



Nuevos activismos sociales en la era digital: de las masas al *crowd*

Elena Gil Moreno¹

Recibido: 20-04-2015 / Aceptado: 22-09-2016

Resumen. ¿Son las nuevas formas de activismo social distintas a las de hace dos décadas? ¿Cómo ha influido el uso de la tecnología en la conformación de los nuevos y novísimos movimientos sociales? ¿Es el *crowd* el paradigma de una nueva masa empoderada y protagonista de su propio cambio social? Son sólo algunas de las preguntas que nos debemos hacer para analizar el contexto social en el que nos encontramos en la actualidad. El momento de cambio social al que estamos asistiendo favorece el cuestionamiento de viejos conocimientos y el replanteamiento de algunos conceptos que estaban fuertemente anclados en las ciencias sociales. Utilizar el fenómeno del *crowdfunding* como medio para explicar los cambios que están sucediendo es un simple ejercicio de visualización de estos cambios sociales; nos permite salir de la abstracción en la que estamos inmersos para poder profundizar en el nuevo paradigma de activismo mediado por las nuevas tecnologías.

Palabras clave: *crowd*; *diy*; democracia digital; activismo digital; *crowdfunding*.

[en] New Forms of Activism in Digital times: from “Mobs” to “Crowds”

Abstract. How far have social activism changed in the last two decades? What is the role of technological progress in shaping new, and very new social movements? Can we validly see the *crowd* as the representation of empowered and leading social action? Current expressions of social change invite to revisit old concepts in the social sciences. Crowdfunding can certainly help in this endeavor; for one, it helps with the visualization of these changes. By observing current practices of crowdfunding from the perspective of the social sciences we can do away with some useless abstractions to deepen in our understanding of new interfaces between technology and activism.

Keywords: *crowd*; *diy*; digital democracy; internet activism; crowdfunding.

Cómo citar: Gil Moreno, E. (2017): “Nuevos activismos sociales en la era digital: de las masas al *crowd*”, *Política y Sociedad*, 54(1), pp. 191-208.

Sumario. 1. Introducción. 2. La transformación del concepto masa. 3. Determinismo tecnológico vs. determinismo cultural. 4. Tipos de activismo mediado por las nuevas tecnologías. 5. Participación ciudadana en la era de la información. 6. ¿Activismo o participación ciudadana? El caso del *crowdfunding*. 7. Bibliografía.

¹ Universidad de Salamanca (España)
E-mail: elenagm@usal.es

1. Introducción

Últimamente estamos asistiendo a un cambio de cultura política favorecido por el modo en que los usuarios, que son a su vez ciudadanos, están utilizando las nuevas tecnologías. El auge de las redes sociales, especialmente de Facebook y Twitter, ha venido acompañado de *novísimos movimientos sociales*, caracterizados por ser más horizontales, más deliberativos e incluir la viralidad como una de sus principales características. En España, las reflexiones que se están haciendo desde distintas disciplinas son especialmente ricas, algo quizás favorecido por la multitud de fenómenos que han surgido a raíz de la confluencia entre la crisis financiera y el uso de internet. El surgimiento del movimiento 15M, de las mareas ciudadanas e incluso del nacimiento de nuevos partidos, la promoción de la economía social a través de distintas iniciativas o el *crowdfunding* son sólo un reflejo de lo que está sucediendo a un nivel cultural profundo. En este contexto, reconceptualizar algunos términos se convierte en un ejercicio de extrema necesidad. *Democracia digital* ha dejado de ser hace tiempo equivalente a política digital. Ya no hablamos de un *activismo analógico*, que entendía a las *masas* como grupos pasivos e irracionales, sino que estamos ante un nuevo escenario que debemos explorar.

Por todo esto, el presente artículo pretende analizar el cambio de paradigma en el que están inmersas las teorías de la acción colectiva, haciendo hincapié en último lugar en el fenómeno del *crowdfunding*. Tomar el fenómeno del *crowdfunding* como ejemplo para ello es un buen ejercicio de análisis, ya que canaliza una gran cantidad de iniciativas y reproduce en muchas ocasiones este nuevo activismo mediado por lo digital. En primer lugar, se discutirán diferentes trabajos en la literatura con el fin de presentar una visión de conjunto sobre las nuevas formas de activismo social que se dan en la *sociedad de la información*, entre las que este artículo defiende que está el *crowdfunding*. El artículo se dividirá en varias secciones: la primera hará referencia a la evolución del concepto de *masa* (Le Bon, 1895; Manin, 1998; Sartori, 1998; Lasén, 2009; Ortega y Gasset, 1929; Rheingold, 2002). En segundo lugar, se presentará literatura orientada a las perspectivas con las que podemos abordar la sociología que abarca estudios relacionados con nuevas tecnologías (Lasén, 2009; Castells, 2001; Rendueles, 2013; Latour, 1992; Callon, 1986). En tercer lugar, se presentarán trabajos vinculados al estudio del surgimiento de movimientos sociales a partir de la utilización de las nuevas tecnologías, (Fernández Prados, 2012; López, 2007; Della Porta y Diani, 2006; Bennett, 2003; Treré, 2011; DeLuca y Peebles, 2002) para centrarnos más específicamente en la profundización del concepto de activismo, que este artículo defiende que debe de reconceptualizarse teniendo en cuenta la literatura existente sobre el término *democracia digital* (Campos, 2012; Stallman, 2004; Dahlberg, 2010). Por último, se revisará la poca literatura existente sobre el fenómeno del *crowdfunding* (Mollick, 2013).

La contribución principal de este artículo se centrará en reflexionar por qué motivos debemos de repensar el concepto de activismo. Es decir, no se ofrecerá intencionadamente una definición clara del mismo, pero sí se darán unas pinceladas que puedan orientarnos sobre el camino que van a tomar las futuras contribuciones teóricas que se hagan al respecto.

2. La transformación del concepto *masa*

En su principal obra “La Psychologie del Foules”, Gustave Le Bon acuña el concepto de *masa*. Lo hace teniendo en cuenta el contexto social de finales del siglo XIX y bajo un punto de vista psicológico.

“La personalidad consciente se esfuma, los sentimientos y las ideas de todas las unidades se orientan en una misma dirección. Se forma un alma colectiva, indudablemente transitoria, (...) Forma un solo ser y está sometida a la ley de la unidad mental de las masas” (Le Bon, 1986: 15).

