



1EN

maman a dit qu'il ne fallait pas aller  
tout seuls.  
qui était plein, plein, plein de monde et  
tickets de quoi. Deux pour la maman  
rcher la valise qui était restée dans  
dehors aller devant la voiture ?



Et il m'a  
- Non, non  
- Ne crains  
Et peut-être  
mauchet. En  
Après, surtout  
- Vous n'êtes  
c'est-à-dire ?

## Coreografías activistas en el *crowdfunding*: el caso de “silenciados” en @verkami

*Activist choreographies in crowdfunding spaces: the case of “silenciados” in @verkami*

DOI 10.15213/REDES.N15.P195

ELENA GIL

### RESUMEN

El *crowdfunding* es un fenómeno novedoso que todavía no ha sido investigado en profundidad. La necesidad de analizarlo desde perspectivas que vayan más allá de lo económico se vuelve cada vez más patente, al ser un fenómeno cada vez más cotidiano que muestra todo tipo de dimensiones sociales, económicas y políticas. La manera en que se interrelacionan los usuarios relacionados con el sector en Internet no es casual, obedece a la reproducción continua de ciertos valores, como el fomento de la transparencia, de la horizontalidad o el rechazo y la desconfianza hacia estructuras institucionales tradicionales. La identificación inconsciente de estos usuarios con dichos valores es tal que cuando los mismos se ven cuestionados, surgen todo tipo de coreografías activistas para reivindicarlos y volver a encauzar el funcionamiento habitual del comportamiento colectivo de las comunidades de *crowdfunding*. Para explicar esta cuestión se utilizará un estudio de caso, el alojamiento del documental “Silenciados” en la plataforma de *crowdfunding* “Verkami”.

PALABRAS CLAVE: CROWDFUNDING, ACTIVISMO, ECONOMÍA COLABORATIVA, VERKAMI, CIBERACTIVISMO.

## ABSTRACT

*Crowdfunding* is a new phenomenon that has not yet been researched at length. The need to analyze it from perspectives that go beyond financial considerations is becoming increasingly evident as it is a phenomenon seen more and more in everyday life, and it reveals various facets of social, economic and political life. Within this realm of the internet, users interrelate in a way that is not casual, but abides by the continuous reproduction of certain values, such as developing transparency, horizontality or the rejection and distrust towards traditional institutional structures. These users' unconscious identification with these values is such that, when they are questioned, all kinds of activist choreographies emerge to vindicate these values and get the collective behaviour of *crowdfunding* communities back to functioning as normal. To explain this issue, a case study of the hosting of the documentary "Silenciados", found on the "Verkami" *crowdfunding* platform, will be presented.

CROWDFUNDING, ACTIVISM, SHARING ECONOMY, VERKAMI, CYBERACTIVISM.

## 1. INTRODUCCIÓN

El *crowdfunding* o micromecenazgo es un modelo de financiación alternativa que se ha expandido en los años subsecuentes a la crisis financiera por todo el mundo, principalmente a partir de 2009. Al igual que otras iniciativas, como el couchsurfing, los espacios de *coworking* o empresas como "Uber" y "Airbnb", podemos considerar al *crowdfunding* como un fenómeno comprendido dentro del ámbito del consumo colaborativo o de las economías colaborativas. El *crowdfunding* presenta peculiaridades que lo diferencian del modelo tradicional de *fundraising* o de captación de fondos, utilizado tradicionalmente por las organizaciones no gubernamentales (ONGDs). Son precisamente estas peculiaridades las que convierten al *crowdfunding* en un fenómeno atractivo para la investigación, pudiendo ser abordado desde muchas perspectivas analíticas. También puede ser considerado una manifestación de la economía digital, ya que existe en torno al *crowdfunding* todo un sector económico que mueve ingentes cantidades de dinero. La consultora internacional "Massolution" estimó el volumen de financiación de *crowdfunding* mundial de 2015 en 34 billones de dólares (Massolution, 2015). La

“Comisión Europea” también ha observado la tendencia del sector a crecer y a convertirse en un fenómeno económico relevante y ha instado a los gobiernos de la “Unión” a regular el *crowdfunding* financiero (European Commission, 2013). Y de hecho, ya son muchos los gobiernos del mundo que han regulado el *crowdfunding*, entre ellos, el español (BOE, 2015).

