

Nativos digitales: ¿hacia una nueva participación política?

Los jóvenes europeos en general, y los españoles en particular, valoran muy positivamente la democracia como sistema político que debe regir la sociedad, así como el voto como mecanismo para participar en la política. Además, un sector cada vez más importante, está demandando una mayor interlocución, participación y capacidad de influencia en los asuntos públicos. Internet y las redes sociales se han convertido para muchos de ellos en un nuevo ámbito político, donde intercambiar opiniones, influir y construir sus propias subjetividades políticas, influyendo decisivamente en sus hábitos políticos más allá de la red. No se trata, pues, tanto de un desinterés por la política y los asuntos públicos, sino de un rechazo a unas prácticas y unos actores políticos que consideran ineficaces y alejados de sus intereses y de su capacidad de interlocución y la búsqueda de canales alternativos de participación política.

Palabras clave: Participación política, democracia, Juventud, desafección.

1. La tecnología como forma de vida... también política

La gran mayoría de los jóvenes españoles usa Internet en su vida cotidiana, desde la organización del tiempo de ocio hasta la comunicación con familiares pasando por actividades vinculadas con sus estudios o la búsqueda de empleo. ¿Qué supone para la participación política la incorporación de los nativos digitales? ¿Se participa más? ¿Se participa diferente? ¿Qué se hace nuevo, qué se deja de hacer? Para aproximarnos a estas cuestiones necesitamos entender las nuevas realidades que emergen con los nativos digitales, los cambios que suscitan las tecnologías digitales en la organización de la vida de los jóvenes, qué cambio de visión del mundo acompañan las nuevas realidades que van apareciendo día a día. Por otro lado, debemos conocer cuál está siendo la dinámica de la participación política entre los jóvenes españoles en los últimos años y hasta qué punto existe alguna relación entre estos dos elementos.

Si por algo se caracteriza la generación de los nativos digitales es por su elevado grado de posesión y acceso inmediato a diversos dispositivos tecnológicos (Bringué y Sábaba, 2009: 41). (2) Esta realidad supone para ellos nuevas formas de cotidianidad, de comunicación, vida familiar, escolar y social respecto a las de generaciones precedentes. El 58% de los internautas entre 15 y 19 años accede a las redes sociales varias veces al día, con una media de uso de 1,28 horas; y el 22% reconoce acceder una vez al día (INJUVE, 2012). (3) Es decir, las redes sociales están fuertemente arraigadas en la cotidianidad de los jóvenes españoles, tan solo el 20% las usa con una frecuencia inferior a la diaria. La creación y el refuerzo de vínculos de amistad están entre los principales motivos de su uso (Álvaro, 2013). Y es que los jóvenes no perciben las nuevas tecnologías como promotoras de aislamiento social sino que, al contrario, motivan la relación entre sus iguales y el intercambio de información (Bernal y Lobera, 2014).

(1) Este trabajo se inserta en las actividades de los proyectos de investigación MINECO "Democracia multinivel: la participación de los ciudadanos y de los entes territoriales en los procesos de decisión pública" (MEC, DER2012-37567) y «Régimen jurídico constitucional del Gobierno 2.0-Open government. Participación y transparencia electrónicas y uso de las redes sociales por los poderes públicos» (DER2012-37844) de los que uno de los autores es investigador. Así como en el grupo de investigación complutense sobre tecnología y democracia.

(2) España es el país europeo con mayor penetración de *smartphones* con un 66%, mientras que la media europea es del 57% (Comscore, 2013).

(3) La edad y el nivel educativo son las variables que marcan, en mayor medida, diferencias en el uso cuantitativo de redes sociales (Espinar y González, 2009).

En los últimos años, diversos estudios, como los de Bringué y Sábaba (2009; 2011), han indagado en cómo el uso de herramientas digitales ha cambiado la forma de comunicar y de consumir información de los jóvenes. Se dan mayores niveles de intercambio y de simultaneidad entre tareas y pantallas. Los nativos digitales solapan el uso de dispositivos tecnológicos, como vasos comunicantes, y son multitarea en su uso. La televisión no pierde fuerza entre las demás pantallas y, a pesar de ser un medio unidireccional, sigue captando el tiempo y el interés de unos jóvenes acostumbrados a la multitarea (Bringué y Sababa, 2009: 283). Entre los jóvenes españoles, Internet supone el medio más valorado tanto para el entretenimiento (67,7%) -por delante de radio (44,6%) y televisión (42,6%)- como para obtener información (61,6%) (Aranda, Roca y Sánchez-Navarro, 2013).

El entorno digital se está convirtiendo no sólo en una vía de información y comunicación sino, sobre todo, en una forma de organizar redes que reúnan a personas con intereses comunes, a un precio mínimo y en un tiempo récord, cambiando de manera radical la naturaleza misma de las relaciones y las organizaciones (Rubio, 2007). Recientemente, también se han realizado diversos estudios para tratar de conocer la influencia del entorno digital en la participación política y cívica de las generaciones más jóvenes, como el realizado por Digital Youth Research Project. En la mayor parte de estos trabajos a la vez que se destacan las potencialidades de las herramientas digitales para la participación, se pone de manifiesto la existencia de distintas barreras para que los jóvenes puedan acceder a esa participación: no sólo de naturaleza económica, sino también institucional, social y cultural. De ahí que, usualmente, se haga hincapié en el papel clave que pueden desempeñar las instituciones públicas para facilitar esta participación (Ito *et al*, 2008: 35).

Las nuevas cotidianidades y significados que suponen la integración de las redes sociales generan cambios profundos. Estos cambios no sólo se dan en la forma de consumir información y comunicarse, sino que aparecen también en el ámbito de la participación política, donde parecen conducir a un cambio de paradigma. La representación simbólica del paradigma que pierde su hegemonía tiene en su centro al televisor, medio unidireccional, que convierte al participante en receptor de mensajes. Este paradigma tiene su cénit en los años ochenta, caracterizados por una baja participación política. El ciudadano participa votando -aunque no siempre- y se siente alejado y sin capacidad de influencia en el ámbito de la toma de decisiones. Este paradigma no ha desaparecido, sigue definiendo la realidad política de miles de ciudadanos, pero pierde terreno (o mejor, lo comparte) con un nuevo modelo representado por Internet, bidireccional, que permite la multitarea: recibir, pero en igual medida, enviar, incidir. Se redefinen los conceptos de individualismo, participación, transparencia y privacidad. Se espera que lo público sea más visible y permita el desarrollo de la participación (la cultura-co: cocreación, cooperación, colaboración...) que experimentan quienes usan el entorno digital de manera cotidiana. Actualmente, ambos paradigmas se solapan, uno pierde su hegemonía para pasar a compartirla con otro que emerge y que tiene en la generación de nativos digitales su punta de lanza y principal sustrato.

2. ¿La desafección tiene edad?