Para Le Bon, esta ley nos dice que las masas se mueven por criterios irracionales, por sentimientos que van dirigidos a un mismo sentido o fin. Si pensamos en términos de movimientos sociales tradicionales, esta definición encaja perfectamente con el movimiento obrero del siglo XIX o con la asociación del concepto de masas al ascenso de las grandes ideologías que dominaron Europa en los años 1930s y que desembocaron en la II Guerra Mundial. Para Le Bon, las masas sólo traen problemas:

“Hasta ahora, el papel más claro desempeñado por las masas ha consistido en las grandes destrucciones de civilizaciones envejecidas. La historia enseña que en el momento en el que las fuerzas morales, armazón de una sociedad, han dejado de actuar, la disolución final es efectuada por estas multitudes inconscientes y brutales, calificadas justamente de bárbaras” (Le Bon, 1986: 11).

Tras la II Guerra Mundial y la caída del fascismo, las naciones se unieron bajo el consenso de que algo así no podía volver a repetirse jamás. Este “miedo” a las masas se ha ido transformando a lo largo de estas décadas representándose bajo la forma de diferentes manifestaciones y la importancia de controlar a las masas con diferentes objetivos se ha ido especializando. La expansión de los *mass media* ha traído consigo innovaciones a la hora de controlar dichas masas, ya sea con fines partidistas, de marketing o cualquier otro objetivo. En la década de los 90’s, en cierta medida colofón de la sociedad de consumo, muchos autores comienzan a enfocar a las masas como entes sociales pasivos, fácilmente controlables por los *mass media*. Bernard Manin acuña el concepto de *democracia de audiencia* entendiendo que “el electorado aparece, sobre todo, como una *audiencia* que responde a los términos que se le presentan en el escenario político” (Manin, 1998: 273). Según Manin, la elección de los representantes en la *democracia de audiencia* se hace teniendo en cuenta criterios personalistas, aun cuando el modelo político sea parlamentarista y si atendemos a cuestiones como la libertad de expresión, las encuestas de opinión no son más que instrumentos de control para obtener beneficios partidistas. Giovanni Sartori es mucho más incisivo en su crítica a la sociedad de masas, habla directamente de masas “tontas”.

“Así pues, en síntesis, todo el saber del *homo sapiens* se desarrolla en la esfera de un *mundus intelligibilis* (de conceptos y de concepciones mentales) que no es en modo alguno el *mundus sensibilis*, el mundo percibido por nuestros sentidos. (...) La

televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella nuestra capacidad de entender” (Sartori, 1998: 47).

En el contexto del *Homo Videns* la televisión es el máximo exponente de control de las masas, ya que Internet acaba de lanzarse al ámbito social y nadie es consciente aún de todo su potencial. Algunos autores hablaban ya entonces de cómo Internet iba a facilitar nuevos modelos de democracia, pero Giovanni Sartori les contestaba:

“La paideia del vídeo hará pasar a Internet a analfabetos culturales que rápidamente olvidarán lo poco que aprendieron en la escuela y, por tanto, analfabetos culturales que matarán su tiempo libre en Internet, en compañía de «almas gemelas» deportivas, eróticas, o de pequeños hobbies. Para este tipo de usuario, Internet es sobre todo un *terrific way to waste time*, un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndolo en futilidades. Se pensará que esto no tiene nada de malo. Es verdad, pero tampoco hay nada bueno. Y por supuesto, no representa progreso alguno, sino todo lo contrario” (Sartori, 1998: 57).

Este concepto de masa ligado a adjetivos negativos, de dominación y de homogeneización tiene su precedente en Ortega, que ya en su obra *La rebelión de las masas* diferenciaba a la *minoría selecta* del resto de la sociedad, que reproducía las características anteriormente mencionadas.

“Las minorías son individuos o grupos de individuos especialmente cualificados. La masa es el conjunto de personas no especialmente cualificadas. No se entienda, pues, por masas, sólo ni principalmente «las masas obreras». Masa es el «hombre medio». De este modo se convierte lo que era meramente cantidad –la muchedumbre– en una determinación cualitativa: es la cualidad común, es lo mostrenco social, es el hombre en cuanto no se diferencia de otros hombres, sino que repite en sí un tipo genérico. (...) Es evidente, hasta perogrullesco, que la formación normal de una muchedumbre implica la coincidencia de deseos, de ideas, de modo de ser, en los individuos que la integran” (Ortega y Gasset, 1929: 25).

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, el concepto de las masas se ha visto modificado en su entendimiento, pasando de hablar de la masa como un ente social pasivo, fácilmente controlable y “tonto” a hablar del *crowd*. El surgimiento de Internet trae consigo la introducción de este concepto que significa literalmente multitud, pero tiene algunas implicaciones más importantes. En realidad, *crowd* no se refiere únicamente a una muchedumbre entendiéndola como la suma de muchas personas, sino que hace referencia a una comunidad que se comporta de una determinada manera. El *crowd* viene ligado al surgimiento de Internet pero más específicamente al nacimiento de las redes sociales, como Twitter o Facebook. Ya en 2002, Rheingold acuñó el término *multitudes inteligentes* para referirse precisamente a esto.

“El poder de la multitud se refleja en su capacidad de superar las restricciones físicas de la planificación urbana, del mismo modo que tiende a difuminar las

distinciones sociales. (...) Su autoridad radica en la capacidad de fomentar el movimiento y la agitación (...) En este sentido, la multitud es una suerte de medio (...) que permite reunir y transformar elementos, objetos, personas y cosas. (...) podemos concebir también la multitud no como un mero efecto de los sistemas tecnológicos, sino como una especie de tecnología en sí misma” (Rheingold, 2002: 33).

Por el modo en que los usuarios participamos en la red, parece que las reglas del juego de esta comunidad *crowd* están relacionadas con valores como la participación, la horizontalidad, la libre circulación de la información o el rechazo a los poderes verticales tradicionales. Es decir, nos encontramos en una transición en la que estamos pasando de concebir a las *masas* como entes sociales pasivos a comprenderlas como entes sociales activos que construyen su propia realidad. Hasta hace poco, si nos referíamos a nuevos movimientos sociales comprendíamos que se caracterizaban por ser relativamente minoritarios y que representaban cierta resistencia a la sociedad de masas. Esto es así si pensamos por ejemplo en los movimientos ecologistas locales, los movimientos por la defensa de los derechos de los animales o incluso el movimiento antiglobalización. Sin embargo, hoy en día, con la explosión de las redes sociales en Internet nos enfrentamos al difícil reto de definir los movimientos sociales y la participación ciudadana en esta nueva era mediada por las nuevas tecnologías. Este reto parece ciertamente más complicado desde el punto de vista de que el *crowd* potencia cambios sociales siendo *masa*. Amparo Lasén (2009) critica fuertemente el empecinamiento de muchos autores que proponen entender la nueva realidad social desde el paradigma tradicional del estudio de los movimientos sociales. Lasén incide precisamente en la potencialidad del *crowd*. Por ejemplo, respecto a la diferenciación entre las *smart mob* y las *flash mob* afirma que es injusto tratar a unas de inteligentes y a otras de “bobas”.