El sector del *crowdfunding* está compuesto por numerosas plataformas web, que en su mayoría son empresas, pero también ONGDs e incluso organismos públicos, tales como la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) o universidades públicas, como la Universidad de Valencia. El *crowdfunding*, por tanto, además de ser un fenómeno colaborativo, es también un sector fundamentalmente empresarial, que desarrolla su actividad en Internet. Al igual que en otras iniciativas de consumo colaborativo, las plataformas, a través de sus páginas web, ponen en contacto a “promotores” de todo tipo de proyectos con posibles financiadores. En el *crowdfunding*, estos financiadores serán denominados como “mecenas” o “inversores”. Son, por tanto, intermedias entre estos tres agentes.

Por otro lado, el *crowdfunding* fue promovido, en un inicio, por “emprendedores culturales” (Rowan, 2010) que lanzaban proyectos creativo-culturales. Es posible comprobarlo al observar el perfil mundial de las primeras plataformas de *crowdfunding*, tales como “ArtistShare”, fundada en 2001 y el poco despliegue del fenómeno en los subsiguientes años. Aunque en 2005 surgen algunas plataformas más, no es hasta 2009 cuando el fenómeno comienza a despegar, con la fundación de plataformas como “Indiegogo” o “Kickstarter”. Tanto el perfil de estas plataformas como el de algunos proyectos de *crowdfunding* que nacen al margen de las mismas, como “El Cosmonauta” en España, responden a rasgos que pueden ser identificados con el sector cultural. Así, el *crowdfunding* comienza a asociarse con la forma de financiar películas, discos o documentales, entre otros proyectos. No obstante, desde la expansión del fenómeno en 2009, son muchos los colectivos que han apostado por este modelo de financiación, conformándose el sector en al menos cuatro modelos de *crowdfunding*.

La mayor parte de los modelos de *crowdfunding* facilitan la financiación de proyectos a cambio de algo, ya sean recompensas o algún tipo de intercambio financiero, como acciones en empresas o devolución de préstamos con intereses. No obstante, existe un modelo de *crowdfunding*, el de donación, que se asemeja mucho más a las formas de *fundraising* tradicionales, usadas mayoritariamente por ONGDs. Al hacer referencia la “Comisión Europea” al *crowdfunding financiero*, éste es identificado con los modelos de *crowdequity* y *crowdlending*. Estos dos modelos, tal y como se observa en la imagen 1, que hace

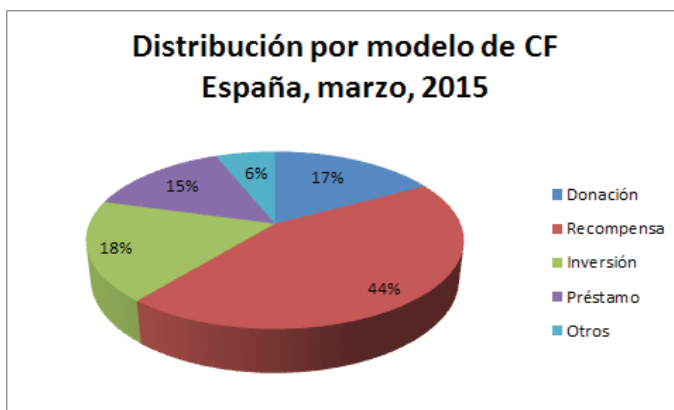
referencia a los modelos de *crowdfunding* en España, son los únicos supervisados por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Esto se debe a que la regulación fomentada por el Gobierno (BOE, 2015) solo afecta a estos dos tipos de *crowdfunding* y no al resto.

IMAGEN 1: MODELOS DE CROWDFUNDING



FUENTE: (BORRELL, 2017)7,7,"SCHEMA":["HTTPS://GITHUB.COM/CITATION-STYLE-LANGUAGE/SCHEMA/RAW/MASTER/CSL-CITATION.JSON"](https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json)

GRÁFICO 2: MODELOS DE CROWDFUNDING EN ESPAÑA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE DATOS PRIMARIOS.

El modelo de recompensas es el más extendido en España. Casi la mitad de las plataformas de *crowdfunding* obedecen al mismo. No obstante, el total del *crowdfunding* financiero supera ya al modelo de donación. Existe, por tanto, una tendencia del sector a fomentar modelos de *crowdfunding* que implican intercambios materiales entre los inversores o mecenas y los promotores de proyectos, tal y como se observa en el gráfico 2.