Hoy decir que los españoles no están contentos con su sistema político es casi una obviedad, es necesario ir más allá y ver si estamos ante una situación coyuntural o una tendencia. Así lo confirman Lobera y Ferrándiz, (2013) que señalan como el nivel de descontento de los españoles ha ido en aumento desde 2010. Este descontento va unido a cierta apatía por los asuntos públicos, desafección o carencia de sentimiento de pertenencia al

entorno local y falta de motivación por mejorarlo, e incluso por preservarlo, y un sentido de exclusión de la toma de decisiones públicas. (4) De ahí que el malestar y la ausencia de participación vayan de la mano, algo que supone una amenaza para cualquier sistema democrático, ya que estamos hablando del mecanismo principal de interacción entre los ciudadanos y las autoridades.

(4)

Desde la óptica de las teorías de las necesidades universales, como las desarrolladas por Max-Neef *et al.* (1986) y Doyal y Gough (1994), esta insatisfacción o desfase se pueden considerar como síntomas de una cierta frustración en la satisfacción de la necesidad de participación (Lobera, 2010).

(5)

Sobre la actitud negativa hacia los partidos a nivel internacional, véase Linz, J. J. (2002), «Parties in Contemporary Democracies: Problems and Paradoxes». En: Gunther, R., Montero, J. R.; Linz, J. J. (eds.) *Political Parties. Old Concepts and New Challenges*, Oxford: Oxford University Press. Véase también, sobre el antipartidismo en el sur de Europa: Torcal, M., Montero, J. R.; Gunther, R. (2003), «Ciudadanos y partidos en el sur de Europa: los sentimientos antipartidistas», *Reis*, 101: 9-48.

(6)

Denominamos *pseudoparticipación* a aquel tipo de práctica que en principio está destinada a satisfacer la necesidad de participación pero que, como que no presenta satisfactores sinérgicos, se puede traducir en frustración o apatía hacia los medios habilitados para la participación (Lobera, 2010: 126-127). Generalmente, este tipo de prácticas se encuentran alejadas de la participación efectiva en la toma de decisiones y tienen una doble función: legitimadora de las políticas adoptadas por las instituciones y reguladora de los canales de participación ciudadana.

(7)

Alió (2005) distingue entre tres modelos de participación en el ámbito local: 1) el modelo participativo restringido, allí donde no existe ningún instrumento o reglamento de participación; 2) el modelo participativo de apoyo, donde existen reglamentos de participación pero donde la práctica se oriente al apoyo social a la toma de decisiones de la administración local; 3) el modelo participativo de decisión, donde existen canales para la participación, el seguimiento y el control de la gestión pública.

Como en la mayoría de los países de nuestro entorno, partidos y políticos adolecen de una paulatina pérdida de confianza. Desde hace varios años, en un ranking de confianza institucional ciudadana que engloba a 28 instituciones o grupos sociales ambos están, de manera permanente, entre las últimas posiciones. La falta de crédito de la que acarrean los políticos y los partidos ha afectado también al ámbito institucional en que trabajan. La confianza en principales instituciones políticas se ha visto mermada en 2011, especialmente durante los meses previos a las movilizaciones sociales.

La falta de mecanismos efectivos de participación en los partidos políticos parece haber contribuido a una cierta actitud negativa hacia ellos (*Parteienverdrossenheit*). (5) A esto hay que sumarle que cuando la participación tiene lugar, tanto en partidos como en las instituciones, se convierte a menudo en *pseudoparticipación*, (6) alejada de una participación real y efectiva, en la que se pretende un efecto placebo que, lejos de lograr una mayor integración en los asuntos públicos, provoca una mayor desilusión. Como señala Alió (2005:133), (7) un modelo participativo de apoyo —y todavía en mayor medida un modelo participativo restringido— crea frustración, incompreensión y enfrentamientos entre la ciudadanía que participa en el proceso y las administraciones, que sólo buscan la corresponsabilización de la ciudadanía en las decisiones que se formulan desde su «conocimiento» y «objetividad».

La actual situación de desafección e insatisfacción política está relacionada con procesos sociales amplios, donde la edad no resulta una variable decisiva. (Castells, 2009; Comisión Europea, 2013; Lobera y Sampedro, 2014). Podemos decir que, en lo que a desafección y sus posibles consecuencias, los jóvenes no son una excepción. Su actitud distante hacia las formas tradicionales de participación política (afiliación a partidos y sindicatos, asistencia a manifestaciones, etc) no se encuentra muy alejada de lo que sienten otros europeos de más edad. La realidad de la actitud de distanciamiento y desafección en lo político es mucho más compleja, que aquella que reduce el diagnóstico a cuestiones relativas a la edad, la situación laboral o de expectativas personales. La democracia se ha puesto en tela de juicio como consecuencia de una disociación entre el poder de la comunicación y el poder representativo, que provoca un distanciamiento entre los ciudadanos y los gobiernos, que está profundizando la crisis de legitimidad del modelo actual. De ahí que los jóvenes no estén marcando una tendencia distinta a la del conjunto de la población, sólo acentúan y enfatizan una insatisfacción y un descontento transversales a todos los grupos de edad.

3. Los jóvenes y la política

Analizar cualquier sistema político supone identificar a sus actores y sus formas de participación en los procesos políticos, pero en el caso que nos ocupa, los jóvenes, no es fácil encontrar estudios que vayan más allá de su participación electoral y su compromiso con asociaciones y actividades políticas.

Sólo en las últimas décadas, se ha intensificado el estudio del comportamiento político de los jóvenes. Este interés se ha amplificado en los últimos

años con la aparición de nuevos movimientos sociales en red en los que los jóvenes han asumido un liderazgo claro (como el 15M y la PAH) y la extensión de este liderazgo hasta la creación de nuevas agrupaciones políticas como Podemos, Guanyem, o el Partido X. Estos análisis señalan que los jóvenes son una fuerza electoral considerable y que, al responder a unos criterios diferenciados, puede resultar determinantes. Así, por ejemplo, la investigación de González,(2004) muestra que, al menos en las elecciones generales de 1986, 1996 y 2004, los jóvenes contribuyeron a inclinar la balanza a favor del partido inicialmente en la oposición y que tras las elecciones acabaría en el gobierno.

Las conclusiones principales de los números estudios sobre la participación de los jóvenes en España (Mateos y Moral, 2006; Anduiza, 2001), señalan que los jóvenes participan menos que el resto de segmentos de edad pero que esta menor participación no se ha acentuado con el tiempo de manera proporcional. Es cierto que en los jóvenes se ha producido un descenso en la participación electoral, pero esta menor afluencia a las urnas se encuadra en una tendencia de declive de la participación entre la población general, tanto en España como en la mayoría de los países de nuestro entorno. Así se puede observar en las encuestas del CIS previas a las elecciones generales. (8) En la de 2008 (CIS nº 2750) el 49.7% de los jóvenes iba a participar frente al 69.3% de la franja con mayor intención declarada de voto, aquellos que tenían entre 55 y 64 años. Los datos son similares en la encuesta del 2011 (CIS nº 2915), donde el 52.7% de los jóvenes iba a votar frente al 69.8% de los mayores de 64 años.

