

## El Cuarto Poder en Red, periodismo bucanero y activismo de datos punk <sup>(1)</sup>

*Las TIC han permitido la emergencia de una esfera pública a la que corresponde un Cuarto Poder en Red aún en ciernes. Esta noción remite a una ciudadanía que actúa como sujeto comunicativo de pleno derecho y colabora con los periodistas para defender su autonomía frente a los otros tres poderes. Para ello ha creado y distribuido herramientas y plataformas de publicación de código abierto y libre. Interactuando con nuevos medios y perfiles profesionales, aplican los principios del bien común y la colaboración. Su proyecto final es revertir la globalización digital en favor de una sociedad civil transnacional. El periodismo de filtraciones y de código libre desplegado por WikiLeaks y Snowden podría calificarse de bucanero, pues se realiza con recursos propios y desde comunidades libres asentadas en la Red. Acosadas por los estados y las corporaciones, intentan limitar su poder y erigir un flujo de contrapoder mancomunado, entre los periodistas y los públicos a los que sirven. Ese periodismo bucanero recupera el sentido de los llamados periodismo de precisión, ciudadano y de datos. Evita su banalización, porque liga el trabajo del periodista al activismo de datos; y las redacciones, a una red distribuida de comunidades y tecnoc Ciudadanos que actúan como Cuarto Poder en Red. Filtran información secreta, la distribuyen libremente y la analizan con código abierto, para aumentar la transparencia y la rendición de cuentas de los otros tres poderes.*

**Palabras claves:** bien común, Internet, nuevas tecnologías, ciberactivismo, nuevos medios, filtraciones, periodismo de datos, periodismo de precisión, periodismo ciudadano, periodismo de investigación, globalización, derechos de autor, propiedad intelectual, hackers, economía digital, esfera pública, cuarto poder.

La Prensa ejerció como Cuarto Poder mientras controló a quienes gobiernan, legislan y juzgan. Logró ese estatus siendo la plataforma pública de las comunidades que la sostenían. Los lectores proporcionaban a los editores y periodistas el dinero que les confería independencia respecto a los centros de poder. Además el público suministraba información, opinión y relatos colectivos donde reconocerse. Seguía los medios, que había ayudado a crear, en la medida en que le permitían ejercer la autonomía política; es decir, la capacidad de autogobernarse. Con la ayuda de los periodistas podrían fijarse objetivos colectivos, debatir su pertinencia y proponer las vías de alcanzarlos con la mínima interferencia de las esferas de poder. Si un gobernante, un legislador o un juez vulneraban la autonomía ciudadana, la Prensa salía en su defensa. Era contrapoder.

Éste era el proyecto racional y humanista de la Ilustración y la función de la esfera pública a la que dio lugar. Ambas sentaron las bases del periodismo tal como lo concebimos hoy. Es también la tesis de J. Habermas (1986) y el motivo de sus constantes llamadas a la re-Ilustración. El filósofo alemán ha criticado con dureza a los medios que a finales del s.XX habían “colonizado”, según sus términos, la esfera pública con las lógicas del Mercado (en los países del capitalismo occidental) o del Estado (más allá del Telón de Acero). O dicho de otro modo, las imprentas de la Ilustración acabaron transformadas en empresas multimedia y los medios públicos, en órganos gubernamentales o partidarios. Por ejemplo, *El New York Times*

<sup>(1)</sup> Este texto reformula argumentos desarrollados en V. Sampedro (2014) y los expande con la información del blog que actualiza ese libro: <http://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-en-red/>

y *Pravda* (el periódico de la extinta URSS), aún ofreciendo posibilidades de autonomía ciudadana muy dispares, acabaron convertidos en fines en sí mismos: carecen de comunidad de referencia y, desde luego, ya no priorizan la defensa de las libertades cívicas y del bien común.

*Pravda* ha pasado de ser el órgano oficial de la URSS a convertirse en el mortecino periódico del Partido Comunista que, antes que a sus votantes, representa a los líderes. Igual que previamente servía a la *nomenklatura* dirigente en lugar de a la población soviética. Y el *NYT* o *El País* pertenecen a unas corporaciones, al servicio de las élites económicas y políticas de sus países. Se dirigen a las clases sociales con capacidad de consumo y que, por tanto, atraen publicidad. En consecuencia, contribuyen a una desigualdad acumulativa: privilegian la representación pública de los intereses de los ciudadanos más privilegiados. Las grandes empresas multimedia también necesitan mantener buenas relaciones con los gobiernos que les aseguran mercados favorables a su expansión. Evitan conflictos con las mayorías parlamentarias que pueden perjudicar sus negocios o los de sus accionistas. Y, por último, inhiben su nivel de crítica ante la amenaza de hacer frente a los equipos de defensa legal de los actores más poderosos. Por no hablar de los escándalos políticos que fabrican en favor de sus aliados institucionales. En lugar de ejercer como contrapoder, hoy los grandes medios forman parte del entramado de poder.

Siendo éste el panorama de la prensa de referencia, la sensacionalista, ha convertido la información en entretenimiento y al comentarista crítico, en tertuliano. En lugar de trabajar *para y con* una comunidad o público concreto, los medios convencionales se dirigen a un ente abstracto y, por tanto, inexistente. Carece de iniciativa y voz propia. La industria mediática satisface el perfil medio de la audiencia, construido por los estudios de audiencia y de mercado. Es un constructo: no existe en la realidad. No se materializa hasta que se encuesta a los ciudadanos, con preguntas sobre qué oferta mediática consumen (no la que desearían) y su capacidad de compra. Nadie de nosotros encaja en el perfil de la audiencia media. Se trata de una abstracción, el mínimo común denominador que reduce la vida (económica) de los ciudadanos al consumo y la política, al voto.

Para el periodista convencional, por tanto, ya no existen públicos que, a través de sus noticias, ejerzan la libertad de expresión. Su cometido profesional no reside en satisfacer el derecho humano a emitir y recibir información relevante para sus intereses, tanto personales como colectivos. Los medios acabaron limitándose a aumentar la audiencia; que sólo ejerce de receptora: lee, oye y/o contempla. Esta lógica mercantilista y este target sin iniciativa propia no podían conllevar otro efecto que la degradación, tanto de las noticias como de las condiciones laborales de los periodistas. Que, a su vez, son consecuencias de un imperativo: conseguir el máximo beneficio, al más corto plazo posible, con la mínima inversión (McManus, 1994).