En este artículo va a presentarse uno de los muchos resultados obtenidos de una investigación etnográfica sobre el *crowdfunding* en España. Se utilizará un estudio de caso, la crisis generada entre los días 7 y 8 de agosto de 2016, al alojar la plataforma de *crowdfunding* de recompensas “Verkami”, una de las más famosas en nuestro país, el documental “Silenciados: cuando los maltratados son ellos” en su página web. “Silenciados” buscaba defender el discurso de las denuncias falsas, pero fue eliminado rápidamente por la plataforma. Durante esos dos días la comunidad “verkamista” se echó encima de la plataforma, exigiendo la retirada del proyecto “Silenciados”, ya que lo consideraban machista y fuera del ideario de “Verkami”. Los defensores del proyecto también se movilizaron acusando a “Verkami” de plataforma censuradora y creando finalmente, un proyecto de *crowdfunding* alternativo al que habían lanzado en la plataforma. Lo que sucedió en estos días en que tanto defensores del proyecto como detractores interactuaron en “Twitter”, fue la representación de una coreografía activista, capaz de reflejar muchos de los comportamientos que se dan de manera cotidiana en el fenómeno del *crowdfunding*. En definitiva, es un estudio de caso cualitativamente importante, al representar muchas de las características de la “cultura del *crowdfunding*” encontradas en el análisis etnográfico digital del fenómeno, del que se desprende este artículo.

La importancia de analizar este tipo de coreografías nace de la ausencia de estudios en la literatura que tengan en cuenta las implicaciones sociales del crowdfunding. Dehecho, es sabido que los estudios de *crowdfunding* son hasta la fecha escasos (Agrawal, 2013; Agrawal, Catalini, y Goldfarb, 2011; Belleflamme, Lambert, y Schwienbacher, 2012; Kappel, 2009; Kuppuswamy y Bayus, 2013; Mollick, 2013; Mollick y Kuppuswamy, 2014; Schwienbacher y Larralde, 2010...)”plainCitation”:(Agrawal 2013; Agrawal, Catalini, y Goldfarb 2011; Belleflamme, Lambert, y Schwienbacher 2012; Kappel 2009; Kuppuswamy y Bayus 2013; Mollick 2013; Mollick y Kuppuswamy 2014; Schwienbacher y Larralde 2010 y están generalmente, planteados desde disciplinas económicas como el Marketing. Algunos autores han problematizado esta cuestión, incluso haciendo un análisis de la recopilación de artículos científicos sobre el *crowdfunding*.

TABLA 1: ARTÍCULOS CIENTÍFICOS SOBRE CROWDFUNDING  
DISTRIBUIDOS POR NOMBRE DE REVISTAS

ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES	MANAGEMENT SCIENCE	ORGANIZATIONAL BEHAVIOR HUMAN DECISION PROCESSES
12	4	1	7	1

(SHORT ET AL. 2017:151)

La necesidad de plantear estudios sobre el fenómeno que vayan más allá del éxito o fracaso de las campañas, así como de la cuantificación monetaria de los flujos de dinero que mueve el sector, está patente en la literatura (Short et al. 2017). De hecho, ya se está haciendo un llamamiento activo a la realización de análisis interdisciplinares sobre el *crowdfunding*. El estudio del que se desprende este análisis obedece a este llamamiento. En él, se identificaron narrativas activistas en el fenómeno del *crowdfunding*. Para ello, se tomó una muestra de 9 plataformas españolas.

TABLA 2: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA DE  
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING ANALIZADAS

PLATAFORMAS DE RECOMPENSA	PLATAFORMAS DE PRÉSTAMO	PLATAFORMAS DE INVERSIÓN	PLATAFORMAS DE DONACIÓN
Verkami	LoanBook	The Crowd Angel	Mi Grano de Arena
Vórticex	Finanzarel	Bihoop	
Made in Spain Games			
Projeggt			