Aun así no podemos negar que tanto los jóvenes europeos como los españoles votan menos que sus mayores (9). Para explicar la menor participación de los jóvenes en las citas electorales se suelen plantear tres hipótesis (Rosenstone y Hansen, 2003): la mayor edad puede proporcionar una mayor comprensión y cercanía hacia el proceso político, derivadas de una mayor experiencia política (*life-experience hypothesis*); o el hecho que mayor edad puede implicar mayor integración en la sociedad y, consecuentemente, los controles informales de la comunidad los empujen a votar con mayor intensidad (*life-cycle hypothesis*); o que la participación dependa de las experiencias de socialización de cada generación (*generational hypothesis*). Como señala Martín Hernández (2006:7) existen fundamentos empíricos para cada una de estas hipótesis, algunos de ellos en aplicación al caso español (Barreiro, 2001; Morales, 2003).

Sin embargo, el voto no es percibido por los jóvenes europeos como algo inútil, más bien todo lo contrario, para ellos es la mejor manera de conseguir que la voz de un ciudadano sea escuchada. El *Flash Eurobarometer 373* (Comisión Europea 2013b) muestra que el 75% de los jóvenes europeos entre 15-24 años consideran que se ejerce mayor influencia política ejerciendo el voto en las elecciones locales y nacionales, lo que supone el porcentaje más elevado en cualquiera de los rangos de edad, puesto que esa percepción desciende al 69% entre los 25 y 39 años. La forma de explicar esto puede resultar paradójica: El interés por participar e influir en la vida política está presente, en gran medida, entre los jóvenes; sin embargo, hay en ellos una falta de confianza del funcionamiento actual del sistema político. Un voto cada cuatro años parece insuficiente para muchos de ellos y, algunos, optan por alejarse del funcionamiento político al verse incapaces de influir de manera efectiva o, al menos, en la medida que ellos desearían. Es difícil entender que una generación acostumbrada a elegir en tiempo real los aspectos más cotidianos de su vida se resigne a ser un espectador pasivo cuando a la política se refiere. No se trata entonces de un desapego hacia la democracia sino de un descontento con su funcionamiento actual.

Esto se confirma al ver como el interés por la política ha ido en aumento a la par que ha aumentado el descontento con su funcionamiento. Entre

(8)

Para observar el nivel de abstencionismo electoral entre los jóvenes y compararlo con generaciones posteriores podemos utilizar fundamentalmente dos herramientas: el recuerdo de voto en encuestas post-electorales y la intención de voto en las pre-electorales. La experiencia en demoscópica electoral nos indica que, usualmente, se obtiene una buena estimación de la participación electoral a partir de la de probabilidad de voto en encuestas pre-electorales, contabilizando aquellos que valoran en 9 o 10 su probabilidad de ir a votar en las próximas elecciones en una escala de 0 a 10.

(9)

Así, por ejemplo, en los procesos electorales que tuvieron lugar en Europa en 2010, el 78% de los europeos de más de 30 años acudieron a votar, mientras que este porcentaje caía al 61% entre los jóvenes entre 22 y 29 años, según los datos proporcionados por la Comisión Europea (2013).

2005 y 2011, el interés por la política entre los jóvenes ha subido del 24% al 31%, al mismo tiempo que ha aumentado el recelo hacia ella. Así, mientras que en 2005, el sentimiento mayoritario entre la juventud hacia la política era la desconfianza (32%), la indiferencia (22%) y el aburrimiento (18%), en 2011, la desconfianza sube al 40%, la indiferencia y el aburrimiento bajan ambos hasta el 16%. Por otro lado, la encuesta presentada en Álvaro y Rubio (2014) apunta en esta misma dirección: el 73% de los jóvenes de hasta 30 años manifiestan un alto interés por la actualidad política, consultando noticias relacionadas con ellas varias veces por semana, frente a tan sólo un 28% que muestra un interés escaso o nulo. tesis vendría a ser confirmada, por ejemplo, por los resultados del informe de la Comisión Europea (2013) que apuntalaría la teoría según la cual la participación política de los jóvenes no está en declive, sino que se encuentra en transformación hacia otros canales mucho más cercanos a su forma de entender la democracia. Esa transformación, facilitada por las herramientas digitales, se dirige a nuevas formas de entender la democracia, redefiniendo la acción política, sus actores y sus medios, pero también la intermediación social, en un sentido mucho más amplio.

En España, los datos del CIS (2011) muestran que sólo un 16% declara que la política le aburre, mientras que el 41% lo que siente es desconfianza en relación con la política. Así, en el mismo sondeo del CIS (2011) al que hemos hecho referencia se refleja también la escasa confianza de los jóvenes en el funcionamiento de las instituciones políticas: el 50% de los jóvenes tiene nula o muy poca confianza en los partidos políticos, el 37% en los sindicatos, el 42% en el Congreso de Diputados y el 41% en la monarquía. El auge de los movimientos sociales desde 2011 y la particular involucración de los más jóvenes en ellos parecen coincidir con un momento de especial debilidad de la política partidista para generar confianza en los ciudadanos, que, como hemos visto, arrastra irremediablemente a las instituciones en las que esta política partidista se desarrolla. La desconfianza que provocada por los actores políticos tradicionales entre los europeos más jóvenes se refleja, por ejemplo, en los datos del *Flash Eurobarometer 373* (Comisión Europea 2013b). En el rango de edad entre 15 y 24 años, la afiliación a partidos políticos y sindicatos apenas despierta el interés del 13% y 9%, respectivamente. Este desinterés es bastante similar al que se produce para los 25-34 años. Sin embargo, otras organizaciones tienen incluso menor adhesión: organizaciones de consumidores (5%) y no gubernamentales (7%), que no son consideradas por los jóvenes entre 15 y 24 años como vehículos eficaces para hacer oír su voz e influir en la política.

De ahí que podamos afirmar que el menor uso de los canales formales de participación política por parte de los jóvenes está fuertemente vinculado con el descontento-insatisfacción con el funcionamiento de la política, constatado en numerosos estudios (Bendit, 2000; Henn *et al.*, 2002; Lobera y Ferrándiz, 2013). Como consecuencia de esto vemos como la baja consideración de los canales formales de participación convive con la emergencia de nuevas formas de participación política, un proceso que Norris (2002) denomina la *reinención* del activismo político y que afectaría especialmente a los jóvenes. Estas nuevas formas de participación política se han desarrollado, esencialmente, bajo formas de participación en el espacio público (manifestaciones y acciones directas), la participación persuasiva (firma de peticiones, contactos con políticos y contactos con medios de comunicación) y la participación en organizaciones alternativas de construcción social (como la emergencia de organizaciones de economía social, comunidades neorrurales, colectivos político-artísticos, etc.). La novedad es ver como todas estas nuevas formas de participación política están mediatizadas frecuentemente por herramientas digitales que permiten nuevas formas de organización y de acción (Lobera y Sampredo, 2014: 472).

