media and the renegotiation of power in Africa". *Journal of Youth Studies*. <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2013.772572>
- Jasanoff, S.; Markle, G. E.; Peterson, J. C. y Pinch, T. (2001). *Handbook of Science and Technology Studies*. SAGE Publications.
- Jellinek, G. (1978). *Fragmentos de Estado*. Madrid: Civitas.
- Jourdan, S. (2012). *The collaborative economy is destroying jobs. What is next?* <http://magazine.ouis-hare.net/2012/10/collaborative-economy-destroying-jobs-whats-next/>
- Jurado, F. (2013). "Democracia 4.0: desrepresentación en el voto telemático de las leyes democracy 4.0; political de-representation by e-voting laws". *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 8: 119-138.
- Jurado, F. (2014). *Nueva Gramática Política. De la Revolución en las comunicaciones al cambio de paradigma*. Barcelona. Icaria.
- Jurado, F. (2014). "La Desrepresentación Política. Potencialidad de Internet en el proceso legislativo", en *Internet, Derecho y Política. Una década de transformaciones. Actas del X Congreso Internacional, Internet, Derecho y Política*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona 3-4 Julio, 2014. Barcelona: UOC-Huygens Editorial: 731-735.
- Katz, R. y Mair, P. (2004). "El partido cartel. Transformación de los modelos de partido y de la democracia de partidos", en *Zona Abierta*, nº 108-109: 9-42.
- Keane, J. (1992). *Democracia y sociedad civil*. Madrid: Alianza.
- Keane, J. (2009). *The Life and Death of Democracy*. Londres: Simon y Schuster.
- Keane, J. (2013). *Democracy and Media Decadence*. Cambridge: Cambridge University Press,
- Khamis, S. (2013). *The Role of the Media in Arab Transitions: How "Cyberactivism" is Revolutionising the Political and Communication Landscapes*. Disponible en: <http://www.iemed.org/observatori-en/arees-danalisi/arxiu-adjunts/anuari/iemed-2013/Khamis%20Media%20Arab%20Transition%20EN.pdf> [consulta: 02.04.2014]

- Khodyakov, D. (2007). "Trust as a process: A three-dimensional approach". *Sociology*, 1(4): 115-132.
- Kirchheimer (1966). "The Transformation of Western European Party Systems", en J. LaPalombara y M. Weiner (eds.). *Political Parties and Political Development*. New Jersey: Princeton University Press: 177-200.
- Kitschelt, H. (1993). "Social movements, political parties, and democratic theory". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1): 13-29.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Kritzer, H. M. (1977). *A theory of unconventional political action: the dynamics of confrontation*. Disponible en: <http://users.polisci.wisc.edu/kritzer/research/Protest/HoefnagelsBook1977.pdf> [consulta: 02.04.2014]
- Lagos, M. and Rose, R. (1999). "Young people in politics: a multi-continental survey". *Studies in Public Policy-University of Strathclyde Centre for the Study of Public Policy*.
- Léonard, A. (2014). *Valores y principios funcionan mejor que reglas y títulos*. Disponible en: <http://es.forumimpulsa.org/2014/forum-impulsa-2014/videos/299-antonin-leonard-valores-y-principios-funcionan-mejor-que-reglas-y-titulos>
- Levine, P. y Lopez, M. H. (2004). "Young people and political campaigning on the Internet". Fact Sheet <http://www.eric.ed.gov>, 80. disponible en: <http://www.civicyouth.org/PopUps/CampaigningonInternet.pdf> [13.03.2015].
- Livingstone, S. (2003). "Children's use of the internet: Reflections on the emerging research agenda". *New Media & Society*, 5(2): 147-166.
- Lois, M. y Alonso, A. (coords.) (2014). *Ciencia política con perspectiva de género*. Madrid: Akal.
- Lois, M. y Alonso, A. (2014). "Instituciones y estructuras políticas". En Lois, M. y Alonso, A. (coords.). *Ciencia política con perspectiva de género*. Madrid: Akal: 69-98.
- Lombardo y Meier (2014). *The Symbolic Representation of Gender*. Aldershot: Ashgate.
- Madden, M.; Lenhart, A.; Cortesi, S.; Gasser, U.; Duggan, M.; Smith, A. y Beaton, M. (2013). "Teens, Social Media, and Privacy". *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. Accedido 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>
- Madden, M.; Rainie, L.; Zickuhr, K.; Duggan, M. y Smith, A. (2014). "Public Perceptions of Privacy and Security in the Post-Snowden Era". *Pew Research Internet Project*.
- Madden, M. y Smith A. (2010). "Reputation Management and Social Media". *Pew Research Internet Project* [08.01.2015]
- Makkonen, J. (2013). *Is the collaborative economy only for the privileged?* Disponible en: <http://ouishare.net/2013/03/is-the-collaborative-economy-only-for-the-privileged>

- Mallone, T. W. (2004). *The Future of Work*. Boston: Harvard Business School Press.
- Marcuello, C. y Marcuello, Ch. (2014). "Escasa participación cívica, débil capital social". Fundación Encuentro: <http://www.informe-espana.es/escasa-participacion-civica-debil-capital-social>
- Martínez, F. (2013). "La Vanguardia cambia de director para descolgarse del proceso soberanista". *Diario.es*. Disponible en: http://www.eldiario.es/politica/Vanguardia-director-descolgarse-proceso-soberanista_0_206829738.html [09-12-2014].
- Martínez, R. (2014). "Internet y Política (Versión 1.0). Política para la Red. Política con la Red. Política desde la Red". En Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- McCormick, J. (2011). *Machiavellian Democracy*. Reino Unido: Cambridge University Press.
- Megías Quirós, I. (2014). *Jóvenes y valores (II). Los discursos*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Megias, I. y Rodríguez, E. (2014). "La tecnología, 'lo personal' y lo social. En Sanmartín, A. (coord.). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Metahaven (2013). *Can Jokes Bring Down Governments?: Memes, Design and Politics*. Amsterdam: Strelka Press.
- Milner, R. M. (2013). "Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement". *International Journal of Communication*, 7 (2013): 2357-2390.
- Mir, J. (coord.) et al. (2013). *Moviments socials i joves activistes. Una aproximació qualitativa de la participació de la joventut en organitzacions polítiques no convencionals*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Miró, I. y Oriz de Villacian, D. (2001). *Treball, valors i canvi. Les ruptures en la precarietat*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Mongili, A. (2007). *Tecnologia e società*. Roma: Carocci.
- Montgomery, K. C. (2008). "Youth and digital democracy: Intersections of practice, policy, and the marketplace". *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*, 1: 25-49.
- 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.
- Morell Fuster, M. y Salcedo, J. L. (2014). "De la Ley Sinde a la de Propiedad Intelectual: menos libertad en la Red, ¿menor movilización?" *eldiario.es* Disponible en: http://www.eldiario.es/interferencias/Ley_de_Propiedad_Intelectual_Ley_Sinde_15M_6_230686946.html

Moreno Mínguez, A. (coord.); López Peláez, A. y Segado Sánchez-Cabezudo, S. (2012). *La transición de los jóvenes a la vida adulta. Crisis económica y emancipación tardía*. Colección Estudios Sociales Núm. 34. Barcelona: Obra Social la Caixa.

Moreno, A. y Rodríguez, E. (2013). *Informe Juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE.

Morozov, E. (2012). *El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la Red*. Barcelona: Destino.

Muñoz, J.; Anduiza, E. y Rico, G. (2014). "2. Empowering cuts? Austerity policies and political involvement in Spain. How Welfare States Shape the Democratic Public: Policy Feedback". *Participation, Voting, and Attitudes*, 19.

Muro, D. y Vidal Lorda, G. (2014). *MIND THE GAPS - the political consequences of the great recession in Europe*. Notes internacionals CIDOB: 90

Newton, K. (2001). "Trust, social capital, civil society, and democracy". *International Political Science Review*, 2(22): 201-214. doi: 10.1177/0192512101222004

Norris, P. (1999). "Introduction: the growth of critical citizens?". *Critical citizens: Global support for democratic government*: 1-27.

Norris, P. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press.

Norris, P. (2011). *Critical citizens revisited*. 2011th ed. Cambridge Univ Press. Disponible en: <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Books/Critical%20Citizens%20Revisited.htm> [20.09.2011].

Nunes, R. (2014). *Organisation of the Organisationless: The Question of Organisation After Networks*. Londres: Mute Books.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2014). *Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE 2013*. ONTSI-Instituto Nacional de Estadística.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2014). *Indicadores destacados de la sociedad de la información en España*. Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/indicadores_destacados_abril_2014.pdf [02.04.2014]

Ogien, A. y Laugier, S. (2014). *Le principe démocratie*. Paris: La Découverte.

Oji (2013). *Informe ejecutivo: El futuro ya llegó: 1ª encuesta iberoamericana de juventudes*. Disponible en: http://www.oij.org/file_upload/publicationsItems/document/20130719163951_42.pdf

Ouiki (2014). *About Ouishare - Our 10 values*

http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=About_Ouishare#Our_10_Values

y *Ouishare Public Policy and Advocacy*

http://ouiki.ouishare.net/index.php?title=Ouishare,_Public_Policy_and_Advocacy

Ouishare (2013). *Collaborative Consumption is still an elite movement. We need to break that*. <http://ouishare.net/2013/02/markus-barnikel-carpooling-mobility-collaborative-consumption>

- OuShare (2014). *About the collaborative economy*. http://www.ouishare.net/en/about/collaborative_economy [01/01/2015]
- Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en Internet*. Madrid: Traficantes de sueños. Disponible en: <http://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/El%20kit%20de%20la%20lucha%20en%20Internet-Traficantes%20de%20Sue%C3%B1os.pdf> [consulta: 06.06.2014]
- Parés, M. (2014). "Jóvenes, Internet y política: estado de la cuestión", en Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y Política*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud – Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Pavlik, E. (2013). *Renuncio al dinero*. <http://www.yorokobu.es/moneyless>
- Pérez Nuevas, S.; García Albacete, G.; Martín, I.; Montero, J. R.; Sanz, A.; Lorente, J. et al. (2013). *Los efectos de la crisis económica en la democracia española: legitimidad, insatisfacción y desafección*. Disponible en: <http://www.uam.es/otros/afduam/documentos/Informe-Los%20efectos%20de%20la%20crisis.pdf>
- Pew Research Center (2010). *Millenials: a portrait of generation next*. www.pewresearch.org/millennial
- Pharr, S. J. y Putnam, R. D. (2000). *Disaffected democracies: what's troubling the trilateral countries?* Princeton University Press.
- Pick, F. (2012). *Building Trust in Peer-to-Peer Marketplaces: An Empirical Analysis of Trust Systems for the Sharing Economy*. Zeppelin University.
- Pisarello, G. (2014). *Procesos constituyentes: caminos para la ruptura democrática*. Madrid: Editorial Trotta.
- Pitkin, H. (2014). *El concepto de representación*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales (CEPC).
- Pollock, G.; Grimm, R. y Ellison, M. (2014). "Young People's understanding of History and Contemporary Politics: Trust, Representation and Barriers to participation". Presentación de resultados preliminares del proyecto de investigación europeo MYPLACE. Disponible en http://www.fp7-myplace.eu/documents/policy-forum/141120_MYPLACE_Brussels_10%202.pdf
- Poster, M. (2007). "Internet Piracy as Radical Democracy", en L. Dahlberg y E. Siapera (eds.). *Radical Democracy and the Internet. Interrogating Theory and Practice*. Nueva York: Palgrave-Macmillan: 207-225.
- Radcliffe-Brown, A. R. (1993). "La estructura social", en Radcliffe-Brown, A. R. (Ed.). *El método de la antropología social*. Barcelona: Anagrama.
- Rainie, L.; Kiesler, S.; Kang, R. y Madden, M. (2013). "Anonymity, Privacy, and Security Online". *Pew Research Internet Project*. Accedido el 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2013/09/05/anonymity-privacy-and-security-online/>

- Rainie, L.; Smith, A.; Scholozman, K.; Brady, H. y Verba, S. (2012). "Social Media and Political Engagement". *Pew Research Internet Project*. Accedido el 8 de enero de 2015 en: <http://www.pewinternet.org/2012/10/19/social-media-and-political-engagement>
- Reichertz, J. (2009). "Abduction: The Logic of Discovery of Grounded Theory". *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 11(1).
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Madrid. Paidós.
- Robles, J. M. (2006). "Los jóvenes y las nuevas formas de participación política a través de Internet". *Revista de Estudios de Juventud*, 75: 155-169.
- Rodríguez, E. y Ballesteros, J. C. (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- Rosanvallón, P. (2008). *Counter-democracy: Politics in an age of distrust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosanvallón, P. (2009). *La legitimidad democrática*. Buenos Aires: Editorial Manantial.
- Rosanvallón, P. (2012). *La sociedad de los iguales*. Barcelona: RBA Política y Sociedad.
- Rosenstone, D. y Hansen, J. M. (1993). *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. Nueva York: MacMillan.
- Roszak, T. (2005) [1968]. *El nacimiento de una contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil*. Barcelona: Kairós.
- Salcedo, J. L. (2012). *La visibilidad mediática de actores políticos en la red. La política de gestión de contenidos digitales y la propiedad intelectual en España y en el Reino Unido*. Universitat Autònoma de Barcelona. info:eu-repo/semantics/tesis doctoral. Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/96483> [21-112013]
- Salmon, A. (2007). *El enigma Ciudadans: un misterio político al descubierto*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.
- Sampedro, V. y Sánchez Duarte, J. M. (2011). *La Red era la plaza*. Disponible en: <http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf> [consulta: 04.06.2014]
- Sampson, T. D. (2012). *Virality: Contagion Theory in the Age of Networks*. London: University of Minnesota Press.
- Sánchez, C. (2010). *Condicions de vida i hàbits socials de la joventut a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

- Sánchez-Cedillo, R. (2012). *El 15M como insurrección del cuerpo-máquina*. Disponible en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=145402> [consulta: 02.04.2014]
- Sánchez-Cuenca, I. (2014). *La impotencia democrática. Sobre la crisis política de España*. Editorial La Catarata.
- Sartori, G. (2005). *Partidos y Sistemas de partidos: marco para un análisis*. Madrid: Alianza Editorial.
- Scheinder, N. (2014). *Owning is the new sharing*. Disponible en: <http://www.shareable.net/blog/owning-is-the-new-sharing>
- Scratch (2014). *The Millennial Disruption Index (2014)*. Disponible en: <http://www.millennialdisruptionindex.com>
- Sedgwick, E. K. y Frank, A. (2003). *Touching Feeling: Affect, Pedagogy, Performativity*. Durham y London: Duke University Press.
- Serra i Puig, B. (2012). "L'Assemblea Nacional Catalana (anc): moviment i política". *Anuari del Conflict Social*, 1.
- Serracant, P. (2012). «Generació ni-ni», estigmatització i exclusió social. *Gènesi i evolució d'un concepte problemàtic i proposta d'un nou indicador*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Serrano, J. (dir.); Sempere, D. y Martín, G. (1999). *Joves i participació a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Shareable (2014). *Interview to Shelby Clark*. Disponible en: <http://www.shareable.net/blog/the-new-peers-a-qa-with-shelby-clark>
- Sharon (2014). *Transactional Sharing, Transformational Sharing*. Disponible en: <http://www.shareadelaide.com/transactional-sharing-transformational-sharing>
- Sharp, G. (1988). *La lucha política no violenta*. México DF: ChileAmérica CESOC. Disponible en: <http://www.aeinstein.org/wp-content/uploads/2013/10/La-Lucha-Politica-Nonviolenta.pdf> [02.04.2014]
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge: The MIT Press.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.
- Silva, R. (2014). "El gasto de tener un coche". *El País*. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/11/21/media/1416597831_091886.html
- Silva Machado, J. A. (2004). "Movimientos sociales y activismo en red". *II Congreso Online del Observatorio para la cibernsiedad*. GT-46. Barcelona: UOC.
- Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Smelser, N. (1989) [1963]. *Teoría del comportamiento colectivo*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Snow, D. A. y Benford, R. D. (1988). "Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization". *International Social Movement Research*, 1: 197-219.
- Soler i Martí, R. (2013). *Democràcia, participación i joventut. Una anàlisi de l'Enquesta de participació i política 2011*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Soler i Martí, R. (2014). "Youth political involvement update: measuring the role of cause-oriented political interest in young people's activism". *Journal of Youth Studies*, forthcoming.
- Sports Illustrated (2006). "Blogs, photo sites give everyone a peek at athletes' lives". *Sports Illustrated* (26 May), en: <http://www.si.com>
- Subirats, J. (2011). *Otra sociedad. ¿Otra política?* Barcelona: Icaria.
- Subirats, J. (2012). "Algunas ideas sobre política y políticas en el cambio de época: Retos asociados a la nueva sociedad y a los movimientos sociales emergentes". *Interface: a journal for and about social movements*, 4 (1): 278-286.
- Subirats, J. (2013). *La transición inaplazable. Salir de la crisis desde los nuevos sujetos políticos*. Barcelona: Icaria.
- Subirats, J. (2014). "Pasar a la acción". *El País*.
- Subirats, J. y Vilaregut, R. (2012). "El debat sobre la independència a Catalunya. Causes, implicacions i reptes de futur". *Anuari del conflicte social*, 1.
- Sundararajan, A. (2014). *The Sharing Economy. The Diane Rehm Show*. Disponible en: <http://thedianerehmshow.org/shows/2014-07-02/sharing-economy>
- Syntomer, Y. (2013). "The Meanings of Political Representation". *Raisons Politics*, 50 (2): 13-34.
- Taberna, F. y Campos, L. (2014). *Calidad empleo joven. Becarios y prácticas. Informe final*. Disponible en: <http://www.cje.org/descargas/cje5465.pdf>
- Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza.
- Tascón, M. y Quitana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Catarata.
- The Guardian (2009). "US congressman in row over use of Twitter during Baghdad trip". *The Guardian* (12 febrero). Disponible en: <http://www.theguardian.com/technology/2009/feb/11/twitter-pete-hoekstra-iraq-trip>
- The Guardian (2013). "Paris Brown: no further action to be taken over Twitter comments". *The Guardian* (21 abril). Disponible en: <http://www.theguardian.com/uk/2013/apr/21/paris-brown-no-action-twitter-comments>
- Thomson, D. y Weissmann, J. (2012). *The Cheapest Generation*. http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/09/the-cheapest-generation/309060/?single_page=true