La televisión en abierto quizás sea el mejor ejemplo de la mercantilización informativa. Ha desterrado de sus parrillas los reportajes de actualidad por *reality-shows* (o *McTele*, un término más apropiado, Sampedro, 2003). Ahora se espía la vida cotidiana de ciudadanos comunes, en lugar de vigilar a quienes ejercen el poder. No existe un solo programa de *McTele* que encierre en una isla a los responsables de una crisis financiera y muestre cómo se las apañan ante los recortes de servicios sociales y ajustes económicos que imponen a la población. Al mismo tiempo, los platos de televisión expulsaron al analista con conocimiento específico reemplazándolo por tertulianos y todólogos. Cobran doble sueldo: de las televisiones y de los partidos. Apenas aportan más que ruido. Vocean lo que los políticos no podrían expresar por respeto a su cargo. Y dedican más tiempo a impedir que otros hablen, que a exponer sus argumentos. En

definitiva, en la esfera pública mediatizada los gobernados son espiados y exhibidos. Mientras, los tribunos mercenarios envilecen o impiden el diálogo social. Estas dos tendencias fomentan la desafección política y, en última instancia, minan la democracia.

No sorprende que, con la llegada de Internet, los públicos más críticos y activos hayan emigrado a las pantallas del ordenador y el móvil. No en vano y a lo largo de la historia, han sido siempre los verdaderos generadores y destinatarios del periodismo. Cuando los nativos digitales alcanzaron la mayoría de edad, se reivindicaron como primeras fuentes y receptores prioritarios de información allí donde podían serlo, en Internet. Demandan y practican un periodismo de ellos y para ellos. El de ahora todavía no lo es.

## Curso acelerado de periodismo bucanero

La información ha acabado (con)fundiéndose con la publicidad comercial, la propaganda política o las relaciones públicas. La representación de la ciudadanía ha sido reducida a estadísticas de consumidores y votantes. Sin embargo, son roles sobrepasados por las “cualidades políticas” de las tecnologías digitales (L.Winner, 1986). Por ejemplo, intercambiar archivos equivale a copiarlos, sin merma alguna del original, casi a coste cero y en tiempo real. Obviamente, esto pone en riesgo la propiedad industrial y los derechos de autor como principios de la política cultural o científica... y la base del agonizante modelo de negocio de la Prensa convencional.

Internet nos sitúa (potencialmente) como sujetos comunicativos de pleno derecho. La distribución del capital físico –ordenadores y teléfonos conectados a Internet– y de las destrezas necesarias para generar contenido en la Red convierten a una parte muy importante de la población en *potenciales* periodistas. Sólo necesitamos un dispositivo conectado a la Red para ampliar la dieta cerrada de noticias que se nos ofrece con recetas propias. Volcando nuevos datos e interpretaciones, aportamos nuevos ingredientes. Remezclando la oferta, cambiamos su sabor y, de paso, la calidad nutritiva del debate social; algo clave la salud de la opinión pública. Invitando a otros a la mesa, cocinando juntos, compartiendo la información, aumentamos sus beneficios sociales, el bien común.

Al margen de estas consideraciones, la mayoría de la profesión periodística llegó a aceptar que reproducir declaraciones y dossiers equivale a hacer noticias. Incluso, hay quien proclama que la publicidad es otra forma de informar y que promocionar a la propia empresa (y a sus aliados institucionales) era una misión prioritaria de las redacciones. Tamaño dislate elimina el pacto de veracidad que el informador establece con su público para proporcionarle un relato basado en hechos contrastados y argumentados con lógica. La publicidad, en cambio, recurre a la seducción y la persuasión; que carecen de base real, empírica, y aspira a rebajar la capacidad crítica de los consumidores. Si pudiese, la eliminarían. De ahí que los anuncios de coches deban advertir de los riesgos que acarrea emular ciertas proezas automovilísticas o que la publicidad de medicamentos aconseje consultar previamente al doctor o farmacéutico. Tengan por seguro que no lo harían si no les obligase la ley.

La publicidad identifica participación ciudadana y consumo. Pero la creciente precarización salarial impide que este último funcione como vía de integración. De hecho, las marcas excluyen. En la calle distinguen a quien tiene dinero. En los medios, también. El precio de los productos y servicios anunciados señala al público objetivo. En las encuestas de

audiencias, la pregunta principal es el nivel de gasto. Tanto compráis, tanto valéis, tanta información os merecéis. Y, con la llegada de Internet, el neo-lenguaje corporativo identifica a los *community managers* con los periodistas comunitarios. La perversión terminológica anula los significados originales de las palabras. La comunidad son ahora grupos de internautas, agrupados por su estilo de vida y gustos, para ser luego pastoreados hacia las marcas. Las audiencias digitales son rebaños (Lanier, 2011), que los propios ciudadanos establecen de forma automática e inconsciente, dejando sus rastros digitales cada vez que se conectan a la Red, invitando a otros a formar parte de sus redes o manifestar sus adhesiones y rechazos.

Antes las Facultades de Comunicación formaban periodistas que, en su inmensa mayoría, trabajaban después en gabinetes de prensa corporativos o políticos. Ahora se emiten títulos de “periodista emprendedor” y hasta de “periodista marca”. Garantizan que los jóvenes graduados han aprendido a auto-explotarse en “emprendurías”, que habrán de costear ellos mismos, o a trabajar para las corporaciones, convirtiendo las redes sociales en rediles para el marketing. Los nuevos rótulos profesionales son, ante todo, neologismos promocionales, eufemismos insidiosos para nombrar a los nuevos mercaderes, pastores y etiquetadores de la información.

La “democracia de la audiencia” (Manin, 1998) no mejora el balance en el campo político, aunque establezca la igualdad radical de “una persona, un voto”. La propaganda electoral, disfrazada de noticias, ha dejado de interesarles a quienes saben que las urnas no castigan a los políticos corruptos. Nada o bien poco interesan la McTele, los tertulianos a sueldo o las noticias prefabricadas a quienes generan medios en la Red. Los nativos digitales no sólo consumen, también producen contenidos. Los filtran, “tunean” y remezclan en sus círculos próximos, que se pueden ampliar *ad infinitum*. Desde las dos últimas décadas, que coinciden con la popularización de Internet, utilizan los teclados y las pantallas para ocupar las calles, introducirse y renovar las instituciones. Hacen “política de subsuelo” (Kaldor y Selchow, 2013) siembran actitudes “subpolíticas” (Beck, 1997), ensayan nuevas formas de expresión y “acción conectiva” (Bennett y Segerberg, 2012) y prototipan modelos de democracia directa y participativa, compatibles con los existentes (Sampedro y Lobera, 2014).