4. El impacto de lo digital en la participación política de los jóvenes

Si hasta ahora hemos visto como los jóvenes se “enfrentan” a la política, vamos a dar un paso más para ver si podemos establecer algunas diferencias como consecuencia del uso de la tecnología, especialmente de quienes nacieron a finales del pasado siglo y forman parte de la primera generación que alcanza su mayoría de edad en la era digital, a los que se suele denominar “nativos digitales”. Lo relevante no es su acceso habitual a las nuevas tecnologías o que dispongan de gran destreza en su uso, lo esencial radica en la forma en que estas nuevas tecnologías han configurado su visión de la vida y el mundo. Feixa (2003) pone en valor la importancia del paso de una cultura analógica basada en la escritura a una cultura digital basada en la imagen, configurada por un acceso universal al entorno digital, la superación de los límites tradicionales de la división de género y un proceso de globalización cultural. Graff (2007: 10-13) apunta a una nueva generación más convencida cívicamente, más diversa y plural, en la que se está produciendo la superación de los límites tradicionales entre los sexos y un proceso de globalización cultural. Los nativos digitales parecen poseer una mayor capacidad de resolución de problemas; buscan en la tecnología un *feedback* constante basado en la recompensa inmediata por sus acciones; gustan del intercambio entre iguales, son defensores del código abierto y el software libre; se coordinan *online* con otras personas, con la consiguiente necesidad de evaluar la reputación, la confianza y la credibilidad del otro interlocutor y todo esto les hace establecer nuevas formas de relacionarse con la política y participar en ella (Álvoro y Rubio, 2014).

Los jóvenes han encontrado en estas tecnologías un medio nuevo de relación, comunicación, aprendizaje, satisfacción de la curiosidad, ocio y diversión. Esto se traduce en el uso cotidiano e intensivo de las herramientas digitales, convertidas ahora en un elemento imprescindible en sus vidas (Machargo *et. al*, 2003). Pese a las críticas habituales que dotan a las TIC de un efecto aislante, los jóvenes consideran la finalidad relacional es uno de los motivos principales para su uso. A esta conclusión llegan dos estudios diferentes sobre la Generación 2.0 (2010 y 2011), el 80% de los encuestados manifestaba que el motivo más frecuente para su uso es el contacto con los amigos (Sánchez Burón y Fernández Martín, 2010), seguido por el deseo de mantener relación con personas a las que no ven de manera habitual (Sánchez Burón y Álvaro, 2011).

Los nativos digitales no sólo han crecido rodeados de herramientas que favorecen la interactividad y la participación, sino que además han sido pioneros en encontrar usos para esas herramientas en su vida cotidiana. Esta situación excepcional a lo largo de su etapa de desarrollo puede afectar al nivel de participación política de los nativos digitales, pero sobre todo a las formas en las que esa participación se materializa (Osgerby, 2004: 159).

El nuevo estilo, estructurado en torno a redes de comunicación fluidas y globales, define, ante todo, una nueva manera de concebir y practicar la política. Podríamos denominarlo *networked politics*, ‘política en red’, ya que nos habla tanto de la posibilidad de relación y coordinación entre personas, grupos y/o colectivos heterogéneos como de la capacidad logística para desplegar acciones interconectadas, continuas, policéntricas y descentralizadas.

Aparecen nuevas formas de participación política, tanto en la relación del ciudadano con las administraciones públicas y las instituciones políticas como en la interacción de la ciudadanía y su capacidad de organización. En el primer caso, desde hace ya dos décadas, la potencialidad del entorno digital para favorecer una mayor participación política de la ciudadanía en

el entorno institucional ha superado, con mucho, la puesta en marcha de iniciativas reales. Existen diversas causas, pero la falta de confianza de las instituciones para abrirse a una mayor participación puede ser destacada como la principal. En el segundo caso, las herramientas digitales han sido utilizadas, desde el primer momento, con finalidades de incidencia política de manera mucho más intensiva.

Las nuevas formas de movilización política se caracterizan por tener una base importante en el entorno digital. Son el reflejo, y quizás la parte más visible, de la aparición de nuevas formas de entender la participación política y el activismo. Como esta “política en red” se ha desarrollado, casi exclusivamente en el entorno virtual, será mucho más frecuente encontrar sus formas de pensar y actuar la política en los entornos más cercanos a los nuevos usos del mundo digital. Los nativos digitales ocupan entonces una posición privilegiada en esta nueva realidad política. Su vinculación con el entorno digital les permite construir formas de relación y acción política diferentes a las desarrolladas por sus mayores. El entorno virtual ha permitido difuminar las barreras de edad y sexo característicos de la política tradicional. Así, como apunta Joseph Nye (2009: 59): “Para llegar a ser un líder en el mundo de internet la edad y el sexo desempeñan un papel menos importante que en el mundo real, y la aptitud lingüística y la cantidad de conversación tiene mayor peso”.

A partir de ahí se abren numerosas posibilidades en la manera que los jóvenes pueden participar en los asuntos públicos: pueden informarse, comunicarse, deliberar, tomar decisiones y actuar coordinadamente sin encontrarse todos en un mismo lugar y al mismo tiempo.

La participación política tiene su base en el acceso e intercambio de información. El entorno digital ha revolucionado las formas y frecuencias de ambos. Para el 84% de los jóvenes, Internet es una fuente importante o fundamental para estar informado de la actualidad (INJUVE, 2013). Además, el 46% de los jóvenes entre 15 y 19 años asegura que ‘las redes sociales son una forma moderna de mantenerse al tanto de la política’ y el 38% dice que ‘las redes sociales pueden hacer que me interese por asuntos políticos’ (ibid). No se puede establecer una relación de causalidad entre los tres fenómenos, pero lo cierto es que en los últimos años ha aumentado el interés por la política entre los jóvenes españoles, a la par que han ido en aumento la insatisfacción política y el acceso al entorno digital. Así, el 41% de los jóvenes de 15 a 29 años mostraba interés por la política en 2012 (ibid.). Dos elementos que influyen en el interés por la política son la familia e Internet. Según un estudio realizado por Álvaro y Rubio (2014), se observa que mientras las herramientas digitales aumentan su capacidad de acercar a los más jóvenes a la política, los medios tradicionales de comunicación la pierden. Así, por ejemplo, el 60% de los jóvenes de 21 a 25 años asegura estar particularmente influido por Internet en su interés por la política.

El uso de las redes sociales directamente para causas políticas y sociales alcanza un llamativo 65% entre los jóvenes (Álvaro y Rubio, 2014). Las causas político-sociales representan el primer uso de las redes para compartir información y la vinculación entre los jóvenes de hasta los 25 años (ibid). Algo similar ocurre con la información: el 78% de los encuestados asegura utilizar blogs y redes sociales para informarse, constataándose que son los jóvenes los que mayor uso hacen de estas herramientas para intercambiar y consumir información. Mediante este estudio podemos decir que, a pesar de la generalización en el uso de estas herramientas entre los jóvenes, son las nuevas generaciones las que hacen un uso más intensivo de las mismas.