- Torcal, M. (2014). "The Decline of Political Trust in Spain and Portugal. Economic Performance or Political Responsiveness?" *American Behavioral Scientist*, forthcoming.
- Toret, J. (coord.) et al. (2013). *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas*. Barcelona: UOC. Disponible en: http://journals.uoc.edu/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878/n13_toret
- Tormey, S. (2015). *The End of Representative Politics*. Cambridge: Polity.
- Tosas, G. (2014). "Tendencias en redes sociales para el 2015". *La Vanguardia* (30/12/2014) en: <http://www.lavanguardia.com/tecnologia/redes-sociales/20141230/54422884530/tendencias-redes-sociales-2015.html#/?numPage=2>
- Trilla, J. (coord.) (2011). Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación". Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Two Much (2014). *Relevancia de la economía colaborativa en la opinión pública española*. <http://www.slideshare.net/twomuchrs/economia-colaborativaopinionpublicaespa>
- UPF / European Social Survey (2013). *Datos de la Encuesta Social Europea*. Disponibles en <http://www.upf.edu/ess/datos/sexta-ed.html> A partir de *ESS Round 6*. 2012. Disponible en: <http://www.europeansocialsurvey.org/data/download.html?r=6>
- Uslaner, E. M. (2000). "Producing and consuming trust". *Political Science Quarterly*, 4 (115): 569-590.
- Valdes (1989), en Bodley, J. H, (1994). *An Anthropological Perspective en Cultural Anthropology: Tribes, States, and the Global System*.
- Vázquez, F. (1994). *Análisis de contenido categorial: el análisis temático*. Barcelona: Unitat de Psicologia Social - Universitat Autònoma de Barcelona.
- Verdú, D. (2014). "Diga derecho a decidir, no independencia". *El País*.
- Verge, T. (2006). "Mujer y partidos políticos en España: las estrategias de los partidos y su impacto institucional, 1978-2004". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº115: 165-196.
- Vidal, P. (coord.) et al. (2006). *El movimiento asociativo juvenil: escuelas de ciudadanía. La valoración social de los aprendizajes en las organizaciones juveniles*. Madrid: CJE.
- WAA (2012). *Tecnopolítica, Internet y R-evoluciones. Sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*. Barcelona: Icària. Disponible en: http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/Tecnopolitica,%20internet%20y%20r-evoluciones.pdf [05.06.2014]
- WAA (2013). *Juventud y redes sociales. Motivaciones y usos preferentes*. Disponible en: www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4147287.pdf [02.04.2014]
- WAA (2014). *Documentos de la Asamblea Ciudadana Sí se puede*. Disponibles en: http://asambleaciudadana.podemos.info/resultados_completos/

We are social (2014). *Global digital statistics 2014*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/social-digital-mobile-around-the-world-january-2014> [02.04.2014]

Windisch, E. y Medman, N. (2008). "Understanding the digital natives". *Ericsson Business Review*, 36-39.

Wolf, M. y Savage, J. (2011). *The Role of Youth*. Micro-documental publicado en la plataforma Op-Docs de *The New York Times* [04/12/2014]. Disponible en: <http://www.nytimes.com/video/opinion/100000001204421/the-role-of-youth.html>

Wolkmer, A. C. (2006). *Pluralismo jurídico, fundamentos de una nueva cultura del derecho*. Sevilla: Ed. MAD.

Xie, J.; Sreenivasan, S.; Korniss, G.; Zhang, W.; Lim, C. y Szymanski, B. K. (2011). "Social consensus through the influence of committed minorities". *Phys. Rev. E* 84, 011130.
doi: 10.1103/PhysRevE.84.011130

York, J. (2011). "2011 in Review: Internet Freedom in the Wake of Arab Spring". *Electronic Frontier Foundation* (31/11/2011).

ANEXOS

ANEXO 1.

Personas entrevistadas

ORGANIZACIONES POLÍTICAS (JUVENILES) CONVENCIONALES

(Jordi Bonet y Eduardo Moreno)

Entrevistas realizadas durante los meses de abril y mayo de 2014 a miembros de:

Partidos políticos

- Joventuts d'Esquerra Verda [1]
- Izquierda Unida - Unión de Juventudes Comunistas de España [3]
- Partido Socialista Obrero Español - Juventudes Socialistas de España [4]
- Partido Popular - Nuevas Generaciones [6]
- Convergència i Unió - Joventut Nacionalista de Catalunya [7]
- Unión del Pueblo Navarro - Juventudes Navarras [8]
- Esquerra Republicana de Catalunya - Joves d'Esquerra Republicana de Catalunya [10]
- Ernai [11]

Sindicatos

- Comisiones Obreras - Jóvenes de CCOO [2]
- Unión General de Trabajadores - Avalot Joves de la UGT [9]

Consejos de la juventud

- Consejo Juventud Andalucía [8]

Partidos híbridos

- Podemos [12]

ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES

(Nuria Alabao y Adrià Rodríguez)

Entrevistas realizadas durante el mes de mayo de 2014 a miembros de las denominadas organizaciones políticas no convencionales:

- Raúl (Grupo de Comunicación de la Asamblea de Gamonal): 10/05/2014
- Doris Cutiérrez (Grupo de Comunicación de la Asamblea de Gamonal y Community Manager de la Plataforma en Defensa del Canal de Isabel II): 10/05/2014

- Susana Sanz (Organización del equipo de comunicación de Gamonal y miembro de People Witness): 09/05/2014
- Aurora (Interviene Gila y Toque a Bankia): 09/05/2014
- Jota y Marta Franco (Difusión en Red, Movimiento por la Democracia, Catorce.cc): 14/05/2014
- Oriol Puig (Jóvenes de la Asamblea Nacional Catalana): 17/05/2014
- Francisco Jiménez (E-Cristians): 18/05/2014
- Rita Maestre (Juventud Sin Futuro y Comunicación de Podemos): 14/05/2014
- Pablo Padilla (Juventud Sin Futuro): 15/05/2014
- Alberto (Unión Interinstitutos de Madrid): 15/05/2014

TENSIONES, RELACIÓN E INFLUENCIA ENTRE ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES Y LA POLÍTICA INSTITUCIONAL

(Francisco Jurado)

Entrevistas realizadas durante el mes de junio de 2014 a miembros de plataformas, colectivos o movimientos ciudadanos:

- Eduardo Robles Elvira, de Agora Voting: 07/06/2014
- Jon Aguirre Such, de Paisaje Transversal: 13/06/2014
- Vicky Bolaños, de Qué Hacen Los Diputados: 05/06/2014
- Patricia Villaveva Illanes de XlaDemocraciaDirecta (Por la Democracia Directa): 05/06/2014
- Miguel Ongil, de Cuentas Claras: 12/06/2014
- José Felix Ontañón Carmona, de Openkratio: 10/06/2014

JÓVENES DE CIUDADANOS - PARTIDO DE LA CIUDADANÍA

(Jordi Bonet i Martí)

Entrevista realizada en noviembre de 2014 a representante de Ciudadanos:

- Laura Tinadonis (responsable comunicación de Jóvenes de Ciutadans): 18/11/2014

GUANYEM BARCELONA / BARCELONA EN COMÚ

(Nuria Alabao y Aitor Carr)

Entrevistas realizadas durante el mes de octubre de 2014 a representantes de Barcelona en Común y Ganemos Madrid:

- Gala Pin, de Guanyem Barcelona: 15/10/2014
- Emmanuel Rodríguez, de Ganemos Madrid: 22/10/2014

PODEMOS

(Nuria Alabao y Francisco Jurado)

Entrevistas realizadas durante el mes de octubre de 2014 a representantes del partido Podemos:

- Miguel Arana (19/10/2014)
- Eduardo Fernández (21/10/2014)

ASSEMBLEA NACIONAL CATALANA

(Marco Berlinguer y Jorge Luis Salcedo)

Entrevistas realizadas durante los meses de junio, octubre y noviembre de 2014 a representantes de la Asamblea Nacional Catalana:

- Jordi Martínez, responsable redes sociales en la ANC (06/10/2014)
- Ana Rosenfeld, responsable comunicación ANC (08/10/2014)
- Oriol Puig, representante de l'Assemblea dels Joves de la ANC (17/06/2014; entrevista realizada por Nuria Alabao y Adrià Rodríguez)
- Saül Cordillo, periodista, autor del libro *Soberania.cat* (21/10/2014)
- Ricard Vilaregut, investigador sobre el independentismo catalán y miembro fundador de la ANC (12/11/2014)

ANEXO 2.

Guión cuestionarios y entrevistas

PARA ORGANIZACIONES POLÍTICAS (JUVENILES) CONVENCIONALES

(Jordi Bonet y Eduardo Moreno)

Presentación

Tras presentarnos se informará a la persona entrevistada del organismo financiador, los objetivos y finalidad de la investigación, así como del producto esperado (la realización de una publicación). Se le pedirá el consentimiento informado para la realización de la entrevista y se pedirá si prefiere que la entrevista resguarde el anonimato o aparezca su nombre y apellido.

1. ¿Puede describirnos su cargo en la organización? ¿Desde cuándo lo ocupa? ¿Cuáles son sus funciones?
2. ¿Puede detallarnos su grado de conocimiento y uso de las nuevas tecnologías de la información? ¿En qué medida le son útiles dichas tecnologías en el desempeño de sus funciones?
3. ¿Puede describirnos brevemente la historia y los objetivos de su organización? ¿Cuándo se funda? ¿De qué medios dispone (locales, servicios...)? ¿Qué actividad desarrolla? ¿De cuántos afiliados o simpatizantes consta?
4. ¿Qué vinculación mantiene su organización con el partido o sindicato con qué se relaciona? (únicamente para organizaciones juveniles vinculadas a partidos o sindicatos)
5. ¿Qué relación mantiene con organizaciones de la sociedad civil (entidades ciudadanas, movimientos sociales...)?
6. ¿Mantiene vínculos con otras organizaciones o federaciones internacionales? ¿Con cuáles? ¿Con qué asiduidad?
7. ¿Cuál diría que es la percepción que su organización tiene de la acción política? ¿Para qué consideran que sirve la política y cómo se sitúa su organización respecto a ella?
8. ¿Cómo cree que la ciudadanía y los jóvenes perciben a su organización?
9. Últimamente, se ha hablado en los medios de comunicación y en instancias académicas de la existencia de desafección ciudadana respecto a la política, que habría puesto en crisis las instancias políticas tradicionales ¿Considera justificada esta apreciación? En caso afirmativo, ¿cómo intenta su organización dar respuesta a esta problemática?

10. ¿Cómo describiría el perfil social de sus militantes-afiliados (estudiantes, universitarios, trabajadores, jóvenes profesionales...)? ¿Considera que sus militantes-afiliados responden al perfil medio de joven? En caso contrario, ¿en qué se diferencian?
11. ¿Cuáles considera que son las principales problemáticas de la juventud en este país?
12. ¿Qué soluciones promueve su organización para dar respuesta a dichas problemáticas?
13. En relación a las siguientes problemáticas: paro, crisis económica, sistema educativo, carestía de vivienda, drogas. ¿Puede describirme brevemente qué soluciones promueve su organización para dar respuesta a dichos problemas?
14. ¿Cómo describiría el perfil digital de sus militantes-afiliados/as (es decir, el conocimiento y uso que hacen de las nuevas tecnologías)?
15. ¿Considera importante para el desarrollo de la organización que las personas que formen parte dispongan de una trayectoria en las nuevas tecnologías?
16. ¿Qué lugar ocupan las nuevas tecnologías e Internet en el seno de su organización? ¿Cómo definiría el uso que se le da a la Red en su organización (informativo, coordinativo/organizativo, proselitismo...)?
17. ¿Puede describirnos brevemente las características de su web (interactividad, dispone de Intranet para afiliados/militantes, servicios añadidos...)? ¿Con qué asiduidad se actualizan los contenidos? ¿Podría decirnos cuando fue la última vez que se realizó un rediseño global de la web?
18. ¿Dispone su organización de un servicio de newsletter (boletín de noticias) o lista de correo? En tal caso, ¿esta lista está segmentada (afiliados, simpatizantes...)?
19. ¿Utilizan WhatsApp, Telegram, Blackberry Messenger u otras plataformas de mensajería cruzada en la organización? ¿Con qué finalidades?
20. ¿Puede describirnos el conjunto de medios digitales que utiliza su organización (*blogs, blogrolls*, redes sociales, herramientas de coordinación...)?
21. ¿Qué uso se hace de las redes sociales? ¿Existe un plan de comunicación de la organización? ¿Se ha desarrollado específicamente un *social media plan*? ¿Dispone de una estrategia del uso de redes sociales? ¿Qué papel juegan los afiliados/simpatizantes de su organización en las redes sociales (viralizar contenidos, interaccionar...)? ¿Existe alguna directriz estratégica, espacios de agrupación...)
22. ¿Dispone su organización de un/a *community manager*?
23. ¿Se realiza una monitorización del uso de la red (posicionamiento SEO, métrica web...)? ¿Qué instrumentos se utilizan para el monitoreo? ¿Con qué asiduidad?
24. ¿Existe una comisión orientada a la Red y al uso de las nuevas tecnologías? ¿Cuáles son sus funciones? ¿Las personas que la integran disponen de capacitación específica en el campo de las TIC?
25. ¿Ha desarrollado la organización algún estudio interno sobre los usos TIC de sus militantes-afiliados/as?