“¿Por qué en una *flash mob* no se ve nada político, cuando se usan las tecnologías de modo activo y creativo (no *padecido*) para conectarse, personas que no se conocían se juntan para hacer algo de forma concertada, se propone un uso del espacio público y urbano que no es el habitual, lo cual muchas veces revela conflictos sobre qué puede hacerse en el espacio público y quién lo decide? ¿Por qué pensar entonces que no es algo político? ¿Sólo porque falte un mensaje crítico intencionado? Las *flash mob* rompen la dicotomía medios/fines. En ellas el cómo es el qué” (Lasén, 2009).

Movilizaciones que han llamado la atención tan poco en los estudiosos de los movimientos sociales, como las *flash mob* y las *smart mob*, son en realidad un ejemplo perfecto de cómo está funcionando el nuevo activismo a través del *crowd*. Estas pequeñas movilizaciones, que son puntuales en el tiempo y aparentemente no relevantes en un contexto de cambio social, en realidad se están organizando a través de las nuevas tecnologías de una manera muy particular. Si entendemos la participación ciudadana como un proceso y no como un fin, este es un punto particularmente importante en cuanto a que se está creando poco a poco una nueva cultura política. Además, estas diferentes *mobs* basan su *modus operandi* en la toma de espacios públicos, algo que es ya político de por sí, así como generan altos

grados de participación entre quienes representan las diferentes *mobs*. En este espacio novedoso de política mediada por lo digital descartar o minimizar el papel activista de cualquier tipo de participación social en la red es como mínimo atrevido. Para dotar esta idea de un mayor impacto, no hay más que pensar en los orígenes de *Anonymous*, el ejemplo más conocido de *hacktivism*. *Anonymous* comienza a organizarse a través de la ociosidad, en el marco del foro 4chan, en el que los miembros del mismo se dedicaban a crear y publicar memes de distinto tipo. Aunque el objetivo era la diversión, la forma en que ésta se *cocreaba* era en realidad el caldo de cultivo de lo que más adelante sería el movimiento hacktivista. Si bien no podemos afirmar que todo lo que hay en la red es activismo, sí que debemos atribuirle la potencialidad de serlo, debido al modo en que los usuarios estamos utilizando las nuevas tecnologías.

3. Determinismo tecnológico vs. determinismo cultural

Con este panorama *tecno político* es relativamente fácil caer en la premisa de que todos los cambios sociales a los que estamos asistiendo se deben principalmente a Internet y a las nuevas tecnologías. La perspectiva del *determinismo tecnológico* está cada vez más extendida en nuestras sociedades. Con el estallido de la *primavera árabe*, fueron numerosos los periodistas que trataron la información afirmando que dichas *revoluciones* se habían producido gracias a la existencia de Facebook o Twitter. Este excesivo optimismo respecto a las nuevas tecnologías es denominado por César Rendueles como *ciberfetichismo*.

“Eso es precisamente lo que hace la ideología californiana, ese amplio frente *internetcentrista* cuyos cuarteles generales están en Silicon Valley. (...) Los *ciberfetichistas* otorgan una gran importancia a la tecnología pero, a tenor de sus argumentos, su influencia emana mágicamente de ella” (Rendueles, 2013: 45).

Rendueles plantea que en el pasado éramos mucho más críticos con el determinismo tecnológico, sin embargo, con la explosión de las redes sociales la ideología determinista cala en la mente de las personas de manera más sutil.

“Nadie está dispuesto a admitir que los avances en los motores de turbo de inyección producen transformaciones sociales relevantes (...) En cambio, a juzgar por su impacto en los medios de comunicación, una renovación del *timeline* de Twitter parece la nueva revolución neolítica” (Rendueles, 2013: 41).

Si bien es cierto que no hay que dejarse llevar por este *ciberfetichismo*, la verdad es que tampoco hay que minimizar el impacto que están teniendo las nuevas tecnologías en la conformación de movimientos sociales y diferentes tipos de activismo. De lo contrario estamos cayendo en un determinismo cultural o determinismo social que no nos ayuda para nada a analizar la nueva sociedad *tecno política*.

Para salir de este debate improductivo, Amparo Lasén utiliza el concepto de *agencia compartida*, procedente de las teorías del actor red.

“La idea de *agencia compartida* quiere evitar dos errores comunes. Por un lado, la idea de que las tecnologías son meros instrumentos pasivos que dejan las situaciones como estaban. (...) antes se usaban cartas y la imprenta, ahora móviles o Internet. El otro error es el determinismo tecnológico (...) como hay Internet y existen móviles todo va a cambiar y todo ha cambiado. (...) Ni neutralidad ni determinismo: la tecnología nos hace hacer y nosotros la hacemos hacer” (Lasén, 2009).

Por su parte, Manuel Castells, aunque en su último libro, *Redes de Indignación y de Esperanza* (2012), se muestra mucho más optimista, siempre ha sido especialmente crítico con el *determinismo tecnológico*.

“(...) la tecnología no determina a la sociedad: la plasma. Pero tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica: la utiliza (...) El dilema del determinismo tecnológico probablemente es un falso problema, puesto que tecnología es sociedad y ésta no puede ser comprendida o representada sin sus herramientas técnicas” (Castells, 2001a: 31).

En realidad, ni Lasén ni Castells están diciendo nada especialmente nuevo. Ya en los años 1980s, Bruno Latour y Michelle Callon promovían la *teoría del actor red*, que se ha ido volviendo muy pertinente a medida que nos hemos visto obligados a analizar este nuevo modelo de sociedad mediada por las nuevas tecnologías. El concepto de *agencia compartida* se sitúa precisamente bajo el manto de esta perspectiva, pero define con muchísima claridad la postura que aquí vamos a tomar frente al análisis de esta nueva realidad de política mediada por lo digital.

4. Tipos de activismo mediado por las nuevas tecnologías

Si utilizamos como base la *teoría del actor red*, deberíamos preguntarnos cómo los usuarios están utilizando las nuevas tecnologías para la conformación de movimientos sociales o simplemente para la manifestación de distintas expresiones activistas. El surgimiento de Internet es sin duda un momento importante de la historia en el que se abren las posibilidades de transformación del modo en que se conforman dichos movimientos sociales, aunque desde luego, el hito fundamental lo representa el surgimiento de las redes sociales. Treré (2011) distingue tres fases distintas en la vida de Internet. Una primera, alrededor de los años 70's, marcada por los primeros nodos de ARPANET. Aunque en principio era una iniciativa del Ministerio de Defensa de los Estados Unidos, Treré rescata los resultados inesperados del proyecto a partir del momento en que la comunidad científica comenzó a usar el correo de ARPANET.