El diseño de la muestra siguió criterios de proporcionalidad respecto al total de plataformas distribuidas por modelos de *crowdfunding*, considerados como: *crowdfunding* de recompensas, de préstamo, de inversión y de donación. Se siguió esta tipología, al ser la utilizada mayoritariamente en la forma en que se autodefine el sector (Acconcia, 2015). Se observaron sus perfiles de “Twitter”, llegando a analizarse un total de 5788 tweets. En este análisis, se buscó la presencia de 7 valores que en teoría aparecerían en el discurso de las plataformas analizadas: el de la “horizontalidad”, lo “colaborativo”, la “transparencia”, la “comunidad”, el “hazlo tú mismo” (DIY), el “cambio”, así como el “rechazo a los poderes verticales tradicionales”. De toda esta investigación, aquí se narrará

exclusivamente el estudio de caso de “Silenciados”, puesto que es relevante, al ser representativo del activismo identificado en el discurso del *crowdfunding*. Podemos deducirlo al observar que en esta coreografía activista se reivindicaron los valores mencionados con anterioridad de manera especialmente intensa. Veremos cómo el cuestionamiento de cualquiera de estos valores genera en los usuarios que interactúan con @verkami, una reivindicación activa de los mismos. Y para ello, se organizarán entre ellos a través de la utilización de *hashtags* y otras herramientas digitales.

Este trabajo aporta elementos de análisis al estudio de formas de acción colectiva que se están dando en Internet de manera cotidiana y a los que no se está atendiendo desde la mayor parte de la literatura sobre movimientos sociales. Entre los objetivos de este estudio, se encuentra, por tanto, el hacer un llamamiento a otros investigadores. Existen discursos aparentemente “ocultos” en Internet, pero que necesitan ser investigados para comprender mejor dinámicas que surgirán y de hecho, ya están surgiendo, como el 15M, las *economías colaborativas* o cualquier otro tipo de fenómeno mediado por lo digital. Con el fin de analizar el estudio de caso de “silenciados”, se desarrollarán, en primer lugar, los principales aportes de la literatura que aborda los movimientos sociales, para contextualizar así el análisis.

## LA ACCIÓN COLECTIVA A LO LARGO DEL TIEMPO

La protesta ha sido una constante en la historia de la humanidad (Tilly y Wood, 2010), desarrollándose de maneras muy diferentes a lo largo de los siglos. Sin embargo, a pesar de su constancia en el tiempo no es sino a partir de los años 70s del siglo XX, cuando se consolida el estudio de los movimientos sociales (Della Porta y Diani, 2006:1) orientado, principalmente a la conceptualización de los mismos. Dicho de otro modo, dando lugar a enunciaciones normativas que plantean una diferenciación entre aquellas prácticas de acción colectiva “correctas” e “incorrectas”. Aquello que debe ser la acción colectiva para poder considerarse movimiento social y otras formas de protesta, aparentemente no tan relevantes a nivel teórico, por no cumplir con los requisitos de dichas definiciones, como las *smart mob* (Rheingold, 2004).

Las definiciones clásicas de movimientos sociales pasan por entender a los mismos como campañas sostenidas en el tiempo, que buscan reivindicar públicamente a las autoridades demandas específicas (Tarrow, 2005:7). Series continuas de interacciones entre individuos que representan a colectivos carentes de representación política formal y quienes ostentan el poder, demandando públicamente



reivindicaciones relacionadas con la distribución del poder (Tilly, 1978). O “el comportamiento colectivo organizado de un actor de clase luchando contra su adversario de clase por el control social de la historicidad en una comunidad dada” (Touraine, 1981:77). En solo estas tres definiciones ya es posible encontrar algunos de los requisitos que han sido tradicionalmente considerados como necesarios para que se dé la existencia de movimientos sociales. Y que a su vez, han sido posteriormente cuestionados en la literatura. La importancia del conflicto como elemento causal del surgimiento de la acción colectiva, el planteamiento de que ésta es siempre organizada, que se mantiene a lo largo del tiempo, que existen demandas claras por parte del movimiento social y éstas se hacen a las instituciones. O la necesidad de que la protesta sea pública, lo que implica presencialidad en las calles y en los medios de comunicación. Esta última cuestión queda claramente discutida con el estudio de movimientos sociales que se dan únicamente en Internet, por ejemplo con el colectivo hacktivista “Anonymous”. Por todo lo anterior podemos considerar que el caso concreto que aquí nos ocupa, al igual que otras “nuevas” formas de acción colectiva, no pueden ser definidas a partir de la literatura clásica de movimientos sociales. Debido a esta cuestión, deben de buscarse nuevas formas de definirlos. Y es en este aspecto teórico donde debería de existir un extenso debate, pues la sociedad es un ente vivo, por lo que seguirán sucediéndose formas de acción colectiva que reten las antiguas definiciones de manera continua.