El estudio de Álvaro y Rubio (2014) también muestra que el uso político del entorno digital entre los más jóvenes no está necesariamente vinculado

a los partidos y los políticos tradicionales. El acercamiento a la política tradicional es muy diferenciado según los rangos de edad: el 44% de los jóvenes entre 18 y 21 años no ha visitado nunca las websites, redes sociales y blogs de políticos y partidos, mientras que entre los mayores de 25 años esa proporción alcanza el 88%. De quienes visitaron las redes sociales, websites y blogs de los partidos políticos, algo más de la mitad (53%) lo hicieron en campañas electorales. Es decir, al menos la mitad del acercamiento a políticos y partidos en el entorno digital se trata de una visita eventual, motivada por un evento específico. Más relevante aún es ver como no existe demasiada confianza en que los entornos virtuales de los actores políticos tradicionales permitan a los jóvenes disponer de espacios para la participación o para influir con sus opiniones y demandas en la agenda de los políticos. El 68% de los jóvenes respondieron que estaban “muy/bastante de acuerdo” con la afirmación de que Internet permite actuar a los ciudadanos al margen de los partidos políticos. Por el contrario, estos mismos jóvenes tienen una visión muy pesimista sobre el comportamiento de los políticos tradicionales con las herramientas digitales: el 75% de ellos está “muy/bastante de acuerdo” con la idea de que los políticos solo las utilizan para hacer publicidad y pedir el voto. En consecuencia, solo el 28% está “muy/bastante de acuerdo” con la idea de que Internet y las redes sociales permitan a los ciudadanos influir en los políticos.

El entorno digital ha permitido dar flexibilidad al acceso a la información. La información de la que hablamos tiene una forma diferente, con un componente más gráfico y un fuerte contenido simbólico. Esto afecta a la forma de recibirla (con comodidad y prácticamente en tiempo real), de procesarla (poniendo en un segundo plano la reflexión y primando la espectacularidad del impacto), a los efectos en el receptor (reactivos, con una fuerte carga sentimental), a su forma de transmitirla y redistribuirla. Además, la procedencia de la información es distinta: las relaciones de confianza se posicionan como una de las principales fuentes de acceso a la información. El acceso a los medios de comunicación se realiza cada vez más a través de las relaciones de confianza, alcanzando el 30% en determinados medios. La referencia de autoridad, que durante mucho tiempo se ha concedido a los medios de comunicación, está siendo sustituida por otros principios más basados en la confianza. Hoy en día, recibir la información directamente de una persona que forma parte de nuestros círculos de amistad se convierte en un elemento determinante a la hora de prestar atención (elemento no menor), y de compartir la información.

El intercambio personal de información está motivado en siete de cada diez personas, por la construcción de su propia identidad o reputación digital delante de los otros (The New York Times Customer Insight Group, 2011). Este intercambio favorece la creación de comunidades de afines, la colaboración entre ellas y la construcción de nuevas identidades. Sin embargo, la facilidad del intercambio puede provocar, en algunos casos, la sobreabundancia de información (Cornellá, 2000). Otra consecuencia negativa puede ser que la retroalimentación, consecuencia de elegir aquella con la que nos encontramos más a gusto, perjudique el diálogo y pueda favorecer la existencia de una información más polarizada. Esto ha sido descrito con profundidad por Sunstein (2003), que alertaba frente a la “ciberbalkanización”, es decir, la fragmentación y polarización como consecuencia del acceso del usuario a más información, lo que le permite conformarse con más facilidad con aquella con la que está de acuerdo y dejar de lado de manera sistemática aquella que le disgusta.

Así, los datos del *Flash Eurobarometer 373* señalan que la utilización de Internet y las redes sociales para expresar opiniones sobre temas de interés político es algo propio de los nativos digitales europeos, puesto que en los dos últimos años, el 42% de los jóvenes entre 15 y 24 años había hecho uso prioritario de estas herramientas para manifestar sus opiniones políticas.

Esta nueva forma de participación política ha aumentado de forma considerable entre los jóvenes europeos en los dos últimos años, según el informe de la Comisión Europea (2013). Esto debería hacernos reflexionar sobre la forma en que los jóvenes europeos están utilizando Internet y las redes sociales en los ámbitos de la comunicación y participación política que, como ya hemos visto, no sirven como incentivo para participar en formatos tradicionales (debates), pero que sí parecen efectivos como una nueva forma de intercambiar opiniones y construir subjetividades políticas al margen de los canales clásicos. Como señala Dolors Reig (2013) las redes sociales son fundamentalmente “redes sociables” y esa sociabilidad es, en nuestra opinión, la puerta de entrada hacia nuevas formas de involucración política.

Entre los usos más habituales de las herramientas digitales por parte de los jóvenes, cobran especial protagonismo aquellos relacionados con la autoorganización y el intercambio de opiniones. Hoy cualquiera puede encontrar a otros con los que comparte afinidades, organizarse y participar, una realidad con una enorme potencialidad política. Así, las prácticas en la red han ido más allá de la coordinación de acciones y del aprovechamiento de la flexibilidad en redes descentralizadas de activistas, dando lugar a un cuestionamiento del monopolio de la esfera pública que hasta ahora ostentaban los actores políticos y mediáticos tradicionales (Castells, 2009; Lobera y Sampedro, 2014: 473-4). La tecnología digital ha tenido un impacto claro en la manera cómo han evolucionado las movilizaciones sociales. En Seattle, Manila, 13-M, 15-M, Turquía y Brasil se ha podido observar que las movilizaciones son cada vez más, «formas de cooperación transitorias y tácticas, de agrupar multitudes y de crear enjambres» (Rodríguez Giralt y López Gómez, 2008).

La desafección o insatisfacción con los mecanismos formales de participación generan otros tipos distintos de respuesta. Por un lado la pasividad y el aislamiento, de los que optan por vivir al margen de la política y sólo piden al gobierno que con sus decisiones no aumente las causas del malestar; por otro lado y la respuesta ante este malestar puede manifestarse mediante la búsqueda de maneras alternativas de participación. Junto a la información y la creación de comunidades, las herramientas digitales están favoreciendo la acción política, especialmente entre los jóvenes. Éstas pueden ser de manera individual, en asociaciones vecinales, grupos ecologistas o movimientos étnicos, regionalistas, culturales, religiosos, feministas, pacifistas, juveniles, etc. o en formas de redes, favorecidas por las nuevas tecnologías y exploradas con mayor frecuencia por las generaciones nativas digitales. Fuera de los canales formales establecidos para la participación formal, esta participación se desarrolla en espacios tan diversos con el arte callejero, los grafitis, las plazas públicas, el uso del cuerpo para la protesta, las marchas reivindicativas, las cartas a los diarios, las firmas de peticiones, la participación en foros y redes sociales, hacktivismo, desobediencia civil, espacios autogestionados, *flashmobs*, *craftivismo*, memes virales, etc. El interés y la actitud de los nativos digitales frente a las nuevas herramientas digitales aplicadas a la política no están limitados a su uso para el sufragio o para adherirse a una propuesta o queja que circula por la red.