Los hackers representan a los cibernautas más empoderados de la Red. Su “poderío” proviene de que, realmente, ellos crearon Internet. A. Lafuente (2012) les califica como “los ilustrados del siglo XXI”. Se autodenominan *hacktivistas* cuando colaboran con campañas y movilizaciones. Los *criptopunks* son la élite que, como Julian Assange, generó las herramientas de encriptación que (aún con el espionaje masivo denunciado por Edward Snowden) garantizan altas cotas de privacidad y anonimato. Que, en última instancia, son las dos condiciones imprescindibles para ejercer los derechos civiles en la Red.

Chelsea Manning, Assange y Snowden nos dieron un curso acelerado de nuevo periodismo. WikiLeaks propuso practicar el periodismo de denuncia a una escala y con una radicalidad hasta entonces impensables. Demostró el inmenso valor de los tres rasgos que constituyen un sistema comunicativo propio de una sociedad red: bienes comunes, colaboración y globalización en positivo.

## **1. El canal, el código y la información son bienes comunes**

Según los trabajos de la Premio Nóbel, Elinor Ostrom (2013), los bienes comunes no pueden estar sujetos a monopolios privados ni estatales. Por supuesto que en su gestión pueden intervenir el estado y las empresas. Y, de hecho, lo hacen. Pero nunca hasta el punto de enajenarlos del control

democrático, la participación y la decisión última de las comunidades que las sostienen. Igual que el código, el conocimiento hacker es libre y de código abierto. Todas las filtraciones acaban viendo la luz en su integridad. Los archivos son depositados en la plataforma oficial de filtraciones y en servidores de intercambio de archivos; ofreciéndoselos a cualquier internauta. Su formato es abierto, modificable y transferible a cualquier otro, sin límite de uso ni fines u objetivos preestablecidos.

Los programas de anonimato y encriptación que usa WikiLeaks son de dominio público: acceso y uso gratuitos, a coste 0. Los criptopunks los desarrollaron en los años 90 del siglo pasado, asegurando así que la Red fuese un auténtico espacio de contrapoder. Aquél donde cualquiera pudiese decir NO, denunciar o simplemente exponer la injusticia sin arriesgarse a represalias. Semejantes herramientas (la encriptación PGP o el TOR) eran y siguen siendo de código abierto y libre (2). Dieron lugar a Internet concebido como bien común, fruto de la cooperación entre muchos y fundamento de los derechos humanos en el siglo XXI.

Por ello la ONU ha exigido en varias ocasiones (tras la Primavera Árabe y las revelaciones de Snowden) que los gobiernos asegurasen la neutralidad y la universalidad de la Red, como si se tratase de un derecho humano en toda regla. En realidad, el acceso a una Internet universal (para todos) y neutral (sin discriminaciones) sería un pre-requisito para ejercer los derechos humanos. De igual modo que los libros de texto gratuitos lo son del derecho a una educación pública; cuando se entiende como bien común, claro (3).

Esta primera lección de los bienes comunes es doble y tiene importantes implicaciones. Primero, que el lenguaje con el que nos comunicamos -el código- es patrimonio de todos y debiera ser abierto, permitiéndonos adecuarlo y desarrollarlo según nuestros intereses. Internet, el canal, debiera ser accesible a cualquier persona y en igualdad de condiciones. No debe priorizar a ningún actor ni censurar ninguna temática. De ahí la importancia de los dispositivos y programas en abierto. Si usamos herramientas y programas de código cerrado, pueden llevar a cabo funciones que no deseamos, sin nuestro conocimiento ni consentimiento. Por ejemplo, si el software es de código cerrado, al no poder explorarlo ni modificarlo puede acumular nuestros datos y construir perfiles de usuarios cuando navegamos por Internet. Las empresas digitales pueden compartirlas con los políticos que les reparten prebendas en el mercado de las telecomunicaciones y la industria digital. Y los políticos responsables del espionaje pueden intercambiar sus datos con los de las grandes corporaciones, que hacen donaciones para sus campañas. Y... En resumen, el círculo vicioso de intercambios de favores y puertas giratorias entre la industria digital y las agencias de espionaje que reveló Snowden.

Además del código y el canal, los datos oficiales y la información en su conjunto debieran considerarse bienes comunes, aunque los generen las empresas o las administraciones y los organismos públicos. Debieran ser de acceso universal -dominio público- por defecto. De forma inmediata, cuando son archivos de la administración y aplazada, una vez explotado su valor comercial, en el caso de las empresas privadas. No hay razones para negar información pública a los consumidores y contribuyentes que la costean o a los electores que deberían tenerlos en cuenta cuando votan. Tampoco, por ejemplo, a disponer de los bancos de datos de encuestas que ya están amortizadas y que no existirían si el público no hubiese respondido al cuestionario. Pero, además, no existen recursos suficientes, para gestionar de forma secreta tantos datos digitalizados. Lo impiden muchos factores, todos insoslayables. Para empezar, el imparable ritmo de crecimiento de la información digital que se va acumulando. “La población del mundo se dobla cada veinte años, más o menos, pero la capacidad de vigilancia se duplica cada año y medio. La curva de

(2)  
Aquí se encuentra un tutorial para ejecutar el TOR en un ordenador personal: [http://www.eldiario.es/turing/Primeros-pasos-navegacion-segura-Tor\\_0\\_126337372.html](http://www.eldiario.es/turing/Primeros-pasos-navegacion-segura-Tor_0_126337372.html)

(3)  
<http://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-en-red/2014/02/04/internet-debe-ser-de-acceso-gratuito/>

espionaje domina la curva de la población. No hay escapatoria directa” (Assange y otros, 2013).