Los años posteriores a mayo del 68 fueron especialmente prolíficos en la literatura sobre acción colectiva, debido a que comenzaron a surgir movimientos sociales que reflejaban características que podrían considerarse contradictorias con las definiciones clásicas. Precisamente por esto, comienzan a abrirse amplios debates conceptuales, muchos de los cuales continúan siendo de gran relevancia a nivel teórico en la actualidad. Se da una ruptura entre los movimientos sociales surgidos en las sociedades industriales, que poseen un fuerte componente de clase, y entre los nuevos movimientos sociales surgidos a raíz de los años 70s (Offe, 1985; Offe y Heinze, 1992; Touraine, 1981). Con la expansión de la nueva clase media en las sociedades occidentales comienzan a surgir movimientos de consenso (Della Porta y Diani, 2006:22-23), como el movimiento por los derechos civiles. También otro tipo de movimientos que destacan por la construcción social de su identidad, como el movimiento feminista o el LGTB, así como otros que rompen con las premisas de las teorías de la acción racional en la corriente de la movilización de recursos, como el movimiento animalista. La globalización también se vuelve recurrente a la hora de analizar los movimientos sociales posteriores a los años 90s, con el surgimiento del altermundista y sus derivados. La inclusión de los nuevos movimientos sociales (Melucci, 1989; Touraine, 1981...) implica la

introducción de debates abiertos sobre aspectos como el papel de la cultura en el activismo (Melucci, 1989), la importancia de la identidad colectiva, es más, de las identidades colectivas dentro de un mismo movimiento social, como en el caso del feminismo. Así como, la protesta asociada a la acción directa, performativa, como en el caso de “Greenpeace”, la relación entre los nuevos movimientos sociales y la democracia directa, con la importancia del papel de las asambleas, entre otras cuestiones (Della Porta y Diani, 2006).

Los movimientos sociales de finales del siglo XX, los llamados nuevos movimientos sociales, revolucionan de tal manera la literatura sobre acción colectiva, que algunos autores destacan la importancia de hablar de acción colectiva y no solo de movimientos sociales: “In many cases it makes more –or at least as much– sense to talk about collective action at large, rather than social movements” (Della Porta y Diani 2006:19). La acción colectiva se convierte en un fenómeno más abierto, en el que el activismo es más un estilo de vida que una anexión a un proyecto ideológico específico, que pueda ser considerado movimiento social. Melucci comienza a hablar de la importancia de las cafeterías, librerías, los templos religiosos y otros espacios de socialización de los activistas para destacar esta cuestión (Melucci, 1989). La misma idea es recogida en Della Porta y Diani:

For people involved in these networks, political activism is first and foremost a matter of lifestyle, the expression of deeply felt cultural and political orientations rather than adhesion to any specific political project and the organizations that could support it. In these cases, participation in a movement life most of the time consists of involvement in cultural and/or social activities –music concerts, dramatic performances, happenings, always with a critical edge and an element of symbolic and/or political challenge to some kind of authority– rather than of public demonstrations (Della Porta y Diani, 2006:132).

En ocasiones, la importancia de estos elementos culturales se encuentra por encima de las acciones de protesta de los activistas, la parte presencial del activismo; las marchas, la huelga, lo simbólico a través de la performance, como los cuerpos pintados de “Femen” y otros tipos de protesta. O al menos es considerado como parte de ese activismo que no se había tenido en cuenta en la literatura clásica sobre movimientos sociales. Los nuevos movimientos sociales surgidos tras mayo del 68 y especialmente, en los años 90s, trajeron consigo una revolución teórica que hizo que la literatura sobre la acción colectiva se ampliara y se volviera profundamente auto-reflexiva. Es posible que nos encontremos en la actualidad con un contexto histórico similar, debido a la incursión del papel de las nuevas tecnologías y más en concreto, del surgimiento de las redes sociales tipo “Facebook”, “Twitter”, entre otras.

## **SINERGIAS ENTRE LO ANALÓGICO Y LO DIGITAL EN LAS TEORÍAS DE LA ACCIÓN COLECTIVA**

El origen de la unión entre activismo e Internet se encuentra en los años 70s, con el “movimiento de Software Libre” y todos los estudios sobre sus códigos culturales, la ética hacker (Himanen, 2002; Lessig, 2009; Levy, 1994; Stallman, 2004). No obstante, existe un consenso en la literatura sobre movimientos sociales, al ubicar ese origen en las primeras formas de activismo online de los años 90s, tomando como punto de partida el movimiento zapatista y la utilización de “Indymedia” por parte del movimiento altermundista en Seattle (Bennett, 2003; Bimber, Flanagan, y Stohl, 2005; Earl et al. 2010; Fernández Prados, 2012; Fernández-Savater y Flesher, 2016; Gerbaudo, 2014; Juris, 2012; Juris, Pereira, y Feixa, 2009; Pickerill, 2006; Rovira, 2013; Treré, 2011; Treré y Barranquero, 2013...).