“El correo electrónico de ARPANET, un precursor de nuestro mail, no se usaba sólo para intercambiar opiniones sobre las investigaciones en curso, sino también para distribuir mensajes sobre el contexto político del momento: la guerra de Vietnam, el escándalo Watergate y la dimisión del presidente Nixon, por ejemplo. Al mismo tiempo, ARPANET servía como instrumento para controlar y censurar el activismo político” (Treré, 2011: 2).

La segunda fase de Internet, según este autor, vino marcada por la utilización de Internet por parte de empresas. Se trataría de una etapa de comercialización.

“Es el momento en el que empresas y grandes corporaciones colonizan el entorno digital (...) Al mismo tiempo, las voces de oposición no se callaron e intentaron reivindicar la Red como un espacio de libre expresión en el que ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil pudiesen expresarse sin intermediarios” (Treré, 2011: 3).

Por último, la tercera fase de Internet vendría marcada por la utilización de las redes sociales, a partir del 2001.

“En esta tercera fase de la red nacen webs como meetup.com, vital en la campaña de Howard Dean en EE.UU. Además, en 2003 algunos blogueros empiezan a contar historias desde Iraq, proporcionando versiones desde abajo sobre los horrores de la guerra. Escribiendo en inglés, los blogueros podían contar con una audiencia planetaria. Internet a nivel infraestructural es más difícil de controlar y la gente empieza a utilizar las herramientas de la Web 2.0: blogs y redes sociales para difundir informaciones que el gobierno censura o no quiere dejar filtrar” (Treré, 2011: 4).

La mayoría de los autores que estudian el desarrollo de movimientos sociales mediados a través de las nuevas tecnologías suelen mencionar el surgimiento de Indymedia y del EZLN como las primeras experiencias *net activistas*.

“Son dos hermanos californianos, los Paulson, quienes crean en 1994 el sitio <http://www.ezln.org>, con la intención de proporcionar información veraz sobre el levantamiento indígena. El ejemplo cundió, y muy rápidamente aparecieron traductores, hasta que en 1999 el propio EZLN hace pública su web oficial: <http://ezln.org.mx> con motivo de la Consulta por los Derechos y la Dignidad Indígena” (López, 2007: 190).

El EZLN es un ejemplo perfecto de como un movimiento, en principio local, con cariz indigenista se convierte, gracias al uso de las nuevas tecnologías, en un movimiento con el que se identifican personas de todas las partes del mundo, convirtiéndose en uno de los principales representantes de la resistencia de los pueblos del sur frente al imperialismo, en este caso simbolizado por el TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte). Es la primera vez que se observa la potencialidad que tiene Internet como medio de difusión masivo e incluso se intuye ya el concepto de *viralidad*. Por otro lado, la contracumbre de Seattle en 1999 supone también un hito a la hora de entender el origen del net activismo, debido al surgimiento de Indymedia.

“Indymedia Seattle se constituye como una experiencia pionera en su momento. Aunque a día de hoy, el “fenómeno blog” ha generalizado la publicación abierta, en aquel momento no existía una herramienta que permitiera la publicación en una página sin tener conocimientos de diseño de páginas web. Este nodo pionero se crea

expresamente con el fin de dar cobertura a los acontecimientos de la contracumbre, pero no como una agencia de noticias en Internet, sino desde la perspectiva de las y los activistas” (López, 2007: 191).

El *net activismo* ha ido transformándose hasta las experiencias más recientes, como el 15M, Occupy Wall Street o la Primavera Árabe. Fernández Prados resume en la tabla 1 perfectamente las diferencias que podemos encontrar entre los dos tipos de *net activismo*.

Tabla 1. Del activismo 1.0 altermundista y contra la guerra al activismo 2.0 de la revolución democrática árabe y *spanish revolution*

	Activismo 1.0	Activismo 2.0
Web	1.0 (Página web)	2.0 (Redes sociales: Facebook y Twitter especialmente)
Utilización	Información y coordinación	Debate y acción
Reacción de los gobiernos	Reprime en el mundo real	Reprime en el mundo real y el virtual (censura de internet)
Comunicación de los activistas	Eminentemente vertical en la web (unos pocos expertos)	Básicamente horizontal en las redes sociales
Consecuencias	Sensibilización	Transformación (caída de gobiernos...)
Ejemplos	Movimiento altermundista o antiglobalización (1999-)	Revolución democrática árabe y Spanish revolution: (2010-)

Fuente: Fernández Prados, 2012: 632.

Nos encontramos, por tanto, ante movimientos sociales cada vez más horizontales y deliberativos, con aparentemente mayor capacidad de incidencia e impacto en el mundo real. Si pensamos en términos de *virialidad*, por ejemplo, las teorías que abarcan este concepto abordan una gran cantidad de matices que antes no se daban. DeLuca y Peeples diferencian entre *hipermediación*, *diseminación* y *remediación* para describir el proceso de un fenómeno viral (DeLuca y Peeples, 2002). Refiriéndose a movilizaciones mediadas por lo digital, argumentan que una información puede hacerse viral difundiéndose masivamente, es decir, a través de la *hipermediación*. Esto es lo que sucedía en el activismo 1.0 cuando se lanzaban contenidos a través de Indymedia durante las manifestaciones de Seattle. En aquel tipo de activismo, la sociedad apenas utilizaba Internet, por lo que las posibilidades de que lo viral fuera más allá de lo que los activistas podían llegar por sus propios medios, eran nulas. La viralidad alcanza una nueva dimensión a través de la *diseminación*, es decir, a través de la replicación del contenido hipermediado en diversos medios digitales y redes sociales. Pero la viralidad va mucho más allá

cuando el contenido ya viralizado es reinterpretado, creándose así un nuevo ciclo de viralización. A esta *remediación* se refiere Rheingold cuando afirma:

“las multitudes inteligentes no son una «cosa» que uno pueda señalar con el dedo o describir en dos palabras, del mismo modo que Internet tampoco lo es. Internet es lo que sucedió cuando empezaron a comunicarse numerosos ordenadores. El ordenador e Internet se habían diseñado previamente, pero los modos en que se utilizaron no se habían previsto en ninguna tecnología; ningún diseñador o vendedor pudo prever los usos más revolucionarios de esas herramientas. Los procesadores de texto, las comunidades virtuales, eBay, el comercio electrónico, Google, los *weblogs* y los sistemas de reputación...” (Rheingold, 2002: 49).