La participación en el entorno digital no puede sustituir a los procesos presenciales, sino que debe ser un complemento de este: la participación política *offline* y la *online* forman un entramado indisoluble. La participación *online* y *offline* son ambas plurales y diversas. Un mismo individuo puede transitar por varias de sus expresiones y con distintas intensidades o implicación a lo largo del tiempo. Las visiones algo simplistas que, en algunas pocas ocasiones, han tratado de ridiculizar nuevas prácticas políticas como el ciberactivismo, tachándolas de “activismo de sofá” carente de compromiso, son totalmente ajenas a la percepción que estos jóvenes tienen de la política, sus intereses y sus demandas de participación en los

asuntos públicos. No hay gran diferencia entre el *slacktivism*, (entendido con un ciberactivismo de baja intensidad) y la participación *offline* de baja intensidad o *passive activism*, que también se da.

Por esta razón, a la hora de hablar de la participación política de los jóvenes, hemos optado por adoptar una escala. Al igual que Swinnen (2005), entendemos la participación bajo la forma de un espectro y no como un proceso que presenta fases consecutivas. La noción de escala con diferentes niveles propuesta por Arnstein y otros autores puede inducir a una comprensión jerárquica de los diferentes tipos de participación. A diferencia de esto, la forma de un espectro deja entender la participación como una práctica que puede integrar diferentes expresiones, relacionadas entre sí pero no sometidas a una escala jerárquica. Estos tipos de participación, por tanto, no son consecutivos ni intercambiables.

Tabla 1. Tipología y procesos de la participación en el entorno digital

Tipología de la participación	Procesos y herramientas en el entorno digital
(1) Información	Acceso a información a través de portales generalistas o alternativos (Indymedia, etc), listas de correo, boletines, etc. Elementos informativos: documentos online, hipervínculos, comunicados, convocatorias, anuncios, noticias, material audiovisual, streaming, etc.
(2) Comunicación	Intercambio de información a través del correo electrónico, redes sociales y de espacios de comunicación habilitados en las webs. Elementos comunicativos: preguntas, sugerencias, demandas, quejas, comentarios, cartas, organización de convocatorias y reuniones, WhatsApp, Telegram, Skype, etc.
(3) Deliberación	Procesos de examen, evaluación, reflexión, debate y discusión sobre las decisiones, opciones y valores que impregnan cualquier asunto sociopolítico. Herramientas: foros, chats, redes sociales, Loomio, Incoma, Truth mapping, etc.
(4) Consulta / Toma de decisiones	Formas que pueden emplear colectivos y administraciones públicas para saber las opiniones de los ciudadanos o de sus miembros y/o para que participen en la toma de decisiones. Elementos consultivos: referendos, encuestas, sondeos, doodle, etc. Elementos decisorios: participación en elecciones mediante el voto electrónico, referendos o encuestas vinculantes, recogida de firmas para iniciativas legislativas o para iniciar consultas ciudadanas en los ayuntamientos, etc. Herramientas: Appgree, Liquidfeedback, Agora voting, Democracia en red, Your priorities, Propongo, All our ideas, Doodle.
(5) Acción creativa	Amplio abanico de acciones colaborativas desde el entorno digital que pueden tener una expresión presencial. Implementación de bases de datos, acceso libre a la información, la comunicación, la consulta y la deliberación, planes formativos, análisis colaborativo, mapeo, campañas, etc.. Herramientas: softwares abiertos, impulso de mayor transparencia, bigdata, análisis de datos/investigación (Boinc, Zooniverse, Crowdcrafting, Project Gutenberg: Distributed Proofreaders, Polymathprojects, Cablegate), mapeo (OpenStreetMap, Ushahidi), campañas digitales (Loic, Oiga.me, Change.org), crowdfunding (Goteo, Verkami, Miaportación), etc.

Fuente: Elaboración propia basada en Lobera (2010:146).

La escala de participación presentada puede aplicarse a la generación de políticas públicas pero también a la gestión de los servicios y el espacio público. El objetivo aquí es abrir canales que mejoren la eficacia de la gestión de los servicios públicos gracias a la participación ciudadana, especialmente en el ámbito local (Lobera 2010:138). Gracias a esto, el ciudadano es acercado al espacio público local y a su gestión, lo que contribuye a la reducción de la frustración ciudadana con la gestión pública. Estas medidas consisten en aprovechar la colaboración ciudadana para la identificación de problemas que de otro modo tardarían más tiempo y más recursos en ser detectados por el personal de servicios debido a la escala de la unidad de gestión, de la multiplicación de los servicios y de la reducción de los recursos por unidad de servicio, algo que encaja con los nuevos paradigmas en los que se mueve la generación de nativos digitales.

Conscientes que las herramientas digitales evolucionan rápidamente y, por tanto, las listas de herramientas para la acción política corren el riesgo de quedar rápidamente desactualizadas, en 2014 las principales herramientas digitales que se vinculan con la práctica de la política en red son las siguientes:

- a) Herramientas de recopilación y selección de contenidos: [Menéame](#), [Reddit](#), [Stackexchange](#), [Wikiprints](#) (10).
- b) Herramientas de debate: [Loomio](#), [Incoma](#), [Truth mapping](#).
- c) Herramientas de toma de decisiones: [Appgree](#), [Liquidfeedback](#), [Agora voting](#), [Democracia en red](#), [Your priorities](#), [Propongo](#), [All our ideas](#), [Doodle](#).
- d) Herramientas de escritura: [Titanpad](#), [Co-ment](#), [Amara](#).
- e) Herramientas de análisis de datos/investigación: [Boinc](#), [Zooniverse](#), [Crowdcrafting](#), [Project Gutenberg](#): [Distributed Proofreaders](#), [Polymathprojects](#), [Cablegate](#).
- f) Herramientas de mapeo: [OpenStreetMap](#), [Ushahidi](#).
- g) Herramientas de acción digital: [Loic](#), [Oiga.me](#).
- h) Herramientas de obtención de recursos: [Goteo](#), [Verkami](#), [Miaportación](#).

5. Los jóvenes y la nueva política

El interés por la política entre los jóvenes es una realidad creciente que transcurre paralela al crecimiento de su insatisfacción con el funcionamiento de los canales formales de participación. Estos canales tradicionales son escasos y poco efectivos para alcanzar una influencia en la esfera política, percibida como alejada y desvirtualizada, y esta inoperancia contrasta especialmente con el comportamiento de los jóvenes en otras esferas como la cultural o la del ocio.

Frente a unos políticos y partidos políticos que, a ojos de una parte de la sociedad, están perdiendo su eficacia como intermediarios adecuados para canalizar las demandas, se plantean nuevas opciones políticas con forma de acción, movimiento o partido. El interés por la política se desplaza hacia mecanismos informales de participación, abriendo una nueva cultura política, que tiene en la generación de nativos digitales su punta de lanza y principal sustrato, aunque también esté presente en mayor o menor medida en otros sectores de la población.