Esta nueva literatura da inicio a diferentes debates y paradigmas que abordan, tanto el funcionamiento de las masas, como el modo en que Internet afecta a movimientos sociales ya consolidados. Pero también incluyen la manera en la que surgen nuevas formas de acción colectiva. En lo que aquí respecta, se utilizará como concepto la acción colectiva mediada por lo digital frente a otros términos, como activismo online (Juris et al. 2009), activismo digital (Gerbaudo y Treré, 2015), ciberprotesta (Pickerill, 2006), entre otros. Esto es debido a la heterogeneidad de las formas de acción colectiva en la red que, como se dijo con anterioridad, no se ajustan de manera exacta a las definiciones de movimientos sociales más tradicionales. Por indicar un ejemplo, es muy distinto abordar el modo en que una organización activista clásica, como “Ecologistas en Acción” utiliza Internet, a la forma en que surgen movimientos sociales dentro de la red, como “Anonymous” o el modo en que se da cierto tipo de activismo cultural, como es el activismo fan (Earl y Kimport, 2009) o el que aquí nos atañe, el ligado al crowdfunding y posiblemente, a otro tipo de economías colaborativas.

En un inicio, con la incursión de Internet en las prácticas sociales, la literatura que abordaba el fenómeno comenzó a dividirse entre un optimismo tecnológico y un rechazo al mismo. Lo clave de este asunto se centraba en concebir a las masas como activas o pasivas. Frente a las visiones pasivas de las masas (Manin, 1998; Sartori, 1998...), se encuentran otras más optimistas, como la de las “multitudes inteligentes” (Rheingold, 2004), de la sociedad red (Castells, 2009) o de los prosumidores (Toffler, 1980), así como los debates sobre democracia digital, e-democracia y similares (Campos, 2012; Dahlberg, 2010...).

Sin embargo, la llegada de las redes sociales, sobre todo “Facebook” y “Twitter”, y su uso por parte de fenómenos de acción colectiva, así como la asimilación de las narrativas transmedia (Jenkins 2006), dan pie al inicio de un nuevo tipo de literatura. Se empiezan a generalizar visiones de Internet como un elemento que facilita la acción política, gracias a los bajos costes de participación por parte del usuario activista, así como por la facilidad de difusión rápida de información de un movimiento social y con ello, la facilitación de la captación de activistas para el movimiento (Pickerill, 2004). Al mismo tiempo, comienzan a extenderse otras visiones que plantean que Internet genera movimientos sociales con poca permanencia en el tiempo y activistas con poco compromiso con distintas causas, provocando que el activismo analógico disminuya, así como las acciones contenciosas de gran calado (Earl et al. 2010). Este es el debate del slacktivism, que comienza a tener cierto peso en la literatura, planteando que el activismo digital, es en realidad un activismo soft, incapaz de generar cambios sociales relevantes, como sí podían haberlos llevado a cabo las formas de acción colectiva de los nuevos movimientos sociales (Cornelissen, Karelaia, y Soyer, 2013).

El artículo de Earl et al. arroja mucha luz a este debate, ya que mediante el estudio bibliográfico de la literatura asociada a la acción colectiva e Internet, han llegado a concluir que los estudios sobre movimientos sociales online están infrarrepresentados (Earl et al. 2010). Es importante señalar en lo resaltado por estos autores la importancia de la presencialidad del activismo en el mundo offline, que se refleja como un elemento que la mayoría de la literatura ha dado por sentado a la hora de analizar acciones colectivas. Sin embargo en lo que se refiere al estudio de crowdfunding que aquí se muestra, lo que va a analizarse es un fenómeno social vinculado, en teoría, única y exclusivamente al ámbito online. Aunque en el crowdfunding puedan observarse acciones que se dan fuera de Internet, como la importancia del boca a boca en las campañas de financiación, lo cierto es que la mayoría de la actividad del sector se centra en las formas de interrelación de los usuarios, los consultores o las plataformas a través de Internet.