Además del *net activismo*, existen otras formas de activismo en la red, como el *hacktivismo* o el *clicktivismo*. Este último por ejemplo, ha sido fuertemente criticado y señalado como un fenómeno que desincentiva la participación ciudadana real. Cornelissen y sus colaboradores realizan un experimento en 2013 para observar la probabilidad de colaboración con Unicef y con Intermon Oxfam dependiendo de si se ha apoyado anteriormente en la web o no a estas organizaciones, en este caso con un *like* en Facebook. Prueban que aquellas personas que colaboran con un *like* son menos propensas a colaborar de manera real en la sociedad no virtual. A esto se le llama *slacktivismo* y es la principal crítica que se hace a este tipo de activismo en la red (Cornelissen *et al.*, 2013). Algunos ejemplos claros de *clicktivismo* son las páginas de firmas online, tales como <http://www.change.org> o <http://www.avaaz.org>

A pesar de las críticas, el estudio del efecto de las redes sociales es estudiado desde diversos puntos de vista, puesto que modifican el modo en que se da el activismo. Por ejemplo, Della Porta y Diani analizan el papel de Internet en el marco de la participación política de la siguiente manera:

“En relación a la participación política y social, podríamos esperar que la comunicación mediada por lo digital operara como un potente facilitador a través del “mantenimiento de las redes cara a cara”, del desarrollo de enclaves culturales y “socio-espaciales”, así como el apoyo técnico a grupos de interés (...) Y es ciertamente razonable esperar que Internet juegue un rol decisivo en la conexión de toda clase de comunidades que están geográficamente dispersas o forzadas a operar en las sombras por la naturaleza de sus actividades” (Della Porta y Diani, 2006: 133).

Para estos autores, podría esperarse que la comunicación mediada por lo digital tuviera efectos sobre el mantenimiento de relaciones que se dan fuera del mundo offline, así como a relaciones que se dan entre personas que se encuentran geográficamente dispersas. Esto debería de extrapolarse a aquellos activistas que utilizarían Internet de este mismo modo. No obstante, podríamos considerar Internet como un medio de comunicación más.

“Para plantear el tema sin rodeos: Internet es simplemente otro medio de comunicación. Ciertamente, la Net tiene un número de características distintivas y

de “capacidades”, pero esas diferencias no cambian necesariamente quiénes somos o qué hacemos juntos. No obstante, los medios digitales ofrecen capacidades para motivar a la gente según sus contextos o para explotar esas capacidades” (Bennett, 2003: 21).

Por último, las formas de activismo mediado por las nuevas tecnologías han sido definidas desde su concepto más tradicional, que tiene connotaciones muchas veces anticapitalistas, en defensa de los derechos civiles o en lenguaje más coloquial, movimientos de izquierda. Sin embargo, si seguimos la lógica de las *flash mob* y del surgimiento de *Anonymous*, en realidad el mundo digital es mucho más amplio y en él caben expresiones de descontento y formas de participación ciudadana que van más allá de lo que anteriormente se identificaba con activismo. La pregunta que nos vamos a hacer es: ¿hay que reconceptualizar el término *activismo*?

5. Participación ciudadana en la era de la información

En su último libro, Manuel Castells analiza la conformación de los últimos movimientos sociales mediados por las redes sociales. Castells parece entender que existen grandes similitudes entre movimientos sociales tan divergentes como la Primavera Árabe, *Occupy Wall Street*, el 15M o la Wikiconstitución elaborada en Islandia.

“Los movimientos sociales estudiados en este libro, así como otros que han tenido lugar en los últimos años, presentan una serie de características comunes: están conectados en red de numerosas formas, (...) los movimientos son locales y globales a la vez (...) son virales (...) son movimientos altamente autorreflexivos (...) raramente son movimientos programáticos” (Castells, 2012b: 211-218).

De manera quizás algo optimista, Castells plantea que estos movimientos sociales tienden a constituirse como modelos de participación ciudadana democráticos. Parece que esto sucede tanto en su interior como en lo que buscan demandar, más democracia.

Aquí consideramos que el surgimiento de estos nuevos movimientos sociales, de características como las que define Castells, es sólo un reflejo de la cultura de la red. Para entender esta cuestión vamos a centrarnos un momento en el concepto de *democracia digital*, también denominado como *e-democracia* o *democracia electrónica*. Existe cierto consenso en que hay un antes y un después en el concepto de *democracia digital* influido por la existencia y el uso de las redes sociales en Internet. Antes de Facebook o Twitter, los estudiosos del tema hablaban de *política digital* entendiendo que había que enfocar el concepto de *democracia digital* a la implementación de políticas públicas de gobierno.

“El objetivo de la democracia electrónica radica en facilitar el acceso a los ciudadanos a la política, a través de los medios digitales, y permitirles influir activamente en las decisiones” (Campos, 2012: 123).

Por entonces, los investigadores estaban especialmente preocupados por cuestiones como la brecha digital o el perfil de los usuarios de Internet, en concreto por la otra brecha, la que hace referencia a la edad de quien utiliza las nuevas tecnologías. Pero también estaban preocupados por la adaptación de los gobiernos a esta nueva *e-administración* y por la calidad de la participación ciudadana a través de la red. El surgimiento de las redes sociales trae consigo la explosión de numerosos fenómenos vinculados al ámbito de la participación ciudadana, los movimientos sociales y en general el activismo social a través de Internet. Esto ha provocado que la atención de multitud de investigadores sociales se haya dirigido al estudio de dichos fenómenos y a la búsqueda de sus causas. Es precisamente en esta búsqueda en la que nos encontramos con un concepto de *democracia digital* más moderno y adaptado a los tiempos. Existe cierto consenso entre quienes investigan este concepto, a la hora de afirmar que estamos en un momento transitorio en el que venimos de una democracia representativa y caminamos hacia una democracia deliberativa, facilitada por quienes abren caminos de debate en Internet, tales como los espacios de comentarios debajo de las notas de prensa, la estructura de las propias redes sociales o los mecanismos de puntuación de noticias. No obstante, aunque parece que vamos camino de una democracia deliberativa, existen muchos autores que dudan de la calidad de dicha democracia.

“Podemos decir que Internet facilita la expansión de la esfera pública que se constituye cuando las personas entran en la deliberación sobre las cuestiones políticas. Sin embargo, (...) las observaciones del ciber-discurso también muestran que la calidad de ese discurso, muchas veces no está a la altura de los requisitos del modelo de la esfera pública” (Campos, 2012: 134).

En “Ciber-Libertarianism 2.0: A Discourse Theory/Critical Political Economy Examination”, Lincoln Dahlberg (2010), uno de los estudiosos más interesantes sobre el fenómeno de la *democracia digital*, expone los principales resultados de su estudio sobre el discurso en la red. Afirma que existe una especie de conciencia ciudadana dentro del mundo de la web 2.0 y la define otorgando a los usuarios la etiqueta de lo que podíamos traducir como ciberlibertarios.