(10)

Los Wikiprints son eventos en los que, a través de las redes sociales, se lanza una llamada para juntar, en un espacio breve de tiempo, todos los ejemplos que se puedan encontrar sobre un tema específico. Un ejemplo exitoso de Wikiprint es el organizado por la P2P Foundation, donde se intenta localizar, mapear y documentar todos los casos de producción P2P.

Las herramientas digitales han desempeñado un papel importante en esta construcción de nuevas subjetividades políticas y nuevos canales de participación en entornos virtuales. (11) Las nuevas formas de participación política se deben al entorno digital. Las facilita y, a la vez, influye en su construcción cultural. Se trata de un nuevo contexto, de nuevos valores que alimentan los nuevos movimientos sociales y la nueva política en red pero también están cada vez más presentes en otros ámbitos como el empresarial. El uso de las TIC desborda la concepción instrumental de la tecnología, facilitando formas de organización y de acción más descentralizadas, coordinadas en red. Esto supone la difusión de mecanismos de relación política sensiblemente más horizontales y descentralizados, facilitando «nuevas maneras de relación y de comunicación que permiten la gestión de conocimientos, la creación de comunidades y el intercambio de significados en otro régimen de relaciones» (Rodríguez Giralt, 2002).

El uso cotidiano de las herramientas digitales ha llevado a la reelaboración de significados tan centrales como la individualidad, la transparencia, la privacidad y el espacio público, así como a la incorporación de la cultura (cocreación, cooperación, colaboración,...). Algunas de ellas, como el ProBono o el crowdfunding, son consecuencia de nuevas formas de entender el interés particular, “síntesis entre lo comunitario y lo individual y que es capaz de satisfacer en mayor medida las necesidades humanas” (Reig, 2013) y están teniendo una repercusión creciente y efectiva en diversos aspectos de la vida política, social, económica y cultural. Los jóvenes asocian un mayor grado de transparencia a la mayor parte de sus actividades cotidianas y publican aspectos íntimos de sus vidas con distintos niveles de privacidad. Los nativos digitales no sólo tienen una menor reticencia a la transparencia de la mayor parte de las facetas de su vida en la red, sino que la exposición es generalmente valorada como positiva, aunque en algunos casos, puede tender al exhibicionismo, provocando una redefinición entre lo público y lo privado, que incide también en su concepción de la política. También replantea la visión de la politización, denunciada por Jorge Benedicto (2008: 14) “reducida a un fenómeno básicamente individual, influido por una serie de factores externos, que se traduce en una serie de comportamientos explícitos”.

Podemos destacar dos elementos cuya mayor presencia es exigida por los nativos digitales: la perspectiva “co y la transparencia en todos los ámbitos de su vida. Estos nuevos elementos se han instalado en su manera de entender el mundo (Weltanschauung), también el ámbito político. Entre las expectativas de los nativos digitales va a estar la de disponer de canales eficaces y transparentes para influir de manera colaborativa en las decisiones públicas, especialmente cuando estas afecten a sus vidas cotidianas y a sus intereses. Su objetivo no es participar siempre y en todo, lo que desean es tener la posibilidad de hacerlo, de manera efectiva, cuando deseen. Por este motivo, la ciudadanía, más que un principio abstracto, se convierte en capacidad de elección, en la opción permanente de poder afirmar (participación, construcción) y negar (crítica, denuncia) de manera transparente y efectiva.

Las nuevas expectativas de participación política que hemos presentado se ven frustradas, especialmente, entre los más jóvenes y plantean nuevos retos a las administraciones y a las instituciones públicas ante un clima de insatisfacción creciente con los mecanismos de participación política. De ahí que los jóvenes compartan una dinámica intergeneracional más amplia de descontento, especialmente acentuada en el caso del funcionamiento de los partidos y las instituciones políticas. Esto les impulsa hacia una búsqueda de nuevas formas de participación e influencia en la arena política. El uso de tecnologías digitales fomenta el desarrollo de nuevas formas de relación, de participación y de subjetividad política. Aunque parezca una característica española, la actitud distante de los jóvenes hacia las formas

(11)

El uso de tecnologías digitales, como los SMS o Internet, en la práctica política ha sido ampliamente estudiado durante los últimos veinte años. El estudio de las TIC en la práctica política despegó en 1994, cuando el EZLN (y posteriormente otros grupos) impulsó una acción política global en torno a sus reivindicaciones utilizando las nuevas tecnologías.

tradicionales de participación política en España es similar al comportamiento de los otros europeos de más edad. La mayor vinculación con las herramientas del entorno digital convierte al estudio de los nativos digitales en necesario y privilegiado para entender esta nueva realidad política.

Referencias bibliográficas

Alió, M.A. (2005). "Una altra visió sobre les relacions entre la societat i la natura. Aportacions des d'una recerca participativa sobre el planejament ambiental". *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, (60), 129-143.

Álvarez, A. (2013). *Revoluciones Horizontales: Ciberactivismo y Movilizaciones Ciudadanas en América Latina y España*. San José: FLACSO.

Álvarez, A. Rubio, R (2015). *El uso de las tics y la involucración política de los jóvenes*. INJUVE. Pendiente de publicación.

Anduiza, Eva (2001). *Actitudes, valores y comportamientos políticos de los jóvenes españoles y europeos*, Madrid: INJUVE.

Aranda, D; Roca M. y Sánchez-Navarro J. (2013). "Televisió i internet. El significat d'ús de la xarxa en el consum audiovisual dels adolescents". *Quaderns del CAC*, 39 (16): 15-22.

Arnstein, S.R. (1971). «A ladder of citizen participation in the USA». *Journal of the Royal Town Planning Institute*, (57), 176-182.

Barreiro, Belén (2001). "Los determinantes de la participación en las elecciones españolas de marzo de 2000: el problema de la abstención en la izquierda", Estudios/ Working paper, 2001/171, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Bendit, René (2000), "Participación social y política de los jóvenes en países de la Unión Europea". En Balardini, Sergio (ed.): *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*, Buenos Aires: CLACSO.

Bernal, Ana Isabel; Lobera, Josep (2014). "You have new connections: usos de las redes sociales en la infancia y juventud en España". Göteborg: Nordicom. Pendiente de publicación.

Bringué, X. y Sádaba, C. (2009). *La Generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Fundación Telefónica. <http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/La-Generaci%C3%B3n-Interactiva-en-Espa%C3%B1a.pdf>.

Bringué, X. y Sádaba, C. (2011). *Menores y redes sociales*. Madrid: Generaciones interactivas.

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial.

Comisión Europea (2013). *Political Participation and EU Citizenship: Perceptions and Behaviours of Young People. Evidence from Eurobarometer surveys*. Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA). <http://eacea.ec.europa.eu/youth/tools/documents/perception-behaviours.pdf>.

Comscore (2013). *2013 Spain Digital Future in Focus. Hechos clave del mercado digital español*. Comscore Inc.

Cornellá, A. (2000). "Cómo sobrevivir a la infoxicación". Transcripción de la conferencia del acto de entrega de títulos de los programas de Formación de Posgrado del año académico 1999-2000. Infonomía. http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf.