### **ACCIÓN COLECTIVA MEDIADA POR INTERNET**

A partir del nuevo ciclo de protesta, en el que se pueden destacar los movimientos asociados al 15M, Occupy Wall Street, #yosoy132, la primavera árabe, entre otros... ha surgido un nuevo tipo de literatura. Aborda las características de esta nueva ola, tratando de entenderla y de darle un marco

teórico que pueda categorizar sus características, con el fin de clasificar cada uno de estos movimientos. Llegan a la conclusión de que estas protestas están basadas en la horizontalidad, el rechazo a lo institucional, la acción colectiva dirigida a cambios de valores y no tanto a demandas políticas específicas, la importancia y reivindicación de las formas participativas de democracia, así como lo relevante de la autogestión y lo colaborativo, entre otras cuestiones (Calvo y Álvarez, 2015; Calvo, Gómez-Pastrana, y Mena, 2011; Castells, 2012; Fernández-Savater y Flesher, 2016; Gerbaudo, 2012; Gerbaudo y Treré, 2015; Juris, 2012; Juris et al. 2009; Kaldor y Selchow, 2015; Rovira, 2014; Toret, 2013...). Son, por cierto, muchos de estos valores, los buscados en el análisis de discurso en “Twitter” de las plataformas de crowdfunding españolas para este estudio. Por lo novedosa también, esta literatura plantea algunos cuestionamientos, estando entre ellos la relevancia del papel de las nuevas tecnologías y, más concretamente, el modo en que los usuarios se están relacionando a través de las redes sociales. Los nuevos movimientos se están dando en un contexto intermedio entre la utilización de las nuevas tecnologías para generar dinámicas de resistencia y liberación del sistema y la propia reproducción o incluso ampliación del modelo neoliberal global actual, es decir, de las dinámicas post-capitalistas y del mundo financiarizado.

A nivel práctico, las contradicciones se hacen evidentes en muchos de los fenómenos digitales actuales, como el ámbito del consumo colaborativo, que atañe a este estudio. En este sentido empresas como “Uber” o “Airbnb” cotizan a la alza en bolsa pero sin regulación ninguna, mientras que generan formas de “no trabajo” precarias. Al mismo tiempo que están creando un discurso de lo colaborativo, que es social, progresista y que apela al cambio (Esteve, 2016; García, 2014; Hernández, 2016; Verdú, 2016...). No obstante, las críticas a este tipo de fenómenos, basadas en la reproducción social acelerada de las formas de capitalismo más agresivas, se quedan a menudo cortas al analizar el discurso de fondo de estos fenómenos. Es necesario abordarlos desde el punto de vista estructural, alertando sobre sus posibles efectos negativos. Sin embargo, también es ineludible contextualizarlos en el activismo que reproducen.

Para analizar esta última cuestión, este estudio sobre crowdfunding se sitúa a nivel teórico en las aportaciones que algunos autores hacen sobre la importancia de considerar activismo a formas de acción colectiva que se han pasado por alto y que tienen cada vez más relevancia social. Así, Earl y Kimport resaltan el papel del “activismo fan” que se encuentra en Internet, argumentando que existen grupos que toman espacios en la red, se organizan y realizan demandas

no políticas, como el caso de los fans, que se organizan continuamente para realizar peticiones relacionadas con el cine, la literatura, el mundo de las series, entre otros (Earl y Kimport, 2009). Argumentan que este tipo de activismo “no político” se da cada vez más y terminan por denominarlo como lo que puede traducirse por el estado de “movilización perpetua” (Earl y Kimport, 2009:223). Del mismo modo, argumentan que es posible que existan formas de activismo que no tengan por qué terminar conformándose como movimiento social, incluso, que no tengan intención de convertirse en ello. A esto lo denominan “prácticas omnipresentes” (Earl y Kimport, 2009:140). Es precisamente este tipo de activismo donde se enmarcará este estudio de crowdfunding. Los autores además, dejan abierta una pregunta de investigación, relacionada con el papel de Internet en la promoción, facilitación y expansión de este tipo de movimientos que abordan este modelo de activismo. Plantean que posiblemente los valores de Internet estén muy relacionados con la expansión de este tipo de activismo (Earl y Kimport, 2009:239-40).