“A lo que me refiero con “ciber-libertariado 2.0” es a un discurso que se ha expandido más allá de la ciencia popular y de los comentarios procedentes del mundo de los negocios de los 90s, y que han sido abordados por ambos, el “mainstream” académico y los medios de comunicación. (...) De todos modos, el tema central es más de lo mismo: cibernautas como prosumidores DIY liberados de constricciones externas, particularmente de la regulación estatal” (Dahlberg, 2010: 333).

Existe, por lo tanto, un discurso en la red que posee dos variantes principales; por un lado, los usuarios se sienten empoderados y a su vez, lo están frente a un enemigo común que Dahlberg define como los *sistemas autoritarios paternalistas* (Dahlberg, 2010: 337). En realidad, se refiere a cualquier tipo de regulación de sus actividades en Internet o a cualquier modelo de organización que posea características de la sociedad vertical tradicional. La recogida de este discurso es lo

que más nos interesa para la explicación de cómo actúa el *crowd* y qué influencia tiene sobre el surgimiento de nuevos movimientos sociales. Si es verdad que existe esta filosofía detrás del *crowd* podemos entender que exista una vertiente cuasi activista o directamente activista dentro de fenómenos en teoría alejados de los movimientos sociales, tales como el periodismo digital, el *crowdfunding*, el *crowdsourcing* o cualquier iniciativa empresarial vinculada a las nuevas tecnologías, como *Blablacar* y similares.

Dahlberg recoge también la crítica marxista al discurso pro-Internet, haciendo un repaso por los principales pensamientos de algunos autores modernos. Estas críticas se están extendiendo cada vez más en aquel discurso ciudadano que tiende a enfrentar el excesivo optimismo que existe hoy en día frente a todo lo web 2.0 o lo que Rendueles definía como *ciberfetichismo*. Los principales aportes críticos de la perspectiva marxista se centran en llamar la atención sobre los distintos grados de acceso al mundo digital, rescatando la importancia de conceptos como el de brecha digital, pero el eje de la crítica marxista se encuentra más bien en el falso concepto de libertad que existe en la web 2.0. Aceptan que existe entre los usuarios un sentimiento a través del cual se sienten *ciberlibertarios*, sin embargo inciden en que se trata de un espectáculo de falsa libertad, ya que en realidad los principales agentes de la web 2.0 son grandes corporaciones que detestan la libertad, tales como Facebook o Google, quienes a su vez tienen políticas de protección de datos un tanto cuestionables. El mundo virtual en realidad reproduce el neoliberalismo más atroz, Byung-Chul Han lo resume perfectamente en un artículo publicado en el País en octubre de 2014 en el que plantea que la *economía del sharing* “conduce en última instancia a la comercialización total de la vida” (Byung-Chul Han, 2014). Slavoj Žižek (1989) habla precisamente de este concepto definiéndolo como “una espiral de pasividad” en la que se ven inmersos los usuarios. Por su parte, Jodi Dean se refiere a todo lo “ciber” como una droga (Dahlberg, 2010: 343-345). Estas críticas apuntan a que el concepto de libertad es en realidad un espejismo en el que todos estamos inmersos.

¿Qué hay de cierto y de matizable en estos pensamientos? Efectivamente, los pensadores marxistas tienen razón en que el proceso de construcción de la *democracia digital* no supone grandes cambios relacionados con el modelo de mercado, que los usuarios reproducen los valores capitalistas e incluso aquellos valores que son más neoliberales. Sin embargo, esta crítica no tiene mucho sentido cuando uno investiga el origen del pensamiento digital. Si nos retrotraemos al origen de toda esta filosofía que resume Dahlberg en su concepto de *ciberlibertarianism*, llegamos a las filosofías vinculadas con el *software libre*. La identificación con esta filosofía es clara en el discurso de la web 2.0 y en la coincidencia entre valores “hackers” y el tipo de sociedad digital que estamos construyendo. Felipe G. Gil se preguntaba en septiembre de 2014 en un artículo en eldiario.es: “¿está la cultura libre detrás de todo lo que está pasando políticamente?” Se cuestionaba qué tienen que ver Podemos, Guanyem y la PAH entre sí. La respuesta, para el autor, es que comparten unos ingredientes que ya habían sido planteados y defendidos por los representantes del movimiento de *software libre*. Dicho esto, podemos afirmar que la crítica marxista no ha lugar en este caso, ya que, por ejemplo, Stallman, el principal representante de este movimiento afirma que “rigurosamente vender significa intercambiar bienes por

dinero. Vender una copia de un programa libre es legítimo y nosotros lo alentamos” (Stallman, 2004: 89). Se refiere a la confusión que se da en el mundo anglosajón cuando él habla de *free software*, ya que free en inglés significa a su vez libre y gratis. En esta misma línea podemos rescatar las palabras de Lessig (2009) al comienzo de su obra *El código 2.0*:

“Hace casi dos décadas, en la primavera de 1989, el comunismo murió en Europa (...) Aquellos primeros momentos posteriores al colapso del comunismo rebotaban de pasión antiestatal –una oleada de furia contra el Estado y contra toda regulación proveniente del mismo. Déjennos en paz, parecía decir la gente. Dejen que el mercado y las organizaciones no gubernamentales –una nueva sociedad- reemplacen al Estado. (...) A mediados de los noventa (...) emergió en Occidente otra nueva sociedad (...) Se trataba de Internet o, como lo definiré más adelante, del ciberespacio” (Lessig, 2009: 31-32).

Todo esto nos permite observar un discurso en el que se rescata una obviedad que muchas personas parecen olvidar: los *hackers* no son anticapitalistas. Es decir, que si hablamos de lo digital nunca han sido cuestionados los valores del mercado ni en el origen del movimiento de software libre, ni en la actualidad en el proceso de conformación de la *democracia digital*. Por lo tanto, este aspecto de la crítica marxista no tiene mucho sentido. En realidad, lo que es novedoso de la *democracia digital* es el cambio que se está produciendo en cuanto al acercamiento a modelos de democracia más deliberativos. Esto es igual para empresas con un claro interés de obtención de beneficios, para movimientos sociales compuestos por personas de ideologías muy diferentes entre sí o para iniciativas ciudadanas surgidas de los movimientos sociales tradicionales.

Por lo tanto, los canales de participación ciudadana actuales son más amplios y están ayudando a crear un modelo de sociedad más participativo y horizontal. El principal aporte de los usuarios es la potenciación de valores más deliberativos hasta el punto de que ha empezado a teorizarse sobre la existencia de un nuevo modelo de democracia, la *democracia digital*. Como bien argumenta Dahlberg en sus estudios, una de las principales características de este nuevo modelo de democracia tiene que ver con el hecho de que los usuarios se sienten empoderados y esto aumenta los niveles de participación ciudadana. Pero también añade como aspecto relevante la fuerte oposición de los usuarios a los modelos organizacionales tradicionales, verticales y que fomenten la regulación. Argumenta que estos usuarios tienen una percepción libertaria de sí mismos, lo que deriva en que nos preguntemos si sólo estamos hablando de nuevas formas de participación ciudadana o en realidad, hay cierto grado de activismo detrás de ello.