26. ¿Qué planes de futuro tiene su organización en relación al desarrollo de las TIC?
27. ¿En qué medida se considera que la aparición de las TIC ha cambiado las formas de organizarse, coordinarse y comunicar de la organización?
28. ¿Qué mecanismos de coordinación, información interna o toma de decisiones de la organización se desarrollan a través de las TIC?
29. ¿Utiliza su organización formas de participación o voto electrónico?
30. ¿Utilizan herramientas de *groupware* (Googledrive, Googledocs, *pads*, Googlecalendar...)? ¿Quiénes las utilizan (*staff*, afiliados/as, simpatizantes...) y con qué fin?
31. ¿Utilizan aplicaciones de *cloud computing* (Dropbox, Doodle...)? ¿Quiénes las utilizan y con qué fin?
32. ¿Utilizan mecanismos de *crowdfunding* (microemprendimiento digital) para la obtención de fondos?
33. ¿Utilizan sistemas de videoconferencia? ¿Cuáles (Hangout, Skype, sistemas profesionales)?
34. ¿Utilizan canales de *streaming* para difundir sus actividades? ¿Cuáles?
35. ¿Considera que el uso de las TIC ha comportado la aparición de nuevas formas de acción política?
36. Como organización, ¿qué temáticas concretas han sido desarrolladas en relación a las TIC? (*)
37. ¿Existe un posicionamiento de su organización alrededor de los derechos y libertades digitales (privacidad, acceso universal, licencias abiertas, *software* libre)? (*)
38. ¿Existe un posicionamiento de su organización respecto a la brecha digital (dificultad de acceso/formación en TIC)? (*)
39. ¿Existe un posicionamiento acerca del voto electrónico? (*)
40. ¿Existe un posicionamiento de su organización acerca de la economía digital? (*)
41. ¿Se plantean seminarios internos de capacitación en el uso de las TIC (orientados a afiliados, simpatizantes...)?
42. Finalmente, me gustaría hacerle una pregunta global ¿En qué medida cree que el potencial de las nuevas tecnologías puede cambiar la relación entre juventud y política?

Clausura y agradecimientos

Se agradecerá al/la informante su participación en la entrevista y se le pedirá si está disponible para ulteriores aclaraciones. Así mismo, se le preguntará si requiere una copia de la transcripción y se le informará que recibirá un ejemplar de la publicación.

* Hay que evitar que el entrevistado nos hable de su posicionamiento individual, aquello que nos interesa conocer es el posicionamiento como organización, si existe o no y cuál es.

ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES

(Nuria Alabao & Adrià Rodríguez)

1. Entrevistas a organizaciones

Presentación

Información sobre los objetivos de la investigación, trabajo final y tipo de difusión; así como la posible devolución de los resultados. Se le pedirá el consentimiento para la realización de la entrevista y se pedirá si prefiere que la entrevista resguarde el anonimato o aparezca su nombre y apellido.

Organización

Entrevistado:

- ¿Desde cuándo forma parte de la organización? ¿Cómo entró a formar parte de la misma?
- ¿Había formado parte de otras agrupaciones políticas anteriormente? ¿Cuál diría que era su interés en política antes de formar parte de estas agrupaciones?

Contenidos/recursos:

- ¿Puede describirnos brevemente la historia y los objetivos de su organización? ¿Cuándo se funda? ¿De qué medios dispone (locales, servicios...)?
- ¿Cómo es esa forma organizativa? ¿Dónde se toman las decisiones y cómo (asamblea, comisiones, grupos de trabajo, etc.)? ¿Han evolucionado con el tiempo?
- ¿Cómo se producen nuevas incorporaciones?
- ¿Cómo diría que las TIC contribuyen a facilitar esa estructura organizativa?

Otros integrantes:

- ¿Cuántas personas integran la organización?
- ¿De qué edades? ¿Hay diferencias entre el grupo de edad y la asunción de responsabilidades dentro de la organización? ¿Encuentra diferencias en el uso de las distintas formas de comunicación (redes sociales, listas de correo, WhatsApp y similares) según los grupos de edad?
- ¿Cómo describiría el perfil social de sus militantes (estudiantes, universitarios, trabajadores, jóvenes profesionales...)?

Trayectoria e historia de vida digital de los integrantes de la organización:

- ¿Considera importante para el desarrollo de la organización que las personas que formen parte dispongan de una trayectoria en las nuevas tecnologías?
- ¿Qué tipo de formación se les proporciona o cómo se produce el aprendizaje sobre las TIC?

Liderazgo:

- ¿Cómo definiría los distintos roles o responsabilidades que se asumen dentro del colectivo/organización? ¿Ha cambiado esto con el tiempo?

Dimensión uso de Internet:

- ¿Puede describirnos brevemente las características de su web?
- ¿Puede describirnos el conjunto de medios digitales que utiliza su organización (*blogs, blogrolls, redes sociales, herramientas de coordinación...*)?
- ¿Qué mecanismos de coordinación, información interna o toma de decisiones de la organización se desarrollan a través de las TIC?
- ¿Dispone de un servicio de *newsletter* (boletín de noticias)?
- ¿Dispone de listas de correo? ¿Cuáles son sus usos?
- ¿Utilizan WhatsApp, Telegram u otras plataformas de mensajería cruzada? ¿Nivel de *netiqueta*? ¿Para qué se utilizan? ¿Podría elaborar un esquema de esto?
- ¿Qué uso realiza de las herramientas de *groupware* (Google Drive, Google Docs, *pads*, Google Calendar...)?
- ¿Utilizan aplicaciones de *cloud computing* (Dropbox, Doodle...)? ¿Quiénes las utilizan?
- ¿Cuál diría que es el uso dominante de la Red (informativo, coordinativo/organizativo, proselitismo...)?
- ¿Qué uso se hace de las redes sociales? ¿Existe un plan de comunicación de la organización? ¿Dispone de una estrategia del uso de redes sociales?
- ¿Dispone su organización de un/a *community manager*, varios? ¿Cómo se distribuyen las tareas de CM para cuentas Twitter, Facebook, contenidos web, *blog*, otros?
- ¿Existen protocolos consensuados sobre su uso (escritos, tácitos)? ¿Cómo se llegó a ellos?
- ¿Se realiza una monitorización del uso de la Red (posicionamiento SEO, métrica web...)? ¿Qué instrumentos se utilizan para el monitoreo?

Actividades de la organización:

- ¿Hay reuniones presenciales? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Qué tipo de decisiones se toman presencialmente? ¿Hay formas de toma de decisiones que pasen por TIC?

Visibilidad:

- ¿Qué tipo de actividades públicas desarrolla? Breve descripción de las mismas.
- ¿Cómo describiría la importancia de la dimensión comunicativa de los contenidos que promueve su organización?

1. En relación con las acciones (capa física), ¿cómo se promueven antes de que sucedan?
 2. En relación con los medios de comunicación, ¿se trabaja específicamente?
 3. En relación con las redes, ¿trabajan contenidos con función informativa?
- Si realizan acciones, ¿cómo se prepara la parte comunicativa de las mismas en Internet (comunicados, fotos/vídeo, *streaming*, *post* en Facebook, Twitter, etc.)?

La Red como metáfora

- ¿En qué medida se considera que la aparición de las TIC ha cambiado las formas de organizarse, coordinarse y comunicar de la organización?
- ¿Considera que las TIC han comportado la aparición de nuevas formas de acción política?

Clausura y agradecimientos

Se agradecerá al/la informante su participación en la entrevista y se le pedirá si está disponible para ulteriores aclaraciones. Así mismo, se le preguntará si requiere una copia de la transcripción y se le informará que recibirá un ejemplar de la publicación.

2. Entrevistas sobre acontecimientos

Presentación

Información sobre los objetivos de la investigación, trabajo final y tipo de difusión. Así como la posible devolución de los resultados. Se le pedirá el consentimiento para la realización de la entrevista y se pedirá si prefiere que la entrevista resguarde el anonimato o aparezca su nombre y apellido.

Grupo promotor

- ¿Desde cuándo y cómo entró a formar parte del núcleo promotor de la propuesta?
- ¿De dónde proviene el grupo promotor? ¿Qué antecedentes militantes tiene?
- ¿Cuántas personas integran el grupo promotor?
- ¿De qué edades? ¿Hay diferencias entre el grupo de edad y la asunción de responsabilidades dentro de la grupo promotor? ¿Encuentra diferencias en el uso de las distintas formas de comunicación (redes sociales, listas de correo, WhatsApp y similares) según los grupos de edad?
- ¿Cómo describiría el perfil social de sus militantes (estudiantes, universitarios, trabajadores, jóvenes profesionales...)?

- ¿Cuál es el perfil de uso de las TIC de sus integrantes? ¿Y el perfil de uso de las redes sociales? Presencia de usuarios “líderes de opinión” en redes sociales (ej: twitteros con más de 1.000 seguidores, etc.).
- ¿Cómo se producía la transmisión de conocimientos? ¿Se realizaba únicamente a través de las TIC o también de forma presencial? ¿De manera formal o informal?

Acción:

- ¿Cuándo y cómo surge la idea?
- ¿Puede describirnos los objetivos de la propuesta?
- ¿Cómo se desarrollaron las etapas de su implementación?
- ¿Cómo definirías los distintos roles o responsabilidades que se asumen dentro del colectivo/grupo promotor? ¿Cambió esto con el tiempo? ¿Se daban jerarquías de tipo meritocrático, u otros?
- ¿Había reuniones presenciales? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Cómo diría que las TIC contribuyeron a facilitar esa estructura organizativa?

Otros colaboradores:

- ¿Cuántas personas aproximadamente llegaron a formar parte de la red? ¿Cómo estaba configurada? (Tratar de dibujar el diseño de la misma)
- ¿Cómo se coordinaban grupo promotor y resto de la red?

Dimensión uso de Internet

- ¿Puede describirnos brevemente las características de la web?
- ¿Puede describirnos el conjunto de medios digitales que utiliza su grupo promotor (*blogs, blogrolls, redes sociales, herramientas de coordinación...*)?
- ¿Qué mecanismos de coordinación, información interna o toma de decisiones de la grupo promotor se desarrollan a través de las TIC?
- ¿Dispone de un servicio de *newsletter* (boletín de noticias)?
- ¿Dispone de listas de correo? ¿Cuáles son sus usos?
- ¿Utilizan WhatsApp, Telegram u otras plataformas de mensajería cruzada? ¿Nivel de *netiqueta*? ¿Para qué se utilizan? ¿Podría elaborar un esquema de esto?
- ¿Qué uso realiza de las herramientas de *groupware* (Googledrive, Googledocs, *pads*, Googlecalendar...)?
- ¿Utilizan aplicaciones de *cloud computing* (Dropbox, Doodle...)?
- ¿Qué uso se hacía de las redes sociales? ¿Cómo se desarrolló el plan de comunicación del grupo promotor?

- ¿Dispone su grupo promotor de un/a *community manager*, varios? ¿Cómo se distribuyen las tareas de CM para cuentas Twitter, Facebook, contenidos web, *blog*, otros?
- ¿Existen protocolos consensuados sobre su uso (escritos, tácitos)? ¿Cómo se llegó a ellos?
- ¿Se realiza una monitorización del uso de la Red (posicionamiento SEO, métrica web...)? ¿Qué instrumentos se utilizan para el monitoreo?
- ¿Cómo se gestionó la producción de *trending topic*?

Desarrollo de la acción

- ¿Cómo se desarrolló el día de la acción (capa física)? ¿Hitos claves?
- Evaluación en términos comunicativos de los objetivos de la acción.
 1. Impacto en relación con los medios de comunicación convencionales.
 2. En relación con las redes e impacto en la infoesfera.
- Evaluación del transcurso de la acción en términos organizativos: puntos fuertes, debilidades, aprendizajes para el futuro.

La Red como metáfora

- ¿Considera que las TIC han comportado la aparición de nuevas formas de acción política?

Clausura y agradecimientos

Se agradecerá al/la informante su participación en la entrevista y se le pedirá si está disponible para ulteriores aclaraciones. Así mismo, se le preguntará si requiere una copia de la transcripción y se le informará que recibirá un ejemplar de la publicación.

TENSIONES, RELACIÓN E INFLUENCIA ENTRE ORGANIZACIONES POLÍTICAS NO CONVENCIONALES Y LA POLÍTICA INSTITUCIONAL

(Francisco Jurado)

Nombre:

Organización:

- ¿A qué se dedica tu organización? ¿Qué objetivos tiene?
- ¿Cuál es tu papel en la organización?
- ¿Participas en alguna otra organización? ¿En cuál/es?
- ¿Qué grado de importancia tiene Internet en la/s organización/es en la/s que participas?

- ¿Tiene tu organización algún tipo de relación con las instituciones (Gobierno, Administraciones Públicas, partidos políticos, etc.)?
- ¿Cómo definirías esa relación?
- ¿Crees que las instituciones se han mostrado favorables a colaborar con tu organización (y en general con movimientos sociales)?
- ¿Cómo evaluarías esa colaboración?
- ¿Crees que ha influido en el resultado final del proyecto la participación de tu organización?
- ¿Crees que el resultado es óptimo? Y en caso contrario, ¿a qué lo achacas?
- ¿Cuál crees que es la motivación principal de las instituciones y partidos para buscar la cooperación con movimientos sociales?

ANEXO 3.

Fichas de los casos y tesoro de organizaciones políticas no convencionales

El presente texto integra un extenso rastreo o mapa de organizaciones políticas no convencionales (OPNC) en el Estado español. En total, se han identificado 75 experiencias de diferentes espectros ideológicos. La principal premisa para su inclusión era que fueran OPNC donde los jóvenes tuvieran un papel relevante en su composición social y en la definición de sus objetivos.

El propósito de este listado era obtener una visión panorámica de las distintas OPNC que han ido surgiendo en los últimos años. Para realizarlo, se han llevado a cabo dos cribados consecutivos.

En el primer rastreo, con un total de 30 casos, se han considerado aquellas organizaciones con más presencia en la Red teniendo en cuenta la cantidad de información disponible a partir de variables como el número de seguidores en redes sociales, el impacto mediático de las organizaciones, etc. Es decir, aquellas OPNC más fácilmente detectables. Este rastreo evidenció que la mayoría de prácticas de esta primera selección estaban muy vinculadas con el entorno de lo que había generado, nutrido o potenciado el ciclo 15-M, tesis que se desarrolla en el capítulo 4 de esta misma publicación, "Organizaciones políticas no convencionales. La emergencia de una nueva cultura política". Este sesgo *quincemayista*, consecuencia directa del grado de experimentación tecnopolítica que se produjo durante este acontecimiento, implica asimismo cierta preponderancia de las agrupaciones madrileñas.

El segundo rastreo buscó garantizar una mayor pluralidad ideológica de las formas de OPNC juveniles. De la comparación de este espectro de OPNC del 15-M con otras propuestas, se podrían extraer conclusiones sobre los diferentes usos de la Red. De esta manera, se escogieron 45 casos más incluyendo el ámbito religioso, nacionalista así como las agrupaciones políticas en base a ideologías y formas de organización clásicas, tales como anarquismo, marxismo, sindicalismo, etc. Estos casos fueron clasificados por regiones de la geografía española.

Finalmente, se presenta un resumen ampliado de 11 casos que entrañan especial significación como explicativos del conjunto.

Hay que señalar que en la clasificación de los tipos se hace referencia al "tipo de clivaje" que, desde la referencia ideológica, de defensa de derechos o de fórmulas de activismo, define el tipo de organización. También, con letras (D, Z, B, X) se clasifica el anclaje de la organización en los ejes que se definieron en el capítulo sobre organizaciones políticas no convencionales: el eje B hace referencia al independentismo renovado; eje D = ecologismo; eje X = demandas por una transformación institucional; eje Z = autonomía del movimiento frente a las instituciones.

I. PRIMERA SELECCIÓN (30 CASOS)

1. *Oficina Precaria*

Web: <http://oficinaprecaria.org>

Lugar: Madrid (Patio Maravillas)

Redes sociales: F (5.200 me gusta /OficinaPrecaria), T (6.300 followers @ofiprecaria), Y, G+

Temas: Precariedad, becas, emigración, juventud, recortes

Tipo de clivaje: Derechos sociales, Precariedad juvenil

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Asesoría legal, escraches a empresas, cambios legislativos sobre becas, economía social

2. *Juventud Sin Futuro*

Web: <http://juventudsinfuturo.net>

Lugar: Madrid y declinaciones territoriales (también fuera del Estado)

Redes sociales: F (116.000 me gusta /juventudsinfuturo), T (66.000 followers @juventudsin)

Temas: Precariedad, becas, emigración, juventud, Renta Básica, desempleo.