La situación conlleva costes ingentes para (des)clasificar tal volumen de información y, además, el número de gestores sería altísimo, lo que (para empeorar el problema) dificulta mucho su control. Aún más, “la historia y la teoría están del lado del filtrador. Una actitud permisiva ha sido el modelo dominante durante muchas décadas ante grandes cambios de orden social, tecnológico, periodístico y burocrático” (Pozen, 2013)... en suma, como los que nos toca vivir. Las filtraciones son funcionales porque permiten a los gobiernos adaptarse, responder a retos internos o externos. Por ejemplo, sirven para rebajar la desconfianza que despierta un gobierno con demasiados secretos. O para desmentir una manipulación mediática, que se escuda en la opacidad de sus fuentes. Con las filtraciones también se alian problemas internos como los excesos en la clasificación o la fragmentación burocrática, que dan demasiado poder a ciertos actores.

Por tanto, el tratamiento de la información digitalizada como un bien común no se apoya únicamente en razones democráticas y éticas; sino, sobre todo, en argumentos tecnológicos y pragmáticos. Una vez más (y nunca serán suficientes), compartir en la Red es copiar. Y la difusión de archivos resulta aún bastante incontrolable. Es decir, el mundo digital nos llama a participar en una nueva esfera pública que va emergiendo y se perfila a medida que actuamos en ella. De nosotras depende encontrar la forma de hacerlo salvaguardando nuestra autonomía. Para las de abajo -las que tienen menos recursos y cuestionan o resisten la jerarquía- la estrategia ha sido siempre la misma: sumar sus (micro) capitales económicos, sociales, culturales y simbólicos (que diría Bourdieu). Y crear plataformas de visibilidad y herramientas de participación públicas bajo su control.

La vigencia del “crowdfunding” (micro-mecenazgo de proyectos) y “crowdsourcing” (fuentes colaborativas, para elaborar y analizar bases documentales y de datos) señala que estamos ante la emergencia de una esfera pública diferente, aquella en la que las comunidades sostienen y alimentan nuevos medios frente a los del viejo orden.

## **2. Estrategias colaborativas**

Ésta es la segunda lección de un temario apócrifo de periodismo hacker. Tampoco carece de enjundia y provocación. La colaboración fue siempre imprescindible para el periodismo de investigación o denuncia. La novela negra y los thrillers cinematográficos presentan al reportero como un detective solitario e individualista. Pero detrás de cada denuncia periodística hay una comunidad de informantes y colaboradores. Son ellos quienes la dotan de relevancia social e impacto político. Ahora es el público que libera los datos, colabora en difundirlos y analizarlos, se moviliza y presiona para que tengan consecuencias.

Pero WikiLeaks fue más allá de la colaboración con el público. Planteó la cooperación entre empresas mediáticas que antes eran rivales. Es una novedad de primer orden para una industria obsesionada por publicar “exclusivas” o, en su defecto, fabricarlas. Los amos de la información descubrieron, de repente, que colaborar es mejor que competir. Y compartir, mejor que privatizar.

En el viejo orden de la industria periodística, las noticias se consideraban propiedad del medio y no podían ser reproducidas sin arriesgarse a una multa. Aunque una fuente les hubiese regalado unas declaraciones o imágenes, debía pedir permiso para usarlas y pagar un precio por ellas. Las contradicciones alcanzaban la máxima expresión cuando se trataba de un escándalo que, sometido a tal grado de privatización, era calificado

por el medio de “escándalo público”. En su mayoría eran “escándalos selectivos”, fruto de intercambios de favores con las fuentes de mayor poder. El periodista desvelaba aspectos secretos o privados perjudiciales para ciertos enemigos o adversarios. Minando su reputación, el medio se granjeaba el apoyo de otros aliados. Y, de paso, fidelizaba a una audiencia solo interesada por los pecados ajenos, los del otro bando. El resultado es el antagonismo social y mediático, contrario al bien común. Porque la competencia informativa desaforada acaba minando la cohesión social y, por tanto, la posibilidad de un debate democrático digno de ser calificado como tal.

La colaboración con los usuarios –que antes se pensaban pasivo– y entre empresas –que antes se consideraban competidoras– vuelve a plantear la información como bien común. Siempre ha sido y será un bien público; al menos, según la teoría económica más ortodoxa. Las noticias se asemejan al aire o al agua que citan los manuales como ejemplos de bienes públicos o comunes. Porque pertenecen a todos. Porque nadie puede negarnos respirar en un bosque ni beber en un río (aunque muchos lo intenten). Del mismo modo, aún no se puede prohibir comentar las noticias en voz alta o dejar el periódico, después de leerlo, en un lugar visible para que lo lea alguien más. El hecho diferencial de la Red es que compartir consiste en multiplicar las copias de un documento maestro del que apenas se distinguen. Esta es una realidad. El problema lo plantean quienes no han adaptado su modelo de negocio a ella y consideran que liberar conocimiento, compartiéndolo, es un delito.

Al priorizar *bien común* o *procomún*, sobre la expresión de *bien público*, se está enfatizando que su conservación nos corresponde a todos. No sólo a los planificadores y gestores de la administración. Los periodistas bien intencionados antes invocaban su oficio como *servicio público*, incluso cuando lo practicaban en los medios privados. El huracán neoliberal eximió a la empresas de cualquier noción de responsabilidad, servicio o retorno social. Y la llamada *información de servicio público* quedó relegada a los entes estatales de radiotelevisión, convertida en tarea de burócratas y funcionarios. Cuando se apela a la información como bien común, también se critica la estatalización y el control oficial de unos medios mal llamados públicos y, con más precisión, gubernamentales.

Por supuesto que el copyright estaría justificado en contenidos que son fruto del esfuerzo de una reportera, que arriesga su seguridad para dar testimonio de primera mano. O a columnistas que, tras un arduo trabajo de documentación y análisis, explican en detalle las causas y el contexto de la actualidad. Pero se imponen licencias privativas a piezas compuestas de declaraciones o hechos que podrían ser registrados por los ciudadanos con un ordenador, una cámara o un teléfono móvil. Los periodistas han de descubrir cuáles son las tareas que el público no puede o no quiere hacer. Y las que tampoco pueden realizarse de forma automatizada, con máquinas. Cuando las encuentren, se encontrarán a sí mismos. Serán remunerados por ello. Porque estará claro que aportan valor a la cadena informativa. Se habrán hecho imprescindibles. Les pagaremos gustosos. No por lo que ahora hacen, sino por lo que vamos a hacer juntos.