- Dahl, R.A.** (1989). *La poliarquía. Participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
- Doyal, L.; Gough, I.** (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Barcelona: Icaria.
- Dworkin, R.** (1996). *Ética privada e igualitarismo político*. Barcelona: Paidós.
- Espinar, E.; González, M.** (2009). "Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género". *Feminismo*, nº 14, pp. 87-106
- Feixa, C.** (2003). "Generación @. La adolescencia en la era digital", *Cuadernos de Pedagogía*, 320: 52-55.
- Ganz, M, Wageman, R.** (2008). *Sierra Club Leadership Development Project. Pilot Project Report and Recommendations*. Harvard.
- González, Juan Jesús** (2004), "Las bases sociales de la política española", *Revista Española de Sociología*, 4: 119-142.
- Graff, G.** (2007). *The first campaign*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Habermas, J.** (1987). *Teoría de la acción comunicativa. I. Racionalidad de la acción y racionalización social. II. Crítica de la razón funcionalista*. Editorial Taurus.
- Hayek, F.A.** (1993). *Law, legislation and liberty*. University of Chicago Press
- Henn, M., Winstein, M. y Wring, D.** (2002), "A generation apart? Youth and political participation in Britain", *British Journal of Politics and International Relations*, vol. 4, nº 2, pp. 167-192.
- INJUVE** (2013). *Informe de la Juventud 2012*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- INJUVE** (2012). *Jóvenes y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Lindblom, C.E.** (1977). *Politics and Markets*. New York: Basic Books.
- Lobera** (2010). *Sostenibilitat, participació i educació: les concepcions del món i de la tecnociència en la transformació dels conflictes socioambientals*. Tesis Doctoral. Càtedra UNESCO de Sostenibilitat, Universitat Politècnica de Catalunya.
- Lobera, Josep; Ferrándiz, José Pablo** (2013). "El peso de la desconfianza política en la dinámica electoral en España". En: Ismael Crespo et al. (ed.) *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las Elecciones Generales españolas de 2011*. Valencia: Editorial Tirant Lo Blanch, pp. 41-65.
- Lobera, Josep; Sampedro, Víctor** (2014). "La transversalidad del 15M entre la ciudadanía". En: Eunatè Serrano, Antonio Calleja-López, Arnau Monterde y Javier Toret (eds.) *15MP2P. Una mirada transdisciplinaria del 15M*. Barcelona: UOC. 470-489. http://civilsc.net/sites/default/files/15MP2P_Mayo2014.pdf.
- Machargo J., Lujan, I., León M. E., López, P. y Martín, M.A.** (2003). "Percepción de la influencia del ordenador, de Internet y de los videojuegos por los adolescentes". *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, 6: 159- 172
- Mansbridge, J.J.** (1990). *Beyond Self-Interest*. University of Chicago Press.
- Martín Hernández, Álvaro** (2006). *Participación socio-política de los jóvenes españoles: medios y trayectorias*. Documento de Trabajo 06-13. Madrid: CSIC
- Marx, K.; Engels, F.** (2002). *El Manifiesto Comunista*. San Salvador: Editorial Jurídica Salvadoreña.

- Mateos, Araceli y Moral, Félix** (2006). *Comportamiento electoral de los jóvenes españoles*. Madrid: INJUVE.
- Max-Neef, M.A.; Elizalde, A.; Hopenhayn, M.** (1986). *Desarrollo a escala humana*. Rev. Development dialogue. Santiago de Chile: CEPAAUR y Fundación Dag Hammarskjöld. http://www.dhf.uu.se/pdf/86_especial.pdf.
- Michels, R.** (1962). *Political Parties*. New York: Free Press.
- Morales, Laura** (2003). *Ever less engaged citizens?: political participation and associational membership in Spain*, Barcelona : ICPS.
- Morán, María Luz** (1999). "Los estudios de cultura política en España", *Reis*: 85/99, 97-129.
- Norris, Pippa** (2002). *Democratic Phoenix. Reinventing Political Activism*. Cambridge: Cambridge University Press
- Mosca, G.** (1984). *La clase política*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Nozick, R.** (1988). *Anarquía, estado y utopía*. México: Fondo de cultura económica.
- Osgerby, B.** (2004). *Youth Media*. London: Routledge.
- Pareto, W.** (1987). *Escritos sociológicos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pateman, C.** (1999). *Participation and Democratic Theory*. Cambridge University Press.
- Phillips, A.** (1991). *Engendering Democracy*. Pennsylvania State University Press.
- Rawls, J.** (1999). *A Theory of Justice*. Oxford University Press.
- Reig, Dolors** (2012). "Disonancia cognitiva y apropiación de las TIC". *TELOS: Cuadernos de comunicación e innovación*, 90: 9-10.
- Rheingold, H.** (2012). *Net Smart. How to thrive online*. MIT Press.
- Rosenstone, Steven J. y Hansen, John M.** (2003). *Mobilization, Participation, and Democracy in America*. Nueva York: Longman.
- Rubio, R.** (2007). El protagonismo las nuevas tecnologías en los nuevos movimientos sociales. Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías / coord. por Lorenzo Cotino Hueso, págs. 87-106
- Rubio, M.**(2012). "Participación política de la juventud, redes sociales y democracia digital", *Telos*, 93: 106-115
- Sánchez Burón, A., Álvaro, A.** (2011). *Generación 2.0 2011. Hábitos en el uso de redes sociales en los adolescentes de España y América Latina*. <http://www.slideshare.net/ucjc/generacin-20-2011-hbitos-de-usos-de-las-redes-sociales-en-los-adolescentes-de-espaa-y-amrica-latina>.
- Sánchez Burón, Fernández Martín, M.** (2010). *Generación 2.0 2010. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. <http://www.slideshare.net/ucjc/generacin-20-hbitos-de-los-ad>.
- Sandel, M.J.** (1998). *Liberalism and the Limits of Justice*. Cambridge University Press.
- Schmitter, P.C.; Lehbruch, G. (eds.)**. (1978). *Trends Toward Corporatist Intermediation*. London: Sage.

- Schumpeter, J.A.** (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Buenos Aires: Orbis.
- Sunstein, C.** (2003). *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós.
- Swinnen, H.** (2005). «La democracia participativa en el proceso político local y el caso de la ciudad de Utrech (Holanda)». A: Varela, J.; García Rubio, F. (eds.). *La participación ciudadana en grandes ciudades*. Madrid: Dykinson.
- Taylor, C.** (1997). *Equívocos: el debate liberalismo - comunitarismo. Argumentos filosóficos. Ensayo sobre el conocimiento, el lenguaje y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- The New York Times Customer Insight Group** (2011). *The Psychology of Sharing. Why Do People Share Online?* New York: The New York Times Company <http://www.iab.net/media/file/POSWhitePaper.pdf>.
- Walzer, M** (1990). "The Communitarian Critique of Liberalism". *Political Theory*. Sage. Vol. 18, (1), 6-23.
- Weber, M.** (1991). *Escritos políticos*. Madrid: Alianza.