Tipo de clivaje: Derechos sociales, precariedad juvenil

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Campañas (No nos vamos, nos echan, Que se vayan ellos, Ocupa las becas...)

3. *Unión Interinstitutos de Madrid*

Web: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/>

Lugar: Madrid

Redes sociales: F (275 me gusta /207944149277605), T (2.800 followers @interinstitutos)

Temas: Juventud, educación, democracia, recortes

Tipo de clivaje: Política educativa, precariedad juvenil

Localización en ejes: B, X

Acciones: Huelgas de estudiantes, campañas

4. *Universidad Popular de Carabanchel (UPCa)*

Web: <http://upcarabanchel.wordpress.com/>

Lugar: Madrid

Redes sociales: F (UPCarabanchel), T (461 followers @Upcarabanchel) y N-1

Temas: Juventud, educación, centros sociales, autogestión, redes

Tipo de clivaje: Política educativa, precariedad juvenil

Localización en ejes: B, Z

Acciones: Grupos de trabajo, investigación, enseñanza.

5. Toma la facultad

Web: tomalafacultad.net

Lugar: Muy centrado en el movimiento estudiantil madrileño pero en coordinación con el resto del Estado.

Redes sociales: T (13.000 followers @tomalafacultad), Y, B. (Hashtags: #LaEducaciónOlaDeuda, #HuelgaEducativa, #Encierro)

Temas: Recortes, educación, anti Plan Bolonia, precariedad, becas, privatizaciones.

Tipo de clivaje: Política educativa, precariedad juvenil

Localización en ejes: B, Z

Acciones: Ocupaciones, encierros, huelgas, #LaUniEnLaCalle y manifestaciones y asambleas del 15-M sin obviar los piquetes juveniles y precarios de las huelgas generales del 29 de marzo y del 14 de noviembre.

Otras iniciativas relevantes sobre educación:

- Educació en lluita.
- Assamblea groga.
- Asamblea Marea Verde Madrid.
- Colectivo de Estudiantes de Madrid (CEM).
- UAH en Movimiento (colectivo estudiantil).

6. Marea Granate

Web: <http://mareagranate.org/> <http://mareagranate.org/foro/>

Lugar: Hay nodos en al menos 26 ciudades de todo el mundo, fundamentalmente Europa y Latinoamérica.

Redes sociales: F (2.600 me gusta /mareagranateinternacional), T (2.900 followers @mareagranate), #DesdeTodasPartes

Temas: Exilio económico, emigración, precariedad, derechos sociales.

Tipo de clivaje: Derechos inmigrantes, precariedad juvenil

Localización en ejes: B, X

Acciones: Manifestaciones y protestas en otros países en relación a los problemas políticos relativos al Estado español, soporte administrativo e informativo para los emigrantes españoles, realización de campañas y movilizaciones realizadas en el Estado español.

7. Marea Verde (Madrid) / Marea Amarilla (Cataluña)

Web: <http://mareaverdemadrid.blogspot.com.es/>

Lugar: Madrid, Cataluña

Redes sociales: F (3.000 me gusta /524719384213308), T (8.000 followers @venaMareaVerde)

Temas: Educación pública.

Tipo de clivaje: Política educativa, precariedad juvenil

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Ocupaciones, manifestaciones, protestas, huelgas.

8. Marea Ciudadana (Madrid) / Marea Virtual (Coordinación estatal)

Web: mareaciudadana.blogspot.com.es

Lugar: Coordinación estatal

Redes sociales:

F (19.000 me gusta /MareaCiudadana), T (12.600 followers @MareaCiudadana)

F (112 me gusta /MareaVirtual), T (680 followers @AVirtualMC), Flickr, Y #MareaCiudadana, #23F

Temas: recortes, democracia, 15-M

Tipo de clivaje: Derechos sociales

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Coordinación de manifestaciones y campañas como la del 22-M.

9. Democracia Real Ya

Web: www.democraciarealya.es, red.democraciarealya.es

Lugar: Nodo central Madrid, otros nodos territoriales, los más activos actualmente son DRY Jaén, DRY Málaga y DRY Valencia además del de Madrid.

Redes sociales: F (8.500 me gusta /democraciarealya), T (232.000 me gusta @democraciareal), Y

Temas: Democracia, recortes, vivienda, servicios públicos, fiscalidad, corrupción, desempleo

Tipo de clivaje: Mejora democracia, Derechos sociales

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Manifestaciones, campañas, acampadas.

10. #NoLesvotes

Web: <http://www.nolesvotes.com>, nolesvotes.org, wiki.nolesvotes.org, nolesvotes.net, nolesvotes.tk (también hay una gran cantidad de blogs locales)

Lugar: Descentralizado

Redes sociales: F (31.700 me gusta /nolesvotes), T (7.900 me gusta @nolesvotes), #nolesvotes

Temas: Internet, neutralidad de la Red, libertad de expresión, cultura libre.

Tipo de clivaje: Libertades digitales

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas virales, agitprop, guerrilla de la comunicación.

11. #juventuddigna22M (sección juvenil del 22M 2014)

Web: marchasdeladignidad.org

Lugar: Madrid y columnas en la manifestación que recibían grupos de jóvenes de otros lugares del Estado.

Redes sociales: #juventuddigna22M

Temas: Juventud, recortes, justicia social, deuda, trabajo

Tipo de clivaje: Derechos sociales, mejora democracia

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Campaña de Twitter, coordinación de la parte juvenil de la marcha.

12. Toque a Bankia

Web: <http://toqueabankia.net> [ya no está operativa]

Lugar: Distribuido (acciones locales al menos en Madrid, León, Navarra, Zamora y Asturias).

Redes sociales: F (5.500 me gusta /Toque.a.Bankia), T (2.700 followers @ToqueaBankia), #ToqueaBankia, #TocandoABankia

Temas: Deuda, rescate bancario, corrupción, preferentes.

Tipo de clivaje: Contra la banca

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campaña viral, huelga distribuida, bloqueo.

13. Stop Pujades

Web: <http://stoppujadestransport.blogspot.com.es> <https://crowdmap.com/map/nopaguem>

Lugar: Área metropolitana de Barcelona.

Redes sociales: F (4.400 me gusta /StopPujades), T (3.700 followers @StopPujades), N-1

Temas: precariedad, transporte público.

Tipo de clivaje: Transporte y movilidad

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Abrir torniquetes semanalmente de forma descentralizada en distintos lugares, manifestaciones.

Formas de organización difusa o temporal, organizaciones "latentes", nombres múltiples.

14. Anonymous

Web: <http://opspain-anon.blogspot.com.es>

Lugar: La Red

Redes sociales: F (2.600 me gusta /146497088747704), T (9.200 followers @OpSpain), N-1

Temas: Libertad en la Red, libertad de expresión, ley Sinde, derechos de autor.

Tipo de clivaje: Mejora democracia, libertades digitales

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Ataques DDoS, *hackeo* de webs

15. Difusión en Red

Web: <http://madrid.tomalaplaza.net/com>

Lugar: Madrid

Redes sociales: No tienen cuenta propia pero gestionan cuentas colectivas como T: @acampadasol (español) y @takethesquare (inglés) F: comunidades Acampada Sol —sobre la acampada y sus asambleas—, Spanish Revolution —sobre el movimiento en general— y Take the Square —sobre la internacionalización del movimiento—. N-1, Lorea.

Temas: Comunicación, redes, Internet, 15-M

Tipo de clivaje: Comunicación activista

Localización en ejes: D, X.

Acciones: redes sociales, comunicación.

Listas de correo:

- Estatal 15M: Creada durante el 15-M, ya en desuso, sólo circulan convocatorias de “baja calidad” (fwd).
- Centro de medios 12M15M, creada para el primer aniversario.
(Tener en cuenta la lista de PAH estatal como ejemplo de listas de correo con más de 200 integrantes)
- INTERCOLECTIVOS: Coordinación de otras agrupaciones, Centros Sociales, etc.
- INTERBARRIOS: Coordinación de asambleas de barrio de Madrid.
- Asamblea Interbarrios Centro: Coordinación de los barrios Chueca, Malasaña, Letras, Austrias, Lavapiés y Moncloa.
- Transcollab: Lista de correo internacional surgida en Blockupy Frankfurt 2012.
- Squares: Lista de correo surgida durante el #15M para difundirlo a nivel trasnacional.

Listas de móvil:

- 15M URGENTE: coordinación toda España —unos 112 miembros, lista más reciente, antes en WhatsApp, ahora en Telegram—. Nivel netiqueta severo, cero opiniones; cero debate.
- 15M ACTUALIDAD ESTATAL: Nivel netiqueta alto, cero opiniones, cero debates. Abierto a dudas/consultas puntuales.
- 15M ESTATAL DEBATES: nivel netiqueta básico.
- SOLO RTS: Para mover campañas de Twitter. Nivel netiqueta medio. RT y links con textos para su reenvío.
- 15M CHAT INFORMAL: nivel netiqueta escaso (llamado “clown” en la jerga).

Redes y medios de comunicación: uso de la Red y dispositivos móviles como denuncia, como herramienta distribuida.

16. People Witness

Web: <http://peoplewitness.wordpress.com/> <http://peoplewitness.pbworks.com>

Lugar: Redes

Redes sociales: T (2.400 followers @PeopleWitness), Bambuser, Livestream.

Temas: *streaming*, periodismo ciudadano,

Tipo de clivaje: Antirepresión

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Emisión de acciones y manifestaciones por Internet.

17. Brigadas Vecinales

Web: <http://brigadasvecinales.org>

Lugar: Madrid (sobre todo Lavapiés)

Redes sociales: T (6.000 followers @BrigadasDDHH), Y.

Temas: Derechos humanos.

Tipo de clivaje: Antirrepresión, derechos inmigrantes

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Graba y fotografía las redadas para denunciarlas.

18. Civio

Web: <http://www.civio.es>

Lugar: Madrid (sobre todo Lavapiés)

Redes sociales: T (7.700 followers @civio), Y.

Temas: Transparencia, democracia, datos libres.

Tipo de clivaje: Libertades digitales, mejora democracia

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas a través de webs y redes. Como: <http://quienmanda.es/>, <http://www.espanaenllamas.es/>, <http://elboenuestrodecadadia.com/>

19. Madrilonia

Web: <http://madrilonia.org>

Lugar: Madrid

Redes sociales: F (2.900 me gusta /188670811178068), T (20.000 followers @Madrilonia).

Temas: Movimientos sociales, 15-M, medios, anti-monopolio informativo.

Tipo de clivaje: Prensa activista.

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Medio de comunicación *online*.

20. *Asambleas de barrio*

Lugar: En Barcelona hay algunas activas como la de Nou Barris, pero sobre todo permanecen en Madrid. Algunas de ellas son: Asamblea 15M Aranjuez, Arganzuela, Azuqueca de Henares, Chamberí, Collado Villalba, Dos de Mayo, Fuenlabrada, Parla, Retiro, San Blas - Canillejas, San Fernando, Valdemoro

Una de las más activas es la Asamblea Interbarrios Centro 15M—Chueca, Malasaña, Letras, Austrias, Lavapiés y Moncloa— Esta funciona sobre todo a través de listas de correo, es un ejemplo de organización latente.

Tipo de clivaje: Derechos sociales

Localización en ejes: D, Z

21. *Toma los barrios / Asamblea Popular de Madrid*

Web: <https://madrid.tomalosbarrios.net/> <http://foro.tomalosbarrios.net>

Lugar: Madrid

Redes sociales: T (8.200 followers @tomalosbarrios), N-1.

Temas: Movimientos sociales, 15-M, vivienda

Tipo de clivaje: Derechos sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Coordinación de acciones.

22. *Feministas Indignades / Feminismos Sol*

Web: <http://feministesindignades.blogspot.com.es> <http://madrid.tomalaplaza.net/2014/01/29/si-quieres-encontrarnos-calendario-asambleas-de-feminismos-sol>

Lugar: Barcelona y Madrid

Redes sociales: Ambos tienen F, T, N-1. Y Feminismos Sol también Y y B. Feminismos Sol: F (4.900 amigos /FeminismosSol), T (8.000 followers @feminismos_sol). Feministas indignades: F (4.800 me gusta /feministesindignades), T (7.600 followers @Feministesbcn).

Temas: Feminismo, 15-M, aborto, violencia de género, derechos sociales.

Tipo de clivaje: Feminismo

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Campañas, organización de manifestaciones.

23. *EnRed Madrid / Movimiento por la democracia*

Web: enred.cc, www.movimientodemocracia.net

Lugar: EnRed surge de Madrid, ahora el colectivo se denomina Movimiento por la Democracia pero están surgiendo nuevos nodos en otras partes de la península, como Zaragoza, Málaga o Barcelona.

Redes sociales: F (3.600 me gusta /1385337025070227), T (5.200 followers @MareaDemocracia)

Temas: Democracia.

Tipo de clivaje: Mejora democracia

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas de comunicación, organización de manifestaciones y acciones, impulsor de la Carta por la democracia.

24. Centros Sociales

Existen por lo menos 180 en toda España según:

http://wiki.15M.cc/wiki/Lista_de_centros_sociales_de_Espa%C3%B1a

Algunos de ellos con perfiles más específicamente juveniles como Vaciador34/El Eko en Carabanchel (ya nombrado como vinculado a la economía social).

Vinculados con centros sociales destacaríamos la existencia de *hacklabs*: sitio físico donde gente con intereses en ciencia, nuevas tecnologías, y artes digitales o electrónicas se puede conocer, socializar y colaborar. En un *hacklab* suele utilizarse un sistema de organización y aprendizaje cooperativo y usando *software* libre debido a las libertades que ofrece (autoaprendizaje, conocimiento libre). Hay repartidos en varios lugares del Estado como Hacklab Barracas, Hacklab Popular de Carabanchel, Matadero, etc.

Más información:

https://n-1.cc/search?q=hacklab&entity_type=group&entity_subtype=0&offset=0&search_type=entities

Otro centro social a tener en cuenta es Calafou (<https://calafou.org/>) donde se trabajan temas específicos de tecnología, seguridad en Internet, etc. O se organizan eventos como el Backbone 409: un encuentro entre proyectos que construyen activamente infraestructuras para un Internet libre: servidores autónomos, redes abiertas, servicios en línea, plataformas, *hardware* abierto, *software* libre, etc.

25. Liga Joven

Web: <http://www.ligajoven.es>

Lugar: Madrid, y otras provincias (Albacete, Ávila, Burgos, Badajoz, Cataluña, etc.)

Redes sociales: F (1.200 me gusta /301835023190240), T (2.700 followers @Ligajoven_es), Y, Tuenti.

Temas: Educación, recortes, contrainmigración, pro unidad España, contra el derecho a decidir.

Tipo de clivaje: Extrema derecha

Localización en ejes: A, Y.

Acciones: Campañas, activismo directo en la universidad, agitación.

26. Casal Tramuntana

<https://www.facebook.com/casal.tramuntana?ref=profile>

Temas: ultranacionalismo español, contrainmigración

Tipo de clivaje: Extrema derecha

27. Área Joven FELGTB (*Federación Española de Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales*)

Web: areajovenfelgtb.blogspot.com

Lugar: varios lugares del Estado (Madrid, Mallorca, Zaragoza, Cantabria, etc.)

Redes sociales: F (2.900 amigos /areajovenfelgtb), T (2.800 followers @jovenesfelgtb)

Temas: feminismo, derechos sexuales, reducción de riesgos, derechos humanos, discriminación, derechos reproductivos y salud reproductiva, derecho a la identidad sexual.

Tipo de clivaje: Derechos sexuales

Localización en ejes: D, X.

Acciones: campañas, grupos de apoyo, información sobre VIH.

28. *Federación Ibérica de Juventudes Libertarias (FIJL)*

Web: <http://juventudeslibertariasmadrid.wordpress.com>

Lugar: FIJL tiene presencia en Asturias, Barcelona, Cádiz, Donosti, Granada, León, Lorca (Murcia), Madrid, con presencia específica en el distrito de Carabanchel, Mataró (Barcelona), Salamanca y Sevilla.

Redes sociales: NO

Temas: Anticapitalismo, antiautoritarismo, anticlericalismo, apoyo mutuo.