6. ¿Activismo o participación ciudadana? El caso del *crowdfunding*

Cuando hablamos de *crowdfunding*, todos nos hemos preguntado alguna vez ¿y si no recibo mis recompensas?, ¿y si financio un proyecto que no se lleva a cabo? Ethan Mollick publicó un artículo en 2013 consecuencia de un estudio realizado en la plataforma Kickstarter. Entre las muchas conclusiones a las que llegó, una de las

más interesantes fue la relativa al escaso nivel de fraude que se daba en los proyectos de la plataforma. De un total de 471 proyectos estudiados en los que se prometía algún tipo de retorno, sólo fueron 14 aquellos que no ofrecieron su recompensa. Lo mismo sucedía con el cronograma, la mayor parte de los proyectos se ejecutaban en el tiempo estipulado y prometido (Mollick, 2013: 11). ¿Por qué sucede esto? Es sin duda un resultado llamativo, ya que no existen muchos de los mecanismos legales para penalizar el incumplimiento del “contrato” que hacen aquellos que financian un proyecto y aquellos que lo lanzan y ejecutan. Si bien no hay mecanismos de control tradicionales, sí que existen otras vías de “penalización digital”. Por ejemplo, mecanismos de difamación en la red o acciones llevadas a cabo por parte de las plataformas, como la no aceptación de futuros proyectos de los mismos promotores. El control es en realidad ejercido por los usuarios y no por las instituciones tradicionales. Esto es sin duda un ejemplo del modelo de participación ciudadana que se está dando en la red. Refleja las características del comportamiento de los usuarios en el marco de la web 2.0 y la construcción de la *democracia digital*. Este ejemplo puede hacernos entender que el *crowdfunding* es algo más que un medio de financiación alternativo. Se trata de un fenómeno en el que se reproduce un discurso y una forma de comportamiento.

Detrás de la reflexión expuesta en este artículo hay un trabajo realizado a lo largo de tres años. Se trata de una investigación² en la que se ha analizado el fenómeno del *crowdfunding* desde una perspectiva sociológica. En el transcurso de dicha investigación, se han observado numerosos proyectos de *crowdfunding*, así como se han seguido los perfiles en redes sociales de todas las plataformas de *crowdfunding* españolas. También se han observado blogs relevantes para el sector, como *crowdacy*, *universocrowdfunding*, entre otros, así como grupos y foros de interés, tales como el perfil de Facebook *morosidad crowdlending*. Algunos de los resultados relevantes de este estudio son producto del análisis del discurso que se da en las redes. Se han identificado varios rasgos que se repiten en dicho discurso, tales como la importancia del valor de la transparencia, de la horizontalidad, el rechazo a cualquier aspecto que pueda relacionarse con lo institucional o la aplicación continua del valor del hazlo tú mismo (DIY). Todos estos rasgos pueden ser considerados característicos de la *cultura digital* y se reproducen en otros fenómenos sociales, como por ejemplo, en los movimientos sociales más modernos o alternativos, tales como el 15M o en las empresas del procomún, así como en cualquier iniciativa de calado similar.

El *crowdfunding* es un fenómeno inicialmente promovido por emprendedores culturales, que Jaron Rowan define de la siguiente manera:

“no se identifican ni con el sector de las artes tradicionales ni con el sector empresarial más duro (...) saben que necesitan asesoramiento empresarial pero quieren recibirlo por parte de compañeros o de gente con la que se puedan identificar y no de *hombres con traje* que saben poco sobre el funcionamiento de estas nuevas industrias” (Rowan, 2010: 44).

² “Prácticas de la organización social horizontal: el *crowdfunding* como extensión del principio de igualdad” es el título temporal de una investigación que analiza el discurso identificado en los agentes que participan en el fenómeno del *crowdfunding* en España. Se trata de una tesis doctoral en estado avanzado de escritura, que será defendida este mismo año en la Universidad de Salamanca.

Esto explica por qué el *crowdfunding* encaja tan bien en el rechazo a aquello que tiene un mínimo de parecido con lo institucional. De hecho, otros sectores que suelen hacer uso del *crowdfunding*, han replicado posteriormente esta característica. Es el caso de los proyectos de I+D+i financiados con micromecenazgo, los partidos políticos que plantean una nueva forma de financiación más independiente o, mismamente, los proyectos *frikis* que buscan financiación para la creación de videojuegos o cómics. Todos ellos reivindican la creación de algo alternativo y más apegado a valores ligados a la autenticidad. No podemos echar la vista un lado y negar que esto sea político. Claramente lo es y esto podría hacernos pensar que si tiene una intencionalidad política es porque en cierta medida, es activista. Dahlberg hablando sobre *ciberlibertariado*, señalaba la tendencia de los usuarios a mostrarse contrarios a aquellas organizaciones tradicionales y verticales. Este concepto reivindica este elemento activista relacionándolo con la forma de comportamiento del *crowd* en Internet (Dahlberg, 2010).

Respecto a la transparencia, se trata de una exigencia de los mecenas o inversores, pero también de una especie de deber de los promotores de proyectos de *crowdfunding*. Si bien es cierto que la mayoría de las veces, en un proyecto de *crowdfunding*, ni siquiera se desglosa el presupuesto, lo cierto es que la transparencia está inmersa en el discurso. Es habitual observar a los promotores grabándose a sí mismos, explicando sus motivaciones más personales e incluso apareciendo en Youtube en espacios personales, tales como su propia casa. Al mismo tiempo, los mecenas se vuelven muy exigentes mediante el control del cumplimiento de las promesas del promotor. Todo esto se da en un proceso, mediante el cual, la comunidad de mecenas se siente parte del proyecto, lo que nos lleva a la siguiente característica, la horizontalidad. Es común que en muchos proyectos sean los mecenas los que ayuden a crear el diseño de un producto, igual que sucede en los procesos de crowdsourcing, fenómeno que precede al *crowdfunding*. La rendición de cuentas está muy ligada a este rasgo, igual que la normalización del surgimiento de comunidades virtuales en muchos proyectos de micromecenazgo.