El ex-analista de la NSA, E. Snowden, y su portavoz mediático, David Greenwald, demostraron que los periodistas no son los únicos que elaboran información, ni la más relevante. Las filtraciones sobre el espionaje digital se liberaron y publicaron sin el permiso de un estado que protegiese a Snowden con una ley de filtradores y a Greenwald, con el carnet de periodista. Hablamos de un soplón y de un bloguero, al que ninguna universidad vendió el título de informador (es abogado), que prefirió ser fee-lance a un contrato permanente en una redacción. Y, en ese caso, siempre mantuvo un blog propio. Snowden encarna al *tecnocidadano*, que es como A. Lafuente (2007) denomina a quienes demuestran un nivel

de conocimiento y destrezas superior al de los expertos y, por supuesto, al de la media de los gestores públicos. Y Greenwald representa al periodista del siglo XXI, que ha sabido forjarse una reputación en la Red colaborando con sus fuentes y sirviendo a una comunidad cada vez mayor. Cuando recibió el Pulitzer en 2014 estaba embarcado en dirigir *The Intercept* (<https://firstlook.org/theintercept/>), un proyecto digno de ser seguido con atención. A la vanguardia de los existentes y avalado por inversiones y perfiles profesionales de primer orden<sup>(4)</sup>.

Muchos otros ciudadanos despliegan tareas periodísticas muy valiosas. Liberan flujos de información secreta y garantizan su conocimiento público. Protegen las fuentes disidentes poniendo la mejilla por ellas dos veces y más. “A muerte”, arriesgando la vida si es preciso. Coordinan la selección y la publicación de esa información. Colaboran en su análisis e impacto institucional. Y, tras su explotación periodística, liberan la totalidad de los archivos para convertir Internet en un registro histórico de la humanidad. Pero esta vez, elaborado desde abajo, incluyendo la voz de los perdedores de la Historia. WikiLeaks demostró que era posible. Y, tras su ejemplo, se les han sumado en la tarea más fundaciones de capital privado o social, institutos públicos dependientes de la administración o de organizaciones cívicas, asociaciones gremiales y de usuarios... Juntos, con autonomía y agregándose en red, crean espacio público y actúan como Cuarto Poder en Red.

### 3. La globalización en positivo

Por último y no menos importante, Wikileaks y Snowden demostraron que los problemas que afectan a las sociedades red tienen un alcance global y que, por tanto, deben afrontarse a ese nivel. La información más relevante para la sostenibilidad de nuestros sistemas tiene escala *transnacional* y el enfoque (periodístico y político) que requieren, de forma obligada, es el *postnacional*.

Transnacional significa que cuestiones cruciales como la degradación ecológica, el crecimiento de la población y las migraciones (muy relacionados entre sí) traspasan, por su propia naturaleza, las fronteras nacionales. Postnacional significa que la solución a estos problemas nunca se encontrará dentro de esas fronteras, si se consideran impermeables y excluyentes. Integrando las dos lecciones previas del temario hacker sobre periodismo, concluiríamos: hay que cuidar de los bienes comunes de la humanidad –ecología, población y libertad de movimiento– y aplicarles soluciones que sean fruto de la colaboración. El periodismo de código libre no respeta los muros con alambradas. Inutiliza las concertinas estatales y corporativas.

Los argumentos hasta ahora expuestos cuestionan esquemas del pasado, que no nos dejan pensar en el periodismo digital como una caja de herramientas, generadoras de un espacio público en red para regenerar la democracia. Y, que tomado en serio, daría respuesta a los peligros de regresión civilizatoria a los que estamos expuestos. Ninguno más evidente que la monitorización empresarial y el espionaje global del Internet. En términos pragmáticos, la tarea a realizar resulta menos alambicada que la teoría expuesta. Las amenazas más graves exigen que la sociedad civil (transnacional y postnacional), actúe desde plataformas que aprovechen el marco de (a)legalidad en la que se desenvuelven los poderes financieros, militares y digitales. Suena fuerte y complejo. Lo es, pero no tanto.

Revertir la falsa transparencia mediática, que impera hoy, impulsará la rendición de cuentas y la sanción política. El objetivo es desnudar (y desanudar) los nodos de poder que gestionan en secreto el nuevo (des) Orden Global. Aplicar la transparencia a las oligarquías y proteger a las

(4) <http://blogs.publico.es/el-cuarto-poder-en-red/2014/04/17/un-pulitzer-por-la-neutralidad-de-la-red/>

poblaciones. Se propone que los ciudadanos saquen a la globalización el mismo provecho que las elites, sin otra patria que su patrimonio. El periodismo de código libre también es apátrida. Buscará y promoverá la legislación más garantista de la libertad de expresión para actuar desde ella. Por ejemplo, la inclusión del *New York Times* y del *Washington Post* entre los periódicos de las filtraciones de WikiLeaks le permitió a *The Guardian* invocar la 1ª Enmienda a la Constitución de EE.UU. Así sorteó el conservadurismo de los jueces británicos.

Assange diseñó esa estrategia, repetida con la filtración de Snowden. Antes de lanzar los Cables de las guerras y la diplomacia estadounidense, WikiLeaks había promovido una ley en Islandia, la Iniciativa de Medios Modernos, IMMI (5). Se trata de un marco legal que blinda el periodismo de investigación y los archivos de datos amenazados en el resto del mundo. Aprobada por unanimidad, convertiría una isla paraíso fiscal –el primer país que quebró en Europa– en el refugio del periodismo bucanero. Frente a los corsarios, que actuaban para las potencias imperiales, los piratas más irredentos, los bucaneros, se establecieron en enclaves de autogobierno, regidos con sus propias leyes.

La llamada es clara para quien quiera atenderla. Porque es sencilla de entender. Y retoma, despojándolo de violencia, el espíritu de los bucaneros del siglo XVII, que convirtieron la Isla Tortuga en su principal asentamiento y plaza de comercio. Cuatro lógicas marcarán el Periodismo del Bien Común del siglo XXI.