Tipo de clivaje: Anarquismo

Localización en ejes: B, X.

Acciones: campañas (Mata a tu alcalde, etc.), actividades (cine, jornadas).

29. *CC/Europa*

Web: <http://cceuropa.ne>

Lugar: Madrid

Redes sociales: F (770 me gusta /cceuropa), T (1.700 followers @CCEuropa)

Temas: Integración europea, europeísmo.

Tipo de clivaje: Europeísmo

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Jornada

30. *Fundación de los comunes*

Web: <http://fundaciondeloscomunes.net>

Lugar: Madrid, Zaragoza, Barcelona, Terrassa, Málaga, Pamplona.

Redes sociales: F (1.300 me gusta /FundacionDeLosComunes), T (2.400 followers @fcomunes)

Temas: Democracia, economía cooperativa, centros sociales, investigación, autoformación, europeísmo.

Tipo de clivaje: Mejora democracia

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Eje editorial, investigación, activismo, publicaciones.

II. SEGUNDA SELECCIÓN (GRUPOS POR ÁMBITO DE IMPLANTACIÓN)

CATALUÑA

31. Assemblée Nacional de Joves Independentistes (ANJI-ANC)

Web: <http://assemblea.cat/?q=node/912>

Lugar: Dieciséis asociaciones locales en toda Cataluña.

Redes sociales: F (1.900 /ANJIANC), T (3.300 @ANJI_ANC)

Temas: Nacionalismo, catalanismo, independencia, derecho a decidir, estado propio.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo

Localización en ejes: B, X

Acciones: Campañas, recogida de firmas.

32. Arran

Web: <http://arran.cat>

Lugar: La base organizativa de Arran descansa en las asambleas locales o comarcales repartidas por Cataluña, la Comunidad Valenciana y Baleares (Más de 25).

Redes sociales: F (de algunas localidades), T (10.000 @Arran_jovent, y también de asambleas locales)

Temas: Nacionalismo, catalanismo, feminismo, independencia, justicia social.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, Socialismo

Localización en ejes: B, X

33. Endavant

Web: <http://www.endavant.org>

Lugar: Declinaciones territoriales en Cataluña, Valencia y Baleares.

Redes sociales: F (2.400 /endavant), T (5.700 @Endavant_OSAN), Y, Isuu

Temas: Nacionalismo, catalanismo, independencia, socialismo, extrema izquierda.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo

Localización en ejes: B, X

Acciones: Campañas, movilizaciones, manifestaciones, charlas, acciones.

34. *Sindicat d'Estudiants dels Països Catalans*

Web: <http://sepc.cat/qui-som>

Lugar: Dieciséis asociaciones locales en toda Cataluña. Dieciséis en universidades y 250 institutos.

Redes sociales: F (5.000 /sepc.nacional), T (7.100 @SEPC_nacional)

Temas: Nacionalismo, catalanismo, independencia, educación pública, contra los recortes, extrema izquierda, feminismo.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, Política educativa

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Campañas, movilizaciones, charlas, acciones.

35. *Federació Ecologistes de Catalunya*

Web: <http://aeec.pangea.org>

Lugar: Agrupa a trece organizaciones ecologistas de Cataluña.

Redes sociales: No

Temas: Ecologismo.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas, movilizaciones, charlas, acciones.

36. *Som el que sembrem*

Web: <http://www.somloquesembrem.org>

Lugar: Sedes más importantes en Barcelona y en el Vallés.

Redes sociales: F (7.100 /som.loquesembrem) T (2.000 @SomLoQueSembrem)

Temas: Ecologismo, soberanía alimentaria.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas, movilizaciones, charlas, ILP.

37. *Som Energía*

Web: <http://www.somenergia.coop/es>

Lugar: Se inicia en Cataluña pero tiene dieciséis sedes en otras comunidades autónomas.

Redes sociales: F (22.000 /somenergia), T (15.700 @SomEnergia), Y.

Temas: Ecologismo, cooperativismo.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, Z.

Acciones: Cooperativa, charlas, lobby.

38. Hip hop lab

Web: <http://www.hiphoplab.org>

Lugar: Cataluña.

Redes sociales: T (93 @hiphop_lab)

Temas: Educación, ciudadanía, inmigración, integración, educación colaborativa.

Tipo de clivaje: Prácticas educativas como integración, Derechos sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Charlas, talleres, formación.

39. Multireferéndum

Web: <http://www.multireferendum.cat>

Lugar: Cataluña, varios colectivos implicados.

Redes sociales: F (2.000 /multireferendum), T (4.200 @Multireferendum), Y y Vimeo.

Temas: Ecologismo, cooperativismo, democracia, transgénicos, deuda, territorio.

Tipo de clivaje: Ecología, mejora democracia

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Consulta ciudadana, charlas, acciones.

40. Calafou

Web: <https://calafou.org>

Lugar: Vallbona d'Anoia. Cataluña.

Redes sociales: Lista de correo: calafou en marsupi.org

Temas: Ecologismo, cooperativismo, *software* libre, *open source*, autogestión, permacultura.

Tipo de clivaje: Centros sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Formación, vida colectiva, *hacklab*.

ASTURIAS

41. Darréu

Web: <http://mecedarevolucionario.blogspot.com.es>

Lugar: Se inicia en Cataluña pero tiene dieciséis sedes en otras comunidades autónomas.

Redes sociales: F (2.900 /darreu.mocedaindependentistadasturias), T (1.100 @DarreuAsturies).

Temas: Nacionalismo, independentismo, socialismo, derechos sociales.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, Socialismo

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Acciones, manifestaciones, formación.

BALEARES

42. GOB (*Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa*)

Web: <http://www.gobmallorca.com>

Lugar: Sedes en Mallorca, Menorca e Ibiza.

Redes sociales: F (13.800 /gobmallorca), T (6.600 @GOBMallorca)

Temas: Ecologismo, defensa de la biodiversidad, conservacionismo.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Campañas, movilizaciones, charlas, acciones.

GALICIA

43. *Unión Libertaria*

Web: <http://unionlibertaria.org/ul>

Lugar: Ferrol (Galicia)

Redes sociales: Ninguna

Temas: Antiautoritarismo, ecologismo, *software* libre, autogestión, ayuda mutua.

Tipo de clivaje: Anarquismo

Localización en ejes: B, Z

Acciones: Recuperación de espacios, organización de talleres y debates, soporte a otras iniciativas, agitación y producción cultural, manifestaciones.

44. *Assembleia da Mocidade Independentista*

Web: <http://amigaliza.org>

Lugar: Galicia

Redes sociales: Ninguna

Temas: Independentismo, feminismo, socialismo

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, Socialismo

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Manifestaciones, protestas, agitación cultural.

45. *Galiza Ano Cero*

Web: <http://galizaanocero.tv>

Lugar: Online

Redes sociales: F (1.600 me gusta /galizaanocero), T (1.400 followers @galizaanocero)

Temas: Crítica y análisis político, cultura libre, movimientos sociales, actualidad

Tipo de clivaje: Comunicación activista

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Debates, agitación cultural, videoactivismo, información.

46. Novas de Galiza

Web: <http://www.novasgz.com>

Lugar: Internet

Redes sociales: F (157493870979436 1.200 me gusta), T (380 followers, @NovasdaGaliza)

Temas: Contrainformación, corrupción, democracia, ecologismo, libertad de expresión.

Tipo de clivaje: Prensa activista

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Contrainformación, difusión, debates.

47. Verdegaia

Web: <http://www.verdegaia.org>

Lugar: Galicia

Redes sociales: F (2.300 me gusta /ecoloxistasverdegaia)

Temas: Ecologismo, pacifismo, justicia social.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X.

Acciones: Debates, acción directa, manifestaciones, agitación cultural.

48. Disopress

Web: <http://www.verdegaia.org/>

Lugar: Galicia

Redes sociales: F (1.400 me gusta /AgenciaDisoPress), T (2.900 followers, @DisoPress)

Temas: Contrainformación, derechos sociales, democracia, movimientos sociales, anti-monopolio informativo.

Tipo de clivaje: Prensa activista, Comunicación activista

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Contrainformación, agitación informativa, campañas virales.

49. Gentalha do Pichel

Web: <http://gentalha.org>

Lugar: Santiago de Compostela, Galicia

Redes sociales: F (5.000 amigos /gentalha.dopichel), T (1.100 followers, @OPichel)

Temas: Cultura, música, nacionalismo.

Tipo de clivaje: Centros sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Agitación cultural, conciertos, debates, recuperación de espacios, manifestaciones.

ANDALUCÍA

50. Jaleo - Jóvenes Andaluces Independentistas

Web: <http://www.jaleoandalucia.org>

Lugar: Andalucía

Redes sociales: F (3.800 me gusta /jaleojuventudindependentistaandaluza), T (2.100 followers @JaleoAndalucia)

Temas: Nacionalismo, independentismo, juventud, ecologismo, feminismo, socialismo

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, Socialismo

Localización en ejes: B, X

Acciones: Manifestaciones, reapropiación de espacios, debates.

51. Colectivo Prometeo

Web: <http://colectivoprometeo.blogspot.com.es>

Lugar: Córdoba, Andalucía

Redes sociales: F (7.300 me gusta /colectivoprometeocordoba), T (3.100 followers @c_prometeo)

Temas: Justicia social, justicialismo, ciudadanía

Tipo de clivaje: Mejora democracia

Localización en ejes: D, X

Acciones: Conferencias, debates, agitación cultural, manifestaciones

52. Zemos98

Web: <http://www.zemos98.org>

Lugar: Sevilla

Redes sociales: F (4.200 me gusta /ZEMOS98), T (7.800 followers @zemos98)

Temas: Cultura libre, cultura crítica, derechos sociales

Tipo de clivaje: Libertades digitales, Derechos sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Festival, charlas, debates, agitación cultural, videoactivismo, cultura libre, publicaciones

53. *La Casa Invisible*

Web: <http://www.lainvisible.net>

Lugar: Málaga, Andalucía

Redes sociales: F (8.500 me gusta /LaCasaInvisible), T (8.200 followers @LaCasaInvisible)

Temas: Derechos sociales, luchas migrantes, derecho a la ciudad, precariedad, cultura libre

Tipo de clivaje: Libertades digitales, derechos sociales, centros sociales, precariedad juvenil, derechos inmigrantes

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Charlas, debates, manifestaciones, protestas

MADRID

54. *Yesca-Juventud Castellanista*

Web: <http://www.juventudrebelde.org>

Lugar: Varios lugares: Castilla y León, Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Cantabria y La Rioja, más la comarca valenciana de Requena-Utiel.

Redes sociales: F (930 me gusta /147446315070), T (2.900 followers @YescaCastilla)

Temas: Castellanism, tradicionalismo, nacionalismo, juventud, feminismo, ecologismo, socialismo, independentismo.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/Independentismo, Socialismo

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Charlas, debates, manifestaciones, protestas, agitación cultural.

55. *La Casika*

Web: <http://lacasika.ourproject.org>

Lugar: Móstoles, Madrid

Redes sociales: F (7.500 me gusta /csolacasika), T (4.000 followers, @CSOlaCasiKa)

Temas: Antifascismo, derecho a la ciudad, contracultura, autogestión, anarquismo

Tipo de clivaje: Anarquismo, Centros sociales

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Producción y agitación cultural, reapropiación de espacios, manifestaciones, cineforums, conciertos.

56. *Asociación de Jóvenes inmigrantes*

Web: <http://aji-atime.blogspot.com.es>

Lugar: Móstoles, Madrid

Redes sociales: No

Temas: Inmigración, derecho de ciudadanía, derechos humanos.

Tipo de clivaje: Derechos inmigrantes

Localización en ejes: D, X.

57. *Orgullo Cantero*

Web: <http://orgullocantero.blogspot.com.es>

Lugar: Alpedrete, Madrid

Redes sociales: F (7.300 me gusta /orgullo.cantero.5), T (230 followers, @orgullo_cantero)

Temas: Ultranacionalismo, patriotismo, anticomunismo.

Tipo de clivaje: Extrema derecha

Localización en ejes: A, Y.

Acciones: Agitación cultural y propaganda, conciertos, acción directa

58. *Jóvenes católicos (Santa Úrsula)*

Web: <http://jovenescatolicos.info>

Lugar: Parroquia de Santa Úrsula

Redes sociales: F (4.400 /jovenescatolicos), T (1.800 @jovenCatolicos), Y, Instagram.

Temas: proselitismo católico, anti-abortismo, anti-matrimonio igualitario.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico

Localización en ejes: A, W.

Acciones: Información, campañas *online*.

PAÍS VASCO

59. *ColaboraBora*

Web: <http://www.colaborabora.org>

Lugar: Bilbao.

Redes sociales: T (2.800 @ColaBoraBora)

Temas: Procomún, *open source*, P2P, permacultura.

Tipo de clivaje: Libertades digitales

Localización en ejes: D, Z.

Acciones: culturales, formación: talleres, charlas, *think tank*

60. *Iratzarri-Eki*

Web: <http://www.iratzarri.org>

Lugar: Grupos en cada una de las provincias del País Vasco y otro en Navarra.

Redes sociales: T (400 @lratzarriEKI)

Temas: Independencia, nacionalismo, socialismo, ecología, feminismo, internacionalismo.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/Independentismo (½), Socialismo (1), B, X.

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Manifestaciones, campañas, acciones.

61. AHT Gelditu! Elkarlana

Web: <http://www.ahtgelditu.org>

Lugar: Grupos en cada una de las provincias del País Vasco y otro en Navarra.

Redes sociales: T (Navarra) (3.700 @ahtgelditu)

Temas: Ecología, defensa del territorio.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X.

Acciones: movilizaciones y acciones informativas, presentación de alegaciones, consultas populares.

NAVARRA

62. Katakarak

Web: <http://www.katakarak.net>

Lugar: Pamplona, Navarra

Redes sociales: F (4.500 Me gusta /katakarak54), T (3.600 followers, @katakarak54)

Temas: Cultura libre, derechos sociales, derecho a la ciudad.

Tipo de clivaje: Derechos sociales, centros sociales

Localización en ejes: D, Z.

Acciones: Librería, producción cultural, espacio de sociabilización, debates, presentaciones.

VALENCIA

63. Lambda

Web: <http://www.lambdavalencia.org>

Lugar: Valencia

Redes sociales: F (4.600 Me gusta /lambdavalencia), T (2.800 followers, @lambdavalencia)

Temas: feminismo, derechos sexuales, reducción de riesgos, derechos humanos, discriminación, derechos reproductivos y salud reproductiva, derecho a la identidad sexual.

Tipo de clivaje: Derechos sexuales

Localización en ejes: D, X

Acciones: Debates, producción cultural, acompañamiento, asesoría, manifestaciones.

64. *Collectiu Atzur*

Web: <http://atzurvlc.wordpress.com>

Lugar: Valencia.

Redes sociales: No

Temas: Luchas estudiantiles, juventud, precariedad.

Tipo de clivaje: Precariedad juvenil, política educativa

Localización en ejes: D, X

Acciones: Debates, manifestaciones, reapropiación de espacios.

ÁMBITO ESTATAL

65. *Chapter of Open Knowledge Foundation in Spain.*

Web: <http://okfn.es>

Lugar: Declinación territorial de una organización transnacional presente en varias ciudades de España.

Redes sociales: T (@okfn_spain 1.500), Y.

Temas: Transparencia información, datos abiertos, periodismo de datos, conocimiento abierto, democracia, *hardware* y *software* de código abierto, visualización de datos; patrimonio cultural abierto, procomún.

Tipo de clivaje: Libertades digitales

Localización en ejes: D, X

Acciones: Campañas, formación, eventos.

66. *Ecologistas en Acción*

Web: <https://www.ecologistasenaccion.org>

Lugar: Sede principal en Madrid, pero confederación de más de 300 grupos en todo el territorio.

Redes sociales: F (85.600 /Ecologistas.en.Accion), T (66.200 @ecologistas), Y, Facecoop (<http://facecoop.org>), Tuenti, Bliptv, Flickr, Picasa, Scribd, Slideshare.

Temas: Ecología, justicia social, defensa del patrimonio, transporte, urbanismo, consumo.