El DIY se convierte en el rasgo más complicado de explicar, ya que por un lado, refleja empoderamiento y por el otro, es consecuencia de la falta de oportunidades. Cualquier promotor de proyectos de *crowdfunding* es, por definición, una persona que está basando su acción en el DIY. No obstante, cabría preguntarse, si un promotor de proyectos tuviera garantizadas las oportunidades de financiación por otras vías, ¿lanzaría un *crowdfunding*? Probablemente no. De hecho, son los sectores más afectados por los recortes y la precariedad aquellos que más se desenvuelven en el *crowdfunding*; los emprendedores culturales, la investigación académica, el sector de los deportes o la prensa.

En definitiva, no se puede estudiar la estrategia de financiación de partidos como Podemos o los diferentes Ganemos sin entender que detrás existe toda esta *cultura digital*. Tampoco podemos entender las plataformas de *equity crowdfunding* y de *crowdlending*, que son, sin duda, la cara más capitalista del sector, sin comprender que existe de fondo toda esta *cultura digital*. En este caso, estamos hablando de plataformas que promueven proyectos en los que inversores reciben participaciones de empresas o buscan beneficio económico a través del

otorgamiento de préstamos interpersonales. Si miráramos el concepto de activismo desde la perspectiva más tradicional, sin duda este tipo de plataformas quedarían fuera de nuestra definición. Sin embargo, son aquellas que más daño están haciendo a la cabeza más visible del sistema, los bancos, hasta tal punto que en 2014, el gobierno ha regulado estos tipos de *crowdfunding* limitando la cantidad de dinero que puede invertir un financiador. La medida se tomó después de la publicación de un informe del BBVA donde se afirmaba que el sector del *crowdfunding* en Estados Unidos era un peligro para la banca (BBVA, 2013: 28-34). Si se analiza el discurso de los inversores, la variable referida a que estas plataformas son una alternativa a la banca es muy importante.

En definitiva, esta *cultura digital* tiene una tendencia a dar pie a que existan alternativas activistas y por eso, habría que plantearse que el *crowdfunding* es en sí activista. No se trata de un activismo como el que tradicionalmente se ha definido en las teorías de la acción social. Más bien, el concepto de activismo debe reformularse, en primer lugar porque el *crowd* está generando cambios importantes en la cultura política y en el propio sistema. Es decir, la masa, no un grupo pequeño o más grande de presión. En segundo lugar porque gran parte de estos cambios se están dando a través de organizaciones que nunca se han identificado con el activismo social, como es el caso del *equity crowdfunding* o el *crowdlending*.

7. Bibliografía

- BBVA Research USA (2013): “Economic Outlook. Estados Unidos, en *BBVA Research*. Disponible en : https://www.bbva.com/KETD/fbin/mult/1306_EEUUOutlook_2Q13_tcm348-392269.pdf?ts=172013 [Consulta: 20 de enero de 2015]
- Bennet, L. (2003): “New power: the Internet and global activism”, en *Contesting media power. Alternative media in a networked world (critical media studies: institutions, politics and culture)*, Maryland, Rowman & Littlefield Publishers.
- Callon, M. y J. Law, J. (1986): *Mapeo de la dinámica de la ciencia y la tecnología: Sociología de la ciencia en el mundo real*, Basingstoke, Macmillan.
- Campos, S. (2012): “Política digital y participación: posibilidades y limitaciones”. *Actas de Juventud y Participación en tiempos de democracia digital*, Santiago de Chile, Chile, CODAJIC. Disponible en: http://www.kas.de/wf/doc/kas_35034-544-1-30.pdf?130723174207 [Consulta: 11 de noviembre de 2015]
- Castells, M. (2001a): *La era de la información, economía, sociedad y cultura, volumen 1: la sociedad red*, México, Siglo XXI.
- Castells, M. (2012b): *Redes de indignación y de esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*, Madrid, Alianza Editorial.
- Cornelissen, G., K. Natalia y E. Soyer (2013): “Clicktivism or slactivism? Impression management and moral licensing”, en *La Londe Conference in Marketing Communications and Consumer Behavior*. Actas del International Research Conference in Marketing. La Londe-Les Maures, Aix-Marseille Graduate School of Management.
- Dahlberg, L. (2010): “Cyber-libertarianism 2.0: A discourse/critical political economy examination”, *Cultural Politics*, 3, pp. 331-356.

- Della Porta, D. y M. Diani (2006): *Social movements: an introduction*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Deluca, K. y J. Peeples (2002): "From public sphere to public screen: democracy, activism and the violence of Seattle", *Critical Studies in Media Communication*, 19, pp. 125-151.
- Fernández Prados, J. S. (2012): "Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida", *Arbor*, 756, pp. 631-639.
- Gil, E. (2014): "¿Está la cultura libre detrás de todo lo que está pasando políticamente?", *Eldiario.es*. Disponible en: http://www.eldiario.es/interferencias/cultura-libre-detras-pasando-politicamente-espanol_6_302079801.html [Consulta: 12 de diciembre de 2014]
- Han, B.C. (2014): "¿Por qué hoy no es posible la revolución?", *El País.es*, 3 de octubre. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/09/22/opinion/1411396771_691913.html [Consulta: 20 de enero de 2015]
- Lasén, A. (2009): "Las nuevas formas de acción colectiva desafían la lógica de la representación", *Eldiario.es*, 12 de diciembre. Disponible en: <http://blogs.publico.es/fueradelugar/114/multitudes-inteligentes-y-multitudes-relampago> [Consulta: 20 de enero de 2015]
- Latour, B. (1992): *Ciencia en acción. Cómo seguir a los científicos e ingenieros a través de la sociedad*, Barcelona, Labor.
- Le Bon, G. [1895] (1986): *Psicología de las masas*, Madrid, Morata.
- Lessig, L. (2009): *El código 2.0.*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- López Martín, S. (2007): "Jóvenes, internet y movimiento antiglobalización: usos activistas de las nuevas tecnologías", *Revista de Estudios de Juventud*, 76, pp. 183-199.
- Manin, B. (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza Editorial.
- Mollick, E. (2013): "The dynamics of crowdfunding: an exploratory study", *Journal of Business Venturing*, 1, pp. 1-16
- Ortega y Gasset, J. (1929): *La rebelión de las masas*, Barcelona, Espasa Libros S.L.
- Rendueles, C. (2013): *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*, Madrid, Capitán Swing Libros.
- Rheingold, H. (2002): *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (Smart Mobs)*, Barcelona, Gedisa.
- Rowan, J. (2010): *Emprendizajes en cultura*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Sartori, G. (1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Santillana.
- Stallman, R. (2004): *Software libre para una sociedad libre*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- Treré, E. (2011): "Nuevos movimientos sociales, activismo digital y nuevas tecnologías de la comunicación", *Jornadas de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*. Actas de las Cuartas Jornadas: La Comunicación como objeto de Estudio. Teorías y Prácticas en las Ciencias Sociales. Querétaro, UAQ.