- Actuar con la misma impunidad que los mercados internacionales para denunciar las guerras económicas en curso. Resistir y contraatacar con datos los ataques especulativos y las estafas financieras, las políticas de patentes o de propiedad intelectual e industrial impuestos por los tratados de “libre” comercio...
- Emular las coaliciones de ejércitos mercenarios, mutándolos en populares y no violentos. Establecer pautas colaborativas con la sociedad y otros medios, para revelar los crímenes contra la humanidad con *soplones*, hackers y colaboradores voluntarios. En resumen, tejer alianzas mediáticas para promover un verdadero diálogo de civilizaciones desarmadas.
- Traspasar las fronteras, tal como hacen las industrias digitales. No para evadir impuestos y rebajar costes laborales. Sino para exigir con filtraciones masivas de alcance global, que rindan cuentas quienes lo no hacen, que devuelvan lo robado, que reparen el daño que han causado y que compartan beneficios con las poblaciones.
- Y acumular datos. No para privatizarlos, sino hacerlos públicos y de libre acceso. Completando así, poco a poco y entre todos y todas, un registro universal de información que aumente el conocimiento libre y reparta las posibilidades de ampliarlo y aprovecharlo.

A pesar de los ERE en las redacciones y el cierre de medios obsoletos, estamos de enhorabuena. Los hackers sustituyen a los relaciones públicas. Recuperan el principio fundacional de la Prensa: ejercer como el cuarto poder que no quiere poder. Esto exige descentralizarlo, distribuirlo, generarlo desde abajo. Para que la autonomía ciudadana se transforme en auto-comunicación y autogobierno, compatibles con la representación parlamentaria y el juego institucional renovados.

La condición democrática de un representante político se debe a una serie de rasgos. Destacan tres. Primero, tiene que hacerse eco, dar acuse de recibo de las demandas ciudadanas y acordar un compromiso para satisfacerlas. Segundo, ese compromiso ha de ser conocido, controlable,

(5)  
<https://en.immi.is/>

fiscalizable por la ciudadanía. Y, por último, el representante tiene que ser removible, reemplazable sin derramamientos de sangre ni excesivos costes sociales. Estos rasgos fueron señalados por un politólogo italiano que cuando escribió sobre Internet (igual que sobre la tele) no tenía ni idea de lo que decía. Pero figura en los temarios de muchas facultades de periodismo y los alumnos aún leen sus banalidades sobre la televisión y la Red, escritas a finales del siglo XX. Lo que no quita para que sus exigencias a los representantes democráticos resulten insustituibles.

Yohai Benkler no es Giovanni Sartori. Codirige el instituto Berkman de Internet en Harvard y testificó en defensa de Chelsea Manning. De él es la definición más contundente del Cuarto Poder en Red. Que la expresase ante un tribunal de justicia militar denota el miedo que genera y a quien más incomoda. La citas que transcribo han sido extraídas de la Red, no de un medio de comunicación. Confirma quién actuó de Cuarto Poder: La Freedom of the Press Foundation, las tres F más irredentas de Internet. No había transcripción oficial del juicio a Manning y, por tanto, tampoco la ofrecieron los periodistas; sino una organización de derechos civiles digitales. De hecho, la mayoría de los medios no se acreditaron para seguir el proceso.

Sostiene Benkler ante la jueza militar:

*El Cuarto Poder es el conjunto de prácticas y modelos de organización tecnológica que juntos desempeñan el papel que en el siglo XX asociábamos con la prensa: proporcionar un control público de las tres ramas del gobierno.*

*P: ¿Es WikiLeaks miembro del Cuarto Poder en Red?*

*R: Sin duda alguna.*

*P: ¿Por qué lo cree?*

*R: [WikiLeaks] es un componente de lo que en la historia del periodismo vemos como momentos cumbre, donde los periodistas son capaces de llegar y decir: "aquí hay un sistema que opera de un modo oscuro para el público y ahora vamos a encender la luz". Esto es lo que WikiLeaks enseñó cómo hacer en la esfera pública en red.*

*WikiLeaks puede que fracase en el futuro por todos estos hechos [acoso, ataques, el propio juicio a Manning], pero el modelo de una vía de filtración descentralizada, que es segura tecnológicamente y que permite la colaboración de los medios de varios países, va a sobrevivir y alguien más lo va a construir.*

*WikiLeaks jugó un papel fundamental en esa posición crítica que el periodismo de denuncia e investigación ha desempeñado siempre (6).*

(6)

In The Matter Of: United States vs. PFC Bradley E. Manning. Vol. 17 July 10, 2013 UNOFFICIAL DRAFT - 7/10/13 Morning Session. Provided by Freedom of the Press Foundation, co-fundada por John Perry Barlow letrista de los Grateful Dead, y gurú del internet más rebelde. Dio una conferencia de prensa con Assange a favor de Snowden probando la relación entre la contracultura de los sesenta y la digital de hoy en día. <https://pressfreedomfoundation.org/sites/default/files/07-10-13-AM-session.pdf>

## Periodismo y activismo de datos punk

Los desencuentros de los medios con los hacktivistas señalan un desencaje entre visiones muy diferentes de las funciones y de la práctica del periodismo. La denuncia ciudadana -basada en filtraciones, con código abierto y libre- cuestionó las etiquetas que hasta hace poco imperaban en las Facultades de Comunicación. Los hackers aportan una ética insobornable, que impugna las jerarquías de poder y resulta inasequible a la privatización y mercantilización del conocimiento. Practican un individualismo colaborativo que resulta a la vez eficiente, eficaz y lúdico. Los criptopunks, por su parte, contribuyeron aportándonos herramientas técnicas de enorme alcance político. Llevaron hasta sus últimas consecuencias y acabaron desbordando "el periodismo de precisión", el "ciudadano" y el ahora llamado "periodismo de datos" o, de manera rimbombante, "Big Data Journalism".

El periodismo bucanero confiere verdadero sentido a esas etiquetas, vinculando el trabajo de los periodistas profesionales al tejido social y presentándose como una caja de herramientas al servicio de una ciudadanía que se sabe sujeto comunicativo de pleno derecho. Hace de su cooperación con los periodistas el punto de partida del proceso informativo y avala su veracidad, aportando los documentos íntegros. Sin ellos, no hay visualización de datos que valga. Ni razón para sospechar que no se trate de una representación engañosa. La infografía -mapas y representaciones gráficas generadas por ordenador- llegó a los medios en la década de los 90 del siglo pasado. Coincidiendo con la Primera Guerra del Golfo, tras la invasión de Kuwait, las noticias se acompañaron de maquetas bélicas que encubrían y maquillaban las patrañas bélicas. Sin la precaución debida, las visualizaciones de datos pueden ser el siguiente caballo de Troya de la manipulación.