Tipo de clivaje: Ecología

Localización en ejes: D, X

Acciones: Campañas de sensibilización, denuncias públicas o legales, formación, investigación, elabora una publicación periódica.

67. *Jóvenes Católicos.es*

Web: <http://jovenescatolicos.es>

Lugar: Fundamentalmente en Internet. No parecen tener sede física.

Redes sociales: F (9.900 /Catolicos.es), T (101.000 @catolicos_es), Y.

Temas: Proselitismo católico, antiabortismo.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico

Localización en ejes: A, W.

Acciones: Información, campañas *online*.

68. Juventud Obrera Cristiana

Web: <http://www.cijoc.org>

Lugar: Parroquia de Santa Úrsula

Redes sociales: F (448 /cijoc.icycw), Y, Instagram.

Temas: Proselitismo cristiano, cristianismo de base.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico

Localización en ejes: A, W.

Acciones: Campañas, proselitismo, investigación.

69. Redes Cristianas

Web: <http://www.redescristianas.net>

Lugar: Estatal. Más de 200 grupos, comunidades y movimientos cristianos de base del Estado español.

Redes sociales: T (2.600 @rrcristianas)

Temas: Cristianismo de base.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico

Localización en ejes: A, W.

Acciones: Coordinación del cristianismo de base: congresos, reuniones, etc.

70. Juventudes de la Falange

Web: <http://www.jfe.es/index.php>

Lugar: Varios lugares de España.

Redes sociales: F (820 /158034137585908), T (6.500 @JFalange)

Temas: Educación, precariedad laboral, nacionalsocialismo.

Tipo de clivaje: Extrema derecha

Localización en ejes: A, Y.

Acciones: Información, campañas *online*.

71. Liberal Spain

Web: <http://www.jfe.es/index.php>

Lugar: Varios lugares de España.

Redes sociales: T (2.800 @liberalspain)

Temas: Educación, precariedad laboral, anarcocapitalismo, liberalismo, minarquismo.

Tipo de clivaje: Liberalismo

Localización en ejes: A, Y.

Acciones: Campañas *online*, tareas de *think tank*.

72. European Students For Liberty - España

Web: <http://studentsforliberty.org/europe/network/spain>

Lugar: Tiene grupos en diez comunidades y en varias universidades.

Redes sociales: F (9.600 /EuropeSFL), T (472 @ESFLSpain). (También F de cada uno de los grupos)

Temas: Educación, liberalismo económico.

Tipo de clivaje: Liberalismo

Localización en ejes: A, Y.

Acciones: Campañas *online*, tareas de *think tank*.

73. Izquierda Anticapitalista

Web: <http://www.anticapitalistas.org>

Lugar: Tiene grupos en todo el territorio estatal.

Redes sociales: F (por nodos), T (28.200 @anticapi)

Temas: Anticapitalismo

Tipo de clivaje: Anarquismo

Localización en ejes: B, Z

Acciones: Campañas *online*, tareas de *think tank*, manifestaciones, organización electoral.

74. ACPE (Asociación de Consumidores de Productos Electorales)

Web: <http://www.acpe.es>

Lugar: Internet

Redes sociales: F (1.600 me gusta /acpe.es), T (1.400 followers, @acpe_es)

Temas: Democracia, electoralismo, participación política, transparencia.

Tipo de clivaje: Mejora democracia

Localización en ejes: D, Z

Acciones: Presión mediática, campañas virales, difusión, investigación.

75. Colectivos de jóvenes comunistas

Web: <http://www.cjc.es>

Lugar: Red estatal

Redes sociales: F (4.700 Me gusta /148047305228510), T (4.800 followers, @CJC_Media)

Temas: Socialismo, comunismo, internacionalismo, obrerismo.

Tipo de clivaje: Socialismo.

Localización en ejes: B, X.

Acciones: Debates, producción cultural, manifestaciones, campañas, formación.

III. ONCE CASOS DESTACADOS

1. JóvenesCatólicos.es

Temática: proselitismo católico.

Resumen: Según su web, empezó siendo una cuenta de Twitter; hoy en día es uno de los mayores proyectos de jóvenes católicos españoles en internet. Su principal objetivo es difundir la fe y explicar la doctrina social de la Iglesia a través de materiales *online*: videos, texto, etc.

Empezaron el proyecto dos estudiantes de primero de carrera. Hoy son más de 20 personas en el proyecto, todos estudiantes universitarios de distintas universidades de España. Está llevado por jóvenes voluntarios. Según sus propias palabras:

Cuando empezamos todo esto, escribíamos 5 tweets al día que recibían no más de 8 retweets cada uno. Y cada nuevo seguidor lo celebrábamos como algo espectacular. Hoy gracias a Dios tenemos más de 90.000 seguidores y cada uno de nuestros tweets diarios recibe muchos retweets. Es decir: somos capaces de llegar a muchos jóvenes.

Jóvenes Católicos sólo quiere ayudar, y aportar su granito de arena a la nueva evangelización de la Iglesia Católica. Jóvenes Católicos quiere demostrar que ser joven y católico es una aventura que merece la pena vivir, y con nuestro testimonio lo queremos demostrar.

Dicen tener una vocación ecuménica y tener un equipo integrado por jóvenes de distintas partes de la Iglesia: Parroquias diocesanas, Salesianos, Camino Neocatecumenal, Jesuitas, Franciscanos, Opus Dei, Shoenstatt, etc. Y además cuentan con varios sacerdotes y seminaristas que contestan por mail a todos aquellos que se ponen en contacto con ellos "pidiendo ayuda o buscando respuestas."

Trabajan dos personas llevando Facebook; siete, Twitter y once en la web (entre técnicos y colaboradores).

Acciones: No están centrados en temas políticos, aunque difunden la doctrina oficial de la Iglesia Católica. Por tanto, promueven campañas antiabortistas, y contra el matrimonio igualitario pero no con carácter activista, sino más bien informativo y doctrinario. Suponen un buen ejemplo de comunicación a través de las redes sociales y de Internet aunque no destacan como “movilizadores”. Las interacciones que solicitan son enviar noticias y opiniones, fondos y rezar por el proyecto. Agregan noticias y vídeos producidos por un amplio espectro de espacios doctrinales dentro de la Iglesia.

Ámbito actuación/Territorio: Nacional (en la Red).

Nacimiento/caducidad: Diciembre 2011 hasta la actualidad.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: Surge en diciembre de 2011 cuando un grupo de jóvenes crearon la cuenta de Twitter @Catolicos_es. Hoy son más de 20 personas trabajando y coordinándose fundamentalmente a través de Internet.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico.

Localización en ejes: A, W.

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://jovenescatolicos.es/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/Catolicos.es> (9.459 likes)
- Twitter: @catolicos_es (99.000 seguidores)

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: Actividades en que las TIC son el centro de la actividad.

Capa física organizativa:

- Sede: No (dicen tener sede física pero se comunican a través de Internet, casi no se ven; en entrevista por mail).
- Reuniones presenciales: No.
- Acciones/visibilidad: No.

Notas: Se sostienen únicamente mediante aportaciones voluntarias. Respecto a si consideran su trabajo como “político” responden: “No, ni mucho menos. Nosotros intentamos evitar opinar sobre temas políticos. Entre los propios colaboradores hay distintos tipos de pensamiento político, pero nosotros transmitimos aspectos políticos, transmitimos la fe católica.” (Entrevista por mail).

2. Asamblea Nacional de Joves Independentistes (ANJI-ANC)

Temática: nacionalismo/independentismo

Resumen: La Asamblea Nacional de Joves Independentistes (ANJI) es la sectorial de jóvenes de la Asamblea Nacional Catalana (ANC). Su principal objetivo es la independencia de los Países Catalanes. "Esto significa crear una sociedad democrática, igualitaria, socialmente justa, sostenible y cultural y económicamente rica donde todos tengan cabida."

La herramienta organizativa que ponen en marcha es la creación de asambleas territoriales que "difundan y expliquen desde la óptica de los jóvenes el porque de la independencia". También han creado grupos sectoriales: el de género, el obrero, el de jóvenes economistas, el estudiantil, el ecologista y el internacionalista. Respecto al contenido "social" de sus movilizaciones conservan el carácter "transversal" de la Asamblea Nacional Catalana con jóvenes de todas las tendencias.

Dicen querer ir más allá del trabajo de *think tank* y promover el activismo de la calle.

Acciones: Charlas, trabajo político de "unificación" de los jóvenes independentistas de Cataluña, Valencia y Baleares para lo que hacen encuentros y reuniones. Recogida de firmas y acciones de soporte a las campañas emprendidas por la ANC. Realización de vídeos, etc.

Ámbito actuación/Territorio: Cataluña. Dieciséis asociaciones locales en toda Cataluña (en Barcelona intentan tener un grupo en cada distrito).

Nacimiento/caducidad: 2013 hasta la actualidad.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: No rastreable.

Tipo de clivaje: Nacionalismo/independentismo, socialismo.

Localización en ejes: B; Z.

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://assemblea.cat/?q=node/912>
- Facebook: <https://www.facebook.com/ANJI.ANC> (1.935 likes)
- Twitter: @ANJI_ANC (3.301 seguidores)
- Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCcab5pdvTaTzKdIIM973m2g>

Relación con la Red: No está explícitamente presente

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas.

Capa física organizativa:

- Sede: Sí (territoriales vinculadas con la ANC).
- Reuniones presenciales: Sí.
- Acciones/visibilidad: Sí.

Notas: Su objetivo explícito es extender la red a todo el ámbito territorial de los Países Catalanes.

3. *Ecologistas en Acción*

Temática: Ecologismo.

Resumen: Ecologistas en Acción es una confederación de más de 300 grupos ecologistas distribuidos por pueblos y ciudades. Forma parte del llamado “ecologismo social”, que entiende que los problemas medioambientales tienen su origen en un modelo de producción y consumo cada vez más globalizado, del que derivan también otros problemas sociales, y que hay que transformar si se quiere evitar la crisis ecológica. La organización se estructura territorialmente mediante federaciones.

Organización bien estructurada y con dinámicas horizontales: “El trabajo que se lleva a cabo en toda la organización se basa principalmente en el trabajo grupal y voluntario de socias, socios, activistas, colaboradores, simpatizantes, y en ocasiones personal contratado.”

Acciones: Campañas de sensibilización, denuncias públicas o legales contra aquellas actuaciones que dañan el medio ambiente, a la vez que elabora alternativas concretas y viables en cada uno de los ámbitos en los que desarrolla su actividad. También tiene fuerte presencia en la Red con un apartado específico en su web donde se explican las “ciberacciones” que se pueden llevar a cabo *online*. Del uso de las redes sociales dicen en su página:

Internet se vuelve más y más social. Las páginas estáticas dan paso a páginas dinámicas donde cada vez se hace menos clara la distinción entre autores y lectores. La lectura da paso a la conversación, a compartir información y experiencias, a conocernos. Las nuevas páginas sociales quizá nos permitan en el futuro pensar y actuar juntos de formas que todavía no imaginamos del todo.

En ese camino de protagonismo democrático, en el que Ecologistas en Acción siempre se ha comprometido al máximo, comenzamos nuestra andadura en los servicios de la red social más populares en este momento.

El nuevo hábitat de internet se mueve muy rápidamente y servicios hoy desconocidos pueden ser los focos de atracción mañana, y viceversa. Por ello en Ecologistas en Acción intentaremos estar al tanto de las nuevas tendencias, pero también de experimentar e innovar para potenciar al máximo la participación y el protagonismo de la sociedad.

Ámbito actuación/Territorio: Nacional. Confederación de agrupaciones con fuerte presencia en gran parte del territorio nacional.

Nacimiento/caducidad: 1998 hasta la fecha.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: Se crea como el proceso de unificación de 300 grupos ecologistas a nivel estatal. Se creó en 1998. Entre los grupos que se unifican destacan por su tamaño Aedenat y la CEPA. Previamente, los grupos que conforman Ecologistas en Acción se habían estado coordinado en la CODA (Coordinadora de Organizaciones de Defensa Ambiental). El paso adelante supone unificar y optimizar mucho más los recursos (revista, servicios como la web o la asesoría jurídica, las relaciones internacionales, el material para campañas. ...) y el nombre.

Tipo de clivaje: Ecología.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <https://www.ecologistasenaccion.org/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/Ecologistas.en.Accion> (75.298 likes)
- Twitter: @ecologistas (65.600 seguidores)
- Youtube: <https://www.youtube.com/user/ecologistasenaccion>
- N-1: <https://n-1.cc/pg/groups/991660/ecologistas-en-accion/>
- Facecoop: <http://facecoop.org/index.php/mod.comunidad/mem.perfil/idusuario.401/rel-menu.8/chk.7250b152ce3d9b319afda0a235664dfd>
- Flickr: <https://www.flickr.com/photos/ecologistasenaccion/>
- Picasa: <https://plus.google.com/photos/112337667355889946025/albums?banner=pwa>
- Slideshare: <http://www.slideshare.net/ecospip>
- Tuenti: <http://www.tuenti.com/ecologistasenaccion>

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: Actividades en que las TIC son el centro de la actividad.

No parecen tener grupos u otro tipo de actividades que no pasen por las campañas de información y proselitismo realizadas a través de Internet.

Capa física organizativa:

- Sede: Sí.
- Reuniones presenciales: Sí.
- Acciones/visibilidad: Sí.

Notas: Ejemplo de organización descentralizada y uso de redes sociales en campañas. Dudas sobre participación de jóvenes y edad media, pero presumimos que depende de los distintos grupos del territorio.

4. Multireferéndum

Temática: ecologismo, mejora democracia (defensa del territorio, servicios públicos: no están recogidos por ahora entre las categorías de referencia).

Resumen: Multireferéndum convocatoria de votación —entre el 23 de abril y el 25 de mayo— sobre varias cuestiones ligadas a la ecología, el territorio y la democracia: cultivos y alimentos transgénicos, derecho a un referéndum vinculante para las ILP, deuda ilegítima, control democrático y directo de la energía y otras temáticas locales y territoriales que implican el voto en aquellos lugares donde se produce el conflicto o la reclamación: contra el Barcelona World en el Tarragonès, l'Alt Camp y el Baix Camp, Municipalización del Agua en Lleida, contra las líneas de Alta tensión (MAT) en Selva, el Pla de l'Estany, el Gironès, l'Alt Empordà y el Baix Empordà.

Integrado por varias agrupaciones: Som lo que Sembrem, Xarxa per la sobirania energètica, Candidatura d'Unitat Popular, Plataforma Aturem Barcelona World, Assemblea en Defensa dels Serveis públics de Lleida, Plataforma No a la Mat y la asamblea propia del Multireferéndum.

Acciones: Combina deliberación pública —charlas fundamentalmente—, voto electrónico y voto presencial.

Ámbito actuación/Territorio: Cataluña.

Nacimiento/caducidad: Junio 2013 hasta ahora.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Es para una campaña concreta pero expresan cierta voluntad de permanencia.

Genealogía: Propuesta inicial de Som lo que Sembrem y la Plataforma Aturem el Fracking surgida el 1 de Junio de 2013.

Tipo de clivaje: Mejora democracia.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://www.multireferendum.cat/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/multireferendum?fref=ts> (1.177 likes)
- Twitter: @Multireferendum (2.161 seguidores)
- Vimeo: <http://vimeo.com/user24441534>
- Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCZVuNoNbGUDTVbpG_xBVhpw

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas. Voto electrónico como herramienta de participación.

Capa física organizativa:

- Sede: Sí.
- Reuniones presenciales: Sí.
- Acciones/visibilidad: Sí.

Notas: Descentralización territorial. Buena campaña de comunicación en redes sociales. Uso de la Red como comunicación, herramienta democrática, participación y organización. Este tipo de campañas serían muy difíciles e incluso imposibles sin el uso de Internet.

5. #ToqueABankia

Temática: Contra la banca.

Resumen: Acción distribuida en todo el Estado llevada a cabo el 9 de mayo de 2013 y consistente en bloquear el máximo de oficinas de Bankia en todo el Estado. Toque a Bankia desarrolló una APP para *smartphone* para identificar la oficina de Bankia más cercana y así coordinar los bloqueos, que se desarrollaron mediante acciones de bloqueo pacífico y camuflado: hacerse pasar por clientes muy insistentes y así saturar la oficina. Esta forma de organización, que combina herramientas web, redes sociales, redes físicas, colectivos y personas, es lo que permite poner en marcha una acción contra una entidad completa, en este caso Bankia, de forma descentralizada, distribuida y masiva. Y con un objetivo: bloquear durante todo un día la actividad de las 2.764 sucursales que tiene Bankia en todo el mundo.

Acciones: Toque a Bankia se inspira en diversas formas de movilización, tanto clásicas, como el piquete o la huelga de consumo, como acciones practicadas en los últimos años por los grupos antidesahucios, preferentistas y otros, ocupando y bloqueando sucursales bancarias, hasta prácticas surgidas al calor de las redes sociales y el *hacktivismo*. Puede ser considerada tanto una huelga dirigida (todos contra uno), como un ataque de denegación de servicio físico (multiplicar y concentrar el número de peticiones y gestiones hasta saturar la actividad). Sin embargo, Toque a Bankia supone una evolución de estas prácticas en cuanto que diseña una herramienta web que facilita la participación tanto de gentes ya organizadas en colectivos sociales, como de otras que no lo están. La web y los foros asociados a ella son los espacios donde todas las personas que quieren actuar se encuentran, se organizan y deciden de forma horizontal dónde y cómo lo van a hacer, independientemente de si tienen o no experiencia activista previa.

Ámbito actuación/Territorio: Nacional (en la Red) y acciones locales al menos en Madrid, León, Navarra, Zamora y Asturias. La potencia de la acción es que es completamente descentralizada, y que cada grupo podrá organizarse en el foro de su sucursal consensuando las acciones a realizar. Por tanto, en zonas donde no se cuente con tejido activista, o gente que se encuentre fuera de las redes activistas habituales, puede participar.

Nacimiento/caducidad: Meses antes de mayo 2013 (Falta dato concreto).

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordiación: Campaña concreta.

Genealogía: se lleva a cabo el 9 de mayo de 2013, pero se estuvo preparando meses antes. Se planteó con la idea de repetirse en el tiempo, pero sólo tuvo lugar ese día.

Tipo de clivaje: Contra la banca.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://toqueabankia.net/> [ya no está operativa]
- Facebook: [facebook.com/Toque.a.Bankia](https://www.facebook.com/Toque.a.Bankia) (5.510 likes)
- Twitter: @ToqueaBankia (2.700 seguidores)

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: Actividades en que las TIC son el centro de la actividad. No parecen tener grupos u otro tipo de actividades que no pasen por las campañas de información y proselitismo realizadas a través de Internet.

Capa física organizativa:

- Sede: No.
- Reuniones presenciales: No.
- Acciones/visibilidad: Sí.

Notas: Es uno de los casos más interesantes acontecidos en España de coordinación mediante redes sociales de una acción distribuida de organización lável sin voluntad de generar una organización con permanencia.

6. Juventud Sin Futuro

Temática: Precariedad, becas, emigración, juventud, Universidad, trabajo

Resumen: Juventud Sin Futuro se formó a principios del 2011 en Madrid y hace su aparición en una importante manifestación el 7 de abril de 2011 bajo el lema "Sin casa, sin curro, sin miedo". La red se ha ubicado alrededor de problemas relativos a la juventud (precariedad, desempleo, exilio, movilidad, flexibilidad) y, más en concreto, a la vida universitaria (dificultad de pagar los estudios, neoliberalización de la universidad, falta de recursos, crisis de la universidad como ascensor social, precariedad asociada a la vida universitaria y post-universitaria, trabajo gratuito o en forma de prácticas, etc.), puesto que JSF nació en la UCM.

Desde entonces han desarrollado distintas campañas, como "No nos vamos, nos echan". También se han extendido territorialmente en distintas ciudades del Estado, aunque con mucha menos

fuerza que en Madrid. Desde el inicio, JSF ha hecho una fuerte apuesta por el uso de las redes sociales (RRSS), de la Red y de los memes como forma de comunicación y de viralización de sus mensajes. Juventud Sin Futuro es una organización creada en febrero de 2011, que nace de la iniciativa de diferentes colectivos universitarios madrileños sensibilizados con la situación de precariedad que, según ellos, afecta a la juventud y con el agravamiento de la misma a raíz de las medidas emprendidas por el Gobierno para gestionar la crisis económica que vive el Estado español desde 2008. Participó, junto a la Plataforma Democracia Real Ya y otras organizaciones, en la convocatoria de la manifestación del 15 de mayo de 2011. Juventud Sin Futuro surgió de la coordinación de varios colectivos universitarios madrileños con experiencia en las movilizaciones contra el proceso de Bolonia, que tuvieron lugar en 2008 y 2009. A continuación enumeramos los diferentes colectivos universitarios que componían el grupo madrileño de Juventud Sin Futuro en sus inicios:

- Colectivo Rise Up (Universidad Carlos III de Madrid).
- Agrupación Universitaria Carlos Marx (Universidad Carlos III de Madrid).
- Asociación Universitaria Contrapoder (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología - Universidad Complutense de Madrid).
- Asociación Universitaria 1º de Mayo (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología - Universidad Complutense de Madrid).
- Unión de Historiadores Progresistas (Facultad de Geografía e Historia - Universidad Complutense de Madrid).
- Asociación Universitaria La Caverna (Facultad de Filosofía - Universidad Complutense de Madrid).
- Asociación Universitaria Puño y Letra (Facultad de Filología - Universidad Complutense de Madrid).
- Unión de Estudiantes Progresistas - Estudiantes de Izquierdas (Facultad de Derecho - Universidad Complutense de Madrid).
- Asociación Universitaria La Gatera (Universidad Autónoma de Madrid).
- Coordinadora de Estudiantes de la UAM (Universidad Autónoma de Madrid).

En la sección enlaces de la web de Juventud Sin Futuro se puede acceder a los *blogs* de las diferentes asociaciones, donde figuran sus respectivos estatutos.

Actualmente existen grupos de Juventud Sin Futuro en otras ciudades del Estado como Barcelona, Alicante, San Sebastián o Sevilla.

Acciones: Organizan campañas virales (“No nos vamos, nos echan” “Que se vayan ellos” “Ocupa las becas” “Madrid no es ciudad para jóvenes”...) y extendidas territorialmente con el objetivo de visibilizar la precarización de la juventud y las políticas de desposesión que la provocan. También trabajan convocando acciones siempre con un alto contenido mediático y viral: manifestaciones, escraches, protestas.

Ámbito actuación/Territorio: Local (Madrid) pero con nodos pequeños y reducidos a un momento temporal en otras ciudades como Barcelona o Zaragoza.

Nacimiento/caducidad: Nació a inicios del 2011 y sigue en activo.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia y coordinación.

Genealogía: Juventud Sin Futuro nace a inicios del 2011, hace su aparición pública el 7 de abril del mismo año. Desde entonces ha estado organizando acciones y campañas de distinto tipo.

Tipo de clivaje: Derechos sociales y precariedad juvenil.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: www.juventudsinfuturo.net
- Blog
- Facebook: /juventudsinfuturo 116.000 “me gusta”
- Twitter: @juventudsin 66.000 seguidores

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: Actividades en que las TIC son el centro de la actividad.

La Red juega un papel importante para realizar campañas virales y para difundir información de las distintas actividades de la organización, así como de otras noticias.

Capa física organizativa:

- Sede: Madrid.
- Reuniones presenciales: Sí, semanales.

Notas: Juventud Sin Futuro es reflejo de la precariedad del empleo juvenil y la migración fuera de España de jóvenes cualificados ante la falta de oportunidades; la organización juega un papel clave en el 15-M y en nuevos partidos como Podemos.

7. Oficina Precaria

Temática: Precariedad, becas, emigración, juventud, recortes.

Resumen: La Oficina Precaria se define como una organización de mujeres y hombres con trabajos y vidas precarias. Se dirige a todo tipo de trabajadores intermitentes (desempleados, empleados con contratos temporales y a tiempo parcial, falsos autónomos, becarios y cualquier otra persona con un trabajo precario) y pretende ser una herramienta útil y gratuita que ayude a estos trabajadores a defender sus derechos.

Acciones: Su trabajo principal se basa en otorgar asesoría legal a gente que se encuentra en situación precaria. También convocan manifestaciones y protestas, con un alto contenido de viralidad y con una fuerte presencia mediática.

Ámbito actuación/Territorio: Local (Madrid).

Nacimiento/caducidad: Nacida en 2013 y aún en curso.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: No rastreable.

Tipo de clivaje: Precariedad juvenil y derechos sociales.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://oficinaprecaria.org/>
- Blog
- Facebook: /OficinaPrecaria 5.000 “me gusta”
- Twitter: @OfiPrecaria 6.200 seguidores

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas. La Red juega un papel importante para realizar campañas virales y para difundir información de las distintas actividades de la organización, así como de otras noticias.

Capa física organizativa:

- Sede: Madrid.
- Reuniones presenciales: Sí, semanales.

8. Unión Interinstitutos de Madrid

Temática: Juventud, educación, democracia, recortes.

Resumen: La Unión Interinstitutos de Madrid (UIM) es una plataforma horizontal creada a finales de 2011 por estudiantes de instituto para la lucha contra los recortes en educación. La UIM participa también en Estudiantes en Movimiento (EeM).

Acciones: Organizan asambleas de coordinación con las que han llevado a cabo huelgas estudiantiles, manifestaciones y campañas contra los recortes y la privatización de la universidad.

Ámbito actuación/Territorio: Local (Madrid).

Nacimiento/caducidad: Nacida en octubre de 2011 y aún en curso.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordiación: Voluntad de permanencia y coordinación.

Genealogía: No rastreable.

Tipo de clivaje: Derechos sociales y precariedad juvenil.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://interinstitutos.blogspot.com.es/>
- Blog
- Facebook: /interinstitutosUJM 180 "me gusta"
- Twitter: @interinstitutos 2.800 seguidores

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas. La Red es utilizada para difundir información de las distintas actividades de la organización, así como de otras noticias.

Capa física organizativa:

- Reuniones presenciales: A través de una Asamblea General periódica.

9. Brigadas vecinales

Temática: Derechos humanos, migraciones, derechos sociales, anti-represión.

Resumen: Las Brigadas Vecinales de Observación de Derechos Humanos están constituidas por una organización de vecinos que realiza acciones de visibilización y denuncia de los controles policiales y redadas masivas a migrantes.

Acciones: Graba y fotografía las redadas para denunciarlas, difusión, redacción de informes, presión mediática.

Ámbito actuación/Territorio: Local: Madrid.

Nacimiento/caducidad: Desde inicios del 2011.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordiación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: No rastreable.

Tipo de clivaje: Derechos inmigrantes, anti-represión.

Localización en ejes: D; Z

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://brigadasvecinales.org/>
- Blog
- Facebook
- Twitter: @BrigadasDDHH 6.000 seguidores

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas. La Red es utilizada para difundir información de las distintas actividades de la organización, así como de otras noticias. También para llevar a cabo las mismas acciones de la organización, basadas en la difusión de información sobre situaciones injustas, con objetivos anti-represivos.

Capa física organizativa:

- Reuniones presenciales: Sí.

10. #JuventudDigna22m

Temática: Juventud, recortes, justicia social, deuda, trabajo.

Resumen: Convocatoria juvenil reciente dentro las manifestaciones indignadas de marzo 2014. La manifestación tuvo lugar en Madrid, donde confluyeron siete marchas distintas que venían de distintos puntos del Estado.

Acciones: Acción de coordinación de las facciones jóvenes durante la manifestación del 22 de marzo de 2014 en Madrid.

Ámbito actuación/Territorio: Local/Estatad.

Nacimiento/caducidad: 22 de marzo de 2014.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Campaña nacida para una fecha concreta, la manifestación del 22 de marzo de 2014.

Genealogía: No rastreable.

Tipo de clivaje: Derechos sociales, precariedad juvenil.

Localización en ejes: B; X.

Herramientas/usos de la Red:

- Web: <http://marchasdeladignidadmadrid.wordpress.com/>
- Blog
- Facebook
- Twitter: Hashtag #JuventudDigna22m

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas. La Red es utilizada para difundir información de las distintas actividades de la organización, así como de otras noticias. El uso de *hashtag* también fue muy importante como espacio de coordinación y federación de experiencias difusas ligadas a Juventud Digna 22m.

Capa física organizativa: No existe.

Notas: Juventud Digna es una campaña puntual de organización para la manifestación del 22 de Marzo de 2011 en Madrid.

11. Juventud Obrera Cristiana

Temática: Proselitismo católico.

Resumen: Forman parte de una red internacional de cristianos de base vinculada con la Iglesia Católica (Acción Católica).

La JOC es un movimiento organizado por jóvenes y dirigido a jóvenes. Muy especialmente a jóvenes relacionados con el mundo obrero, que viven en barrios humildes o que vienen de familias con menos recursos.

El objetivo prioritario de la JOC es el de educar, formar, concienciar y evangelizar a la juventud de clase trabajadora, con especial atención sobre quienes se encuentran en una situación de precariedad económica, personal y/o social.

Su sentido y su implantación internacional le lleva a tomar conciencia de las relaciones de dependencia del sur respecto al norte, y por tanto a poner en cuestión el sistema capitalista, su modelo de desarrollo, causa del sufrimiento, el hambre y la pobreza del tercer mundo.

Acciones: Campañas específicas: como una sobre educación que están llevando adelante ahora mismo: <http://joc.es/educacion/>

Formación: tarea educativa y evangelizadora.

Ámbito actuación/Territorio: Nacional.

Nacimiento/caducidad: En España desde 1932 hasta la actualidad.

Organización para campaña concreta/voluntad de permanencia/coordinación: Voluntad de permanencia.

Genealogía: La JOC, que nace en Bélgica, en 1925, de la mano de Joseph Cardijn, sacerdote e hijo de obrero, y que se va extendiendo a muchos países, llega a España en el año 1932. Surge para hacer llegar el mensaje cristiano y los valores del cristianismo a la juventud de la clase obrera.

Tipo de clivaje: Proselitismo católico, socialismo.

Localización en ejes: B, X.

Herramientas/ usos de la Red:

- Web: <http://www.joc.es> y un blog/revista: <http://blogs.21rs.es/joc/elblog/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/juventudobreracristiana> (2.248 likes)
- Twitter: @juventudobrera (1.158 seguidores)
- Youtube: <https://www.youtube.com/user/videosjoc>

Relación con la Red: No está explícitamente presente.

Política desde la Red: TIC como apoyo a actividades de otras temáticas.

Uso de la red con carácter informativo y de difusión de actividades propias o afines.

Capa física organizativa:

- Sede: Sí.
- Reuniones presenciales: Sí.
- Acciones/visibilidad: Sí.

ANEXO 4.