El *periodismo de precisión* (Meyer, 1993) fue el primero en proponer que los periodistas analizaran estadísticamente las bases de datos. Los métodos cuantitativos de la Sociología dejaban constancia de realidades ocultas y daban voz a sectores marginados. La precisión y el rigor, establecidos con parámetros científicos, proporcionaban autonomía y solidez a un periodismo de investigación realizado en los despachos. En vez de patear la calle y recoger declaraciones oficiales, los reporteros analizaban y cruzaban bases de datos, gracias a la proliferación de los primeros ordenadores personales y a la incipiente digitalización de los fondos documentales. WikiLeaks superó este modelo.

Las bases de datos ya no las proporcionan las burocracias. No hace falta esperar sus ritmos y calendarios. Si no las publican, alguien las liberará. Si se censuran, los internautas completarán los datos que falten. Si no pueden analizarse, otros cambiarán el formato de los documentos para realizar búsquedas, análisis y visualizaciones. Y, si no existen bases de datos, se crearán colaborativamente. El debate público ya no depende de quién registra, almacena y (des)clasifica. Es decir, de quien detenta el poder. Los criptopunks democratizaron el periodismo de datos, asegurando privacidad y anonimato para cualquiera. Y, es que, como dice el encargado de estos asuntos en *The Guardian*: “El periodismo de datos es como el punk. Lo puede tocar cualquiera”. Hay muchas herramientas sencillas y gratuitas para crear contenido con datos, sin ser un programador experimentado. Se trata de tocar unas cuantas teclas; pocas, como los acordes del punk. Una para filtrar de forma anónima. Otra para descargarse la base documental. Otra para empezar a visualizarla (7).

Cuando llegó a España, el *periodismo de precisión* ofrecía una salida para huir del “periodismo de declaraciones” que imperaba entonces. Era una alternativa a las mordazas oficiales y al “periodismo de dossier” que se arrogaba serlo de investigación. La inmensa mayoría de los escándalos provenía de fuentes que eran cargos de la administración y los partidos. El escándalo surgía de luchas intestinas, antes o después de perder la mayoría absoluta una de las dos formaciones políticas mayoritarias. Los periodistas seguían, según sus intereses y afinidades, el guión del dossier filtrado desde uno de los dos bandos para escenificarlo en sus medios. Y así, en comandita, escamoteando ciertos datos y acotando el impacto de los publicados, abrían paso a un nuevo equipo de gobierno, a un proyecto de ley más conveniente para los soplones oficiales o a una purga simbólica de los títeres señalados como responsables de algún desaguisado.

El periodismo de precisión fue una respuesta laica, científica y crítica al periodismo “de valores” que se enseñaba en la asignatura de Deontología Periodística. Valores que luego se convertían en “favores” de unas redacciones que, en realidad, actuaban como gabinetes de prensa apenas disimulados. El afán por introducir la precisión cuantitativa en las noticias era un modo de controlar el bipartidismo reinante y huir de la falsa

(7)  
[http://propolis-colmena.blogspot.com.es/2013/11/el-periodismo-de-datos-es-como-el-punk\\_27.html](http://propolis-colmena.blogspot.com.es/2013/11/el-periodismo-de-datos-es-como-el-punk_27.html)

disyuntiva de que si eras reportero utilizabas las fuentes del PP o las del PSOE. Y punto.

Luego sobrevino la siguiente etiqueta académica del *periodismo ciudadano* (8). En sus primeros orígenes, se empezó a mentar a la ciudadanía para aplicarle encuestas que identificasen la agenda de noticias que demandaba. Ahora, después de WikiLeaks, sobran los cuestionarios. Los gobernados pueden hablar por sí mismos, sacando a debate los temas que mejor conocen y más les interesan, porque tienen acceso documental y capacidad tecnológica para publicarlos. Pero el periodismo ciudadano fue perdiendo el anhelo por la precisión y el rigor. Ambos retrocedieron ante la creación de contenidos de una audiencia a la que, incurriendo en una contradicción evidente, se empezó a calificar de activa sin reparar en su escasa autonomía.

Eran los inicios de la Web 2.0, en la que los internautas podían generar mensajes multimedia. El auge de los blogs trajo el *periodismo ciudadano digital*, que coincidió con una precarización laboral y una degradación de contenidos sin precedentes. Los blogs proporcionaban información y opinión gratuitas que, publicadas luego por un medio, aportaban una significativa fuente de ingresos. Las grabaciones de audio, las fotos o las tomas de video enviadas por la audiencia rebajaban costes salariales y eliminaban puestos de trabajo. A pesar de cuestionar el monopolio profesional y actualizar algunas rutinas, apenas se debatieron las cuestiones de mayor trasfondo. No se mencionaron los derechos de autor de aquellos suministros informativos costeados por unos ciudadanos que, al mismo tiempo, debían pagar y/o soportar publicidad para consumirlos. La privatización informativa, dada por sentado, obviaba cualquier reflexión sobre el bien común.

En realidad, las empresas utilizaron las tecnologías digitales para precarizar las redacciones; y, en consecuencia, la calidad del periodismo. Ofrecían refritos, textos de corta y pega, con lo que les enviaba el público o lo que rapiñaban de la Red. Y convertían a los profesionales jóvenes en parias. Acabarían, como la mayoría de mis alumnos, pagando por trabajar. Después de cobrar una miseria por una pieza (“si hay suerte”) aportan de su propio bolsillo la tarifa del móvil, la conexión a Internet y la actualización tecnológica de sus equipos... para acabar tributando como autónomos. Puestos a hablar de periodistas ciudadanos y digitales, yo citaba el 13M de 2004 y a los españoles que “filtraron” las noticias extranjeras sobre las bombas de Al Qaeda en Madrid; frente al intento de intoxicación gubernamental que señalaba a ETA (Sampedro, 2004). Como prueba queda un texto enterrado en las actas de unas jornadas. El título era explícito: “Periodismo ciudadano, precariedad laboral y depauperación de la esfera pública” (Sampedro, 2009).

Frente a las propuestas anteriores, Assange reivindica un *periodismo científico*, acompañado siempre de los registros íntegros de los documentos originales que avalan su veracidad. Se trata de un modelo que también supera las nuevas etiquetas en boga: *el periodismo y la visualización de datos*. Los hackers los amarran, a su auténtico origen, que son las fuentes documentales, prioritariamente liberadas por ciudadanos con recursos propios e impelidos por su ética cívica. Lo importante no es el volumen de los datos ni su representación gráfica. Sino que la tarea de informar se desempeñe ligada al nuevo tipo de activismo que urge desplegar: *el activismo de datos*.