Libro de códigos y plantilla para vaciado entrevistas de organizaciones políticas (juveniles) convencionales

TABLA A.4.1. LIBRO DE CÓDIGOS: ANÁLISIS PRAGMÁTICO

	INTERNA	EXTERNA
Informar de una noticia	@ujce: En el @diarioses artículo de @lara-hache y @caninator: Desenmascarando el programa oculto del bipartidismo	@NNGG_ES: El paro lleva 4 trimestres consecutivos bajando. No caía en el primer trimestre desde hace 9 años #NuevasInforma #enlabuendirección
Informar de un acto (rueda de prensa, acto político, asamblea...)	@JSE_ORG Os dejamos todas las fotos de las Jornadas de Acción Electoral de Badajoz de este fin de semana #ElectoralJSE flickr.com/photos/juventud	@NNGG_ES: Hoy @marianorajoy preside el Consejo de Ministros. Tras la rueda de prensa #NuevasInforma
Convocar a un acto (charla, seminario, conferencia, congreso, concentración, manifestación, huelga...)	@CJAndalucia: sábado 26 de abril XVI Asamblea General Ordinaria del @CJAndalucia en el Albergue Juvenil de Jaén. Participa en la #AsambleaCJA	@lesjerc: Avui a Barcelona #22mantifa i mobilitacions europees contra el racisme i el feixisme a Europa amb @UnitatvsRacisme
Lanzar una consigna, un lema, una campaña	@ujce ¡Viva la lucha de la clase obrera! ¡Solo podemos vencer. #1demayo	
Difundir una comunicación (comunicado, cartel...)	@NNGG_Es Manifiesto del Día del trabajador #Nuevas informa @beatrizjuradofc pic.Twitter.com/6z3bOXIaI9	
Difundir material de campaña, bonos de apoyo...	@ahorapodemos: Queremos llegar a las casas de toda la ciudadanía, para ello puedes apoyar los proyectos de financiación: http://crowdfunding.podemos.info	@lesJERC: Fem costat a @Assembleadocent en #vagaindefinida a les Illes. Podràs fer aportació a la caixa de resistència. pic.Twitter.com/EBqvEpIMax

TABLA A4.1. LIBRO DE CÓDIGOS: ANÁLISIS PRAGMÁTICO (CONTINUACIÓN)

	INTERNA	EXTERNA
Citar una declaración, fragmento de un discurso, de un libro	@ujce "Me preocupa que gobierne gente que nunca se presenta a las Elecciones. eso hay que cambiarlo" @gfvava #electoralJSE	@JNCatalunya: "L'expressió majoritària del catalanisme que volia reformar #Espanya ara es situa del costat del #dretadedicir" @herrerajoan #queremosvotar
Apoyar (a una organización, persona, una causa)	@Calizanova: @orodil Ninguén máis que o @obloque defenderá á mocidade galega nas institucións. Queremos traballar e non emigrar	@juventudesnav: Enhorabuena @CruzRojalNavarra q lanzará este año el Chupinazo. Gran reconocimiento a la labor de más de 3000 voluntarios en su 150 aniversario.
Criticar/denigrar (a una organización, persona, una causa)		@jovenesCCOO: EL Círculo de Empresarios propone bajar el salario mínimo para jóvenes "que no sirven para nada". No es broma j.mp/1gU8XB0
Denunciar (un hecho, una injusticia)		@juventudesnav: JJNN denuncia que Berriozarko Gazte Asanblada utilizase el carnaval de Berriozar para humillar a las víctimas de ETA http://www.juventudesnavarras.com/2014/03/jjnn-denuncia-que-la-asociacion-juvenil-berriozarko-gazte-a-sanblada-utilizase-el-carnaval-de-berriozar-para-humillar-a-las-victimas-del-terrorismo-de-eta/
Recordar una efeméride interna (de la propia organización)	@ujce: Se cumple un año de nuestro XII Congreso. Un año fortaleciendo la juventud comunista, un año construyendo socialismo https://www.youtube.com/watch?v=EXkTPbLOv6U ...	@lesJERC: 22 de febrer: Dia Europeu de la Igualtat Salarial #igualtatsalarialpic.Twitter.com/f0xWzLxllw
Reclamar (un cambio, el incumplimiento de promesa, un derecho...)		@ujce: Exigimos al reino marroquí que cumpla con las resoluciones de la ONU y la legalidad internacional #MinursoDDHH
Responder (a una pregunta, a una afirmación...)	@Avalot.: @tgn25 @lorenamartos vam estar	
Pedir el voto	@ahorapodemos: ¿Hace cuanto tiempo que no votas con ilusión? Tenemos muuuuchas ganas de que llegue el 25M sí... y el 26 y el 27...	@Galizanova: Como podo votar por correo? e se estou no estranxeiro? Toda a info na web de @galizanova Que non decidan por nós! http://galizanova.org/que-o-25-de-maio-non-volvan-decidir-por-nos-como-votar-por-correo-e-se-estas-no-estranxeiro/ ...

*A4.2. LIBRO DE CÓDIGOS: ANÁLISIS TEMÁTICO
(PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LOS JÓVENES)*

PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LOS JÓVENES	ORDEN DE IMPORTANCIA
Paro	1
Crisis económica - Problemas económicos	2
Sistema educativo - Planes de estudio	3
Vivienda - Carestía	4
Drogas	5

*A4.3. LIBRO DE CÓDIGOS: ANÁLISIS TEMÁTICO
(LA RED EN LA AGENDA)*

DIMENSIÓN	CATEGORÍA
Derechos digitales	Privacidad
	Propiedad intelectual
	Licencias libres
	Neutralidad de la Red
Democracia 2.0	Transparencia digital
	Toma de decisiones mediante medios digitales
	Voto electrónico
	Sistema de primarias mediante medios digitales
Brecha digital	Desigualdad de acceso a la tecnología
	Desigualdad de formación en competencias tecnológicas
Comunicación 2.0	Redes sociales
	Streaming
	Crowdfunding
	Georreferencialización

TABLA A4.4. PLANTILLA VACIADO DE ENTREVISTAS

DESCRIPCIÓN	PREGUNTAS
<p>Descripción de la organización</p>	<p>1. ¿Puede describirnos su cargo en la organización? ¿Desde cuándo lo ocupa? ¿Cuáles son sus funciones?</p> <p>3. ¿Puede describirnos brevemente la historia y los objetivos de su organización? ¿Cuándo se funda? ¿De qué medios dispone (locales, servicios...)? ¿Qué actividad desarrolla? ¿De cuántos afiliados o simpatizantes consta?</p> <p>4. ¿Qué vinculación mantiene su organización con el partido o sindicato con qué se relaciona? (únicamente para organizaciones juveniles vinculadas a partidos o sindicatos)</p>
<p>Formación y adquisición de capacidades digitales</p>	<p>2. ¿Puede detallarnos su grado de conocimiento y uso de las nuevas tecnologías de la información? ¿En qué medida le son útiles dichas tecnologías en el desempeño de sus funciones?</p>
<p>Estudios, profesión, residencia, nacionalidad...</p>	<p>10. ¿Cómo describiría el perfil social de sus militantes-afiliados (estudiantes, universitarios, trabajadores, jóvenes profesionales...)? ¿Considera que sus militantes-afiliados responden al perfil medio de joven? En caso contrario, ¿en qué se diferencian?</p>
<p>Competencias y uso de TIC</p>	<p>14. ¿Cómo describiría el perfil digital de sus militantes-afiliados/as (es decir, el conocimiento y uso que hacen de las nuevas tecnologías)?</p>
<p>Recursos de formación en TIC</p>	<p>15. ¿Considera importante para el desarrollo de la organización que las personas que formen parte dispongan de una trayectoria en las nuevas tecnologías?</p> <p>41. ¿Se plantean seminarios internos de capacitación en el uso de las TIC (orientados a afiliados, simpatizantes...)?</p>
<p>Entidades ciudadanas, movimientos sociales</p>	<p>5. ¿Qué relación mantiene con organizaciones de la sociedad civil (entidades ciudadanas, movimientos sociales...)?</p> <p>7. ¿Cuál diría que es la percepción que su organización tiene de la acción política? ¿Para qué consideran que sirve la política y como se sitúa su organización respecto a ella?</p> <p>8. ¿Cómo cree que la ciudadanía y los jóvenes perciben a su organización?</p>
<p>Organizaciones y federaciones internacionales en las que participa o mantiene contacto</p>	<p>6. ¿Mantiene vínculos su con otras organizaciones o federaciones internacionales? ¿Con cuáles? ¿Con qué asiduidad?</p>
<p>Comisión TIC/comunicación</p>	<p>16. ¿Qué lugar ocupan las nuevas tecnologías e Internet en el seno de su organización? ¿Cómo definiría el uso que se le da a la Red en su organización (informativo, coordinativo/organizativo, proselitismo...)?</p>

TABLA A4.4. PLANTILLA VACIADO DE ENTREVISTAS (CONTINUACIÓN)

DESCRIPCIÓN	PREGUNTAS
<p>Web corporativa, canales en redes sociales</p>	<p>17. ¿Puede describirnos brevemente las características de su web (interactividad, dispone de intranet para afiliados/militantes, servicios añadidos...)? ¿Con qué asiduidad se actualizan los contenidos? ¿Podría decirnos cuándo fue la última vez que se realizó un rediseño global de la web?</p>
<p>Informativo, movilizatorio...</p>	<p>19. ¿Utilizan WhatsApp, Telegram, Blackberrymessenger u otras plataformas de mensajería cruzada en la organización? ¿Con qué finalidades?</p> <p>21. ¿Qué uso se hace de las redes sociales? ¿Existe un plan de comunicación de la organización? ¿Se ha desarrollado específicamente un <i>social media plan</i>? ¿Dispone de una estrategia del uso de redes sociales? ¿Qué papel juegan los afiliados/simpatizantes de su organización en las redes sociales (viralizar contenidos, interaccionar...)? ¿Existe alguna directriz estratégica, espacios de agrupación...?</p>
<p>Blog, blogrolls, canal de streaming</p>	<p>18. ¿Dispone su organización de un servicio de <i>newsletter</i> (boletín de noticias) o lista de correo? En tal caso, ¿esta lista está segmentada (afiliados, simpatizantes...)?</p> <p>20. ¿Puede describirnos el conjunto de medios digitales que utiliza su organización (<i>blogs, blogrolls, redes sociales, herramientas de coordinación...</i>)?</p>
<p>Plan de comunicación, <i>community manager</i>, posicionamiento SEO, estudios internos, prospectiva digital</p>	<p>22. ¿Dispone su organización de un/a <i>community manager</i>?</p> <p>23. ¿Se realiza una monitorización del uso de la Red (posicionamiento SEO, métrica web...)? ¿Qué instrumentos se utilizan para el monitoreo? ¿Con qué asiduidad?</p> <p>25. ¿Ha desarrollado la organización algún estudio interno sobre los usos TIC de sus militantes-afiliados/as?</p>
<p>Adopción de la Red como modelo organizativo</p>	<p>24. ¿Existe una comisión orientada a la Red y al uso de las nuevas tecnologías? ¿Cuáles son sus funciones? ¿Las personas que la integran disponen de capacitación específica en el campo de las TIC?</p> <p>26. ¿Qué planes de futuro tiene su organización en relación al desarrollo de las TIC?</p> <p>27. ¿En qué medida se considera que la aparición de las TIC ha cambiado las formas de organizarse, coordinarse y comunicar de la organización?</p>
<p>Activismo digital, <i>crowdfunding</i></p>	<p>32. ¿Utilizan mecanismos de <i>crowdfunding</i> (microemprendimiento digital) para la obtención de fondos?</p> <p>42. Finalmente, me gustaría hacerle una pregunta global ¿En qué medida cree que el potencial de las nuevas tecnologías puede cambiar la relación entre juventud y política?</p>

TABLA A4.4. PLANTILLA VACIADO DE ENTREVISTAS (CONTINUACIÓN)

DESCRIPCIÓN	PRECUNTAS
<p>Voto electrónico, participación electrónica, transparencia digital</p>	<p>29. ¿Utiliza su organización formas de participación o voto electrónico?</p> <p>39. ¿Existe un posicionamiento acerca del voto electrónico?</p>
<p>Mensajería instantánea, herramientas de <i>groupware</i>, <i>cloudcomputing</i>, videoconferencias (<i>skype</i>, <i>hangouts</i>...)</p>	<p>28. ¿Qué mecanismos de coordinación, información interna o toma de decisiones de la organización se desarrollan a través de las TIC?</p> <p>30. ¿Utilizan herramientas de <i>groupware</i> (Googledrive, Googledocs, <i>pad</i>s, Googlecalendar...)? ¿Quiénes las utilizan (<i>staff</i>, afiliados/as, simpatizantes...) y con qué fin?</p> <p>31. ¿Utilizan aplicaciones de <i>cloudcomputing</i> (Dropbox, Doodle...)? ¿Quiénes las utilizan y con qué fin?</p> <p>33. ¿Utilizan sistemas de videoconferencia? ¿Cuáles (Hangout, Skype, sistemas profesionales)?</p> <p>34. ¿Utilizan canales de <i>streaming</i> para difundir sus actividades? ¿Cuáles?</p>
<p>Apartados referentes a las TIC en manifiestos, documentos, programas, campaña</p>	<p>35. ¿Considera que el uso de las TIC han comportado la aparición de nuevas formas de acción política?</p> <p>36. Cómo organización, ¿qué temáticas concretas han sido desarrolladas en relación a las TIC?</p>
<p>Desafección y problemáticas juveniles</p>	<p>9. Últimamente, se ha hablado en los medios de comunicación y en instancias académicas de la existencia de desafección ciudadana respecto a la política, que habría puesto en crisis las instancias políticas tradicionales. ¿Considera justificada esta apreciación? En caso afirmativo, ¿cómo intenta su organización dar respuesta a esta problemática?</p> <p>11. ¿Cuáles considera que son las principales problemáticas de la juventud en este país?</p> <p>12. ¿Qué soluciones promueve su organización para dar respuesta a dichas problemáticas?</p> <p>13. En relación a las siguientes problemáticas: paro, crisis económica, sistema educativo, carestía de vivienda, drogas, ¿puede describirme brevemente qué soluciones promueve su organización para dar respuesta a dichos problemas?</p>
<p>Privacidad, propiedad intelectual, licencias libres, neutralidad de la Red</p>	<p>37. ¿Existe un posicionamiento de su organización alrededor de los derechos y libertades digitales (privacidad, acceso universal, licencias abiertas, <i>software</i> libre)?</p> <p>38. ¿Existe un posicionamiento de su organización respecto a la brecha digital (dificultad de acceso/formación en TIC)?</p>
<p>P2P Economy, emprendimiento digital</p>	<p>40. ¿Existe un posicionamiento de su organización acerca de la economía digital?</p> <p>32. ¿Utilizan mecanismos de <i>crowdfunding</i> (microemprendimiento digital) para la obtención de fondos?</p>

ANEXO 5.

Características de las redes de difusión de la ANC, ANJI e Independencia

MUESTRA DE TWEETS PARA LOS CASOS DE LA ANC, ANJI E INDEPENDENCIA

En este anexo, tal como se mencionó en el cuerpo del texto, se observan las características de la muestra de tweets que se obtuvo para representar cada red temática analizada.

TÉRMINOS DE BÚSQUEDA/RED	NÚMERO DE TWEETS OBTENIDOS (SIN DIFERENCIAR ORIGINALES Y RETWEETS)/TOPSY (ACCESOS A FIREHOSE DE TWITTER)	NÚMERO DE USUARIOS O CUENTAS EN LA RED
1. @assemblea	67.574/92.420 = 73%	16.826
2. @ANJI_LANC	349/727 = 48%	98
3. @Generacio_sisi OR #elpaisquevolem OR #debatsagora OR #Araeshora9N OR #9N2014 OR @Araeshora OR #dialeagsagora OR #CatalansVote9N OR #volem votar (Red Independencia)	119402/462.565 = 25%	30.478

Fuente: Obtención diaria con search API de Twitter del 1 de octubre al 10 de noviembre.

Para cada una de estas redes en Twitter (Independencia, ANC y ANJI,) en los siguientes gráficos (A5.1, A5.2 y A5.3) presentamos, los términos más frecuentes que se discutían en Twitter. Los gráficos presentan los grupos de palabras, en los que las palabras más cercanas o próximas entre sí constituyen una agrupación o cuadrante. El tamaño de cada nodo representa la frecuencia en la que aparece la palabra en la red temática, mayor frecuencia implica un mayor tamaño del nodo. Este análisis en red de los términos nos permite identificar no sólo qué palabras son las más frecuentes en la red temática, sino a qué hacen referencia estas palabras en cuanto podemos identificar con qué otros términos se relacionan o usualmente aparecen. Las redes de términos que presentan mayor frecuencia aparecen inicialmente en los cuadrantes de la izquierda. El tema de la votación, por ejemplo, es el más frecuente en la red de independencia; también es el caso de la red de la ANC, pero más asociado con la campaña "Ara és l' hora" y el 9-N; en el caso de la red de la ANJI, los cuadrantes más relevantes en términos de frecuencia están asociados a estudiantes con el 9-N y la denominada GIGA encuesta.

YA NADA SERÁ LO MISMO.
*LOS EFECTOS DEL CAMBIO TECNOLÓGICO
EN LA POLÍTICA, LOS PARTIDOS Y EL ACTIVISMO JUVENIL*