En las últimas décadas ciertas comunidades de internautas, después de formarse en la Red, han distribuido herramientas y creado espacios de (auto)publicación para la sociedad civil. El movimiento del software libre (Krikorian y Kapczynski, 2010) ha dado lugar a un periodismo bucanero -acosado por las corporaciones y los estados- ha empezado a interactuar

(8) Para una excelente genealogía y actualización del modelo del periodismo ciudadano, puede consultarse la obra del mismo título, compilada por O. Espiritusanto y P. Gonzalo: [http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/media/publicaciones/Periodismo\\_ciudadano.pdf](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/media/publicaciones/Periodismo_ciudadano.pdf)

con y a contagiar las redacciones. Brinda a las fuentes anónimas -así, igualadas e identificadas con la gente común- la capacidad de establecer las agendas informativas. Es decir, podemos fijar, en un proceso abierto a muchos actores, los temas de debate público. No hay exclusiones previas, todo puede ser puesto en cuestión. Porque el punto de partida son los datos, no las fuentes, discriminadas según su prestigio o poder.

Las sociedades civiles del siglo XXI recurrirán necesariamente al activismo de datos: liberarán archivos para que el discurso oficial sea desmentido o ignorado. Intentarán que el debate social atienda al bien común y denuncie a quien lo amenaza y vulnera. Los datos poseen gran fuerza comunicativa y capacidad de apelación. Fáciles de comprender, sintetizan problemas que pueden ser muy complejos, transmiten credibilidad y anclan el debate en la realidad observable. Ya no se trata, pues, de disputarles a las élites la visibilidad, estetizando la protesta con acciones simbólicas, graciosas e impactantes, que penetran en los medios por su espectacularidad. El reto actual reside en plantear debates inaplazables con argumentos inapelables.

La deriva *artivista* (arte + activismo) de la protesta se ha popularizado como forma de penetrar en los medios, pero está, sobre todo, al alcance de las clases medias e ilustradas. Con facilidad pueden transformarlo en exhibicionismo autocomplaciente, mediante discursos alambicados, o en negocio, reduciéndolo a los circuitos artísticos y los museos. De este modo el *artivismo* es desactivado y pierde su razón de ser: la articulación social de la protesta estética, que se potencia con la política (y viceversa). Y que sitúa en un mismo nivel al artista y al ciudadano para, en última instancia, alterar el juego institucional.

El código de los datos abiertos y libres es de todos y para todos (Lessig, 2009). El periodismo bucanero y el activismo de datos se dan la mano para construir mensajes parecidos a los que emiten los centros de poder, plagados de documentos y datos, gráficos y estadísticas. La (tecno) ciudadanía y los periodistas, en pie de igualdad, disputan el control de los datos y su interpretación. Y, el trabajo informativo, concebido de esta forma, cobra -junto con el cuerpo social que lo sostiene- una autonomía hasta ahora desconocida. La que brinda el periodismo de código libre.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assange, J., Appelbaum, J., Müller-Maguhn, A., Zimmermann, J. (2013) *Chypherpunks*, Deusto, Barcelona.
- Beck, U. (1997) "Subpolitics", *Organisation & Environment*, 10 (1). es-torpe-burocratico-y-homogenizador/.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). "The logic of connective action". *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Habermas, J. (1986). (v.o. 1962) *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, México.
- Kaldor, M. y Selchow, S. (2013) " The 'Bubbling Up' of Subterranean Politics in Europe". *Journal of Civil Society*, Vol. 9, No. 1, 78-99.
- Krikorian, G; Kapczynski, A. (2010). *Access to Knowledge in the Age of Intellectual Proprierty*, Zone Books, Nueva York.
- Lafuente, A. (2007). *El Carnaval de la Tecnociencia*, Gadir, Madrid.
- Lafuente, A. (2012). "Los hackers son los científicos de la nueva Ilustración" <http://blogs.20minutos.es/codigo-abierto/2012/01/23/el-estadonacion>.
- Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital*. Debate, Barcelona.
- Lessig, L. (2009). *El Código 2.0*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- Manin, Bernard. (1998). *Principios del Gobierno Representativo*. Alianza Editorial, Madrid.

- **McManus, John H.** (1994). *Market-Driven Journalism. Let the citizen beware?* Sage, Thousand Oaks (California).
- **Meyer, Ph.** (1993) *Periodismo de precisión*, Bosch, Barcelona.
- **Ostrom, E.** (2013). *Comprender la diversidad institucional*, KRK, Oviedo.
- **Pozen, D.** (2013). "The leaky Leviathan: Why the government condemns and condones unlawful disclosures of information". *Columbia Public Law Research Paper . . , David E13s)clasificar semejante volumen de informaciefienden o cuestionana vez que han sido rentabilizados -ramientas (la ehttp://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=2223703.*
- **Sampedro, V. (2003)**. "La McTele como industria de identidades lucrativas y de consumo. Análisis de Gran Hermano y Operación Triunfo" en Sampedro, Víctor (Ed.) *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, Icaria, Barcelona. Disponible en [www.victorsampedro.com](http://www.victorsampedro.com).
- **Sampedro, V.** (2004). *13M, multitudes online*. La Catarata, Madrid. Disponible en [www.victorsampedro.com](http://www.victorsampedro.com).
- **Sampedro, V.** (2009). "Periodismo ciudadano, precariedad laboral y depauperación de la esfera pública" en Pérez Herrero, P. Rivas Nieto y R. Gelado. (Coordinadores) *Estudios de Periodística XIV - posibilidades y riesgos para el discurso informativo*. Ed. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca.
- **Sampedro, V.** (2014). *El Cuarto Poder en Red. Por un periodismo (de código) libre*. Icaria, Barcelona.
- **Sampedro, V., y J. Lobera.** (2014). "The Spanish 15-M Movement: A Consensual Dissent?" *Journal of Spanish Cultural Studies*. Volumen 14, N° 4.
- **Winner, L.** (1986). *The whale and the reactor: a search for limits in age of high technology*. University of Chicago Press, Chicago.