Acercarse a fenómenos de acción social colectiva que realizan demandas “no políticas” no es necesariamente terreno de Internet. De hecho, se encuentran numerosos ejemplos de prácticas sociales activistas, que realizan demandas “no políticas” en el mundo offline. Chatterton y Pickerill analizan el “activismo de todos los días” a través de varios ejemplos, entre ellos el movimiento slow, relacionado con la construcción de casas autosustentables, ecológicas y acordes con una relación equilibrada con el medio ambiente (Chatterton y Pickerill, 2010). En su estudio plantean la importancia que se da en las nuevas formas de activismo a la introducción en las formas de acción colectiva de agentes no activistas, de personas que no se identifican como activistas, ni tienen una identidad colectiva cerrada. Y en relación a esta cuestión, argumentan que las identidades en la acción colectiva actual son en realidad, multi-identidades, además de ser en sí mismas cambiantes en el tiempo. A su vez, plantean que estas formas de “activismo de todos los días” y más en concreto, el activismo vinculado al movimiento slow que han investigado, hace referencia más que a un cuadro de demandas institucionales, a una aproximación holística radical a un modo de vida que es, más bien, emocional. “It is a radical holistic approach that is concerned with personal and emotional sustainability and education as well as seeking to provide more affordable housing options” (Chatterton y Pickerill, 2010:477). La cuestión de las demandas “no políticas” es cuestionable, puesto que la propia forma en la que se dan estos activismos es en sí política. En este sentido Lasén, en una entrevista realizada en “Traficantes de Sueños” para el diario Público, se refiere a esta cuestión al hablar de las flash mob:

¿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).

Del mismo modo, argumenta que el surgimiento de estas movilizaciones “no políticas” y muy políticas en realidad, se dan sin ningún tipo de intención o de manera inconsciente: “la gente se va dando cuenta de lo que hace según lo va haciendo” (Lasén, 2009).

Los consumidores son también objeto de investigación en la literatura sobre acción colectiva. No solo se trata de investigar el movimiento anti-corporativo, anti-marcas o el consumo ecológico, entre otros fenómenos, sino la existencia de *prosumidores* cada vez más conscientes de cómo consumen. Rosenkrands, en referencia a esta última cuestión, argumenta que es necesario construir un concepto que aborde las contradicciones entre lo político y lo económico “researchers may need to develop a new ideal type—a mixture between Homo economicus and Homo politicus” (Rosenkrands, 2004:51).

### **DINÁMICAS ACTIVISTAS EN EL CROWDFUNDING: EL CASO DE “SILENCIADOS”**

Las formas de acción colectiva identificadas en el *crowdfunding* pueden ser asociadas a la última literatura señalada (Chatterton y Pickerill, 2010; Earl y Kimport, 2009; Rosenkrands, 2004), entendiéndolas como dinámicas activistas “no políticas”, que sin embargo, poseen mucho de político, especialmente en lo referente a formas de organización, así como al modo en que los usuarios se interrelacionan. Para ejemplificar esto, se tomará en cuenta el estudio de caso de “silenciados”, tal y como se comentó al inicio. La crisis de “silenciados” representa una de las muchas acciones colectivas encontradas en el estudio de *crowdfunding* del que se desprende este artículo.

En este estudio se recogieron un total de 370 tweets en @verkami que fueron analizados. En estos tweets se buscó identificar los valores mencionados al inicio de este artículo. Recordamos que fueron identificados como el valor de la “comunidad”, de la “transparencia”, de lo “colaborativo”, de la “horizontalidad”,

así como el valor del “hazlo tú mismo”, el del “cambio” y el del “rechazo a los poderes verticales tradicionales”. En el análisis de “silenciados”, nos encontraremos con la reproducción de varios de estos valores y analizaremos cómo, al ser cualquiera de ellos amenazado, los usuarios van a reivindicarlos de manera activista. Como apunte, antes de comenzar con el análisis, es necesario resaltar que los valores de los proyectos asociados a “Verkami” podrían ser considerados como progresistas. Si bien muchos de los proyectos publicitados en @verkami durante los periodos estudiados son creativo/culturales, sin una mayor implicación ideológica como el diseño y la distribución de cuentos infantiles ilustrados, la grabación de discos o de películas y documentales, también lo es que existen una gran cantidad de proyectos que pueden considerarse “progresistas”. Cuestiones como la integración de colectivos víctimas de la exclusión social son tratados en proyectos financiados en “Verkami”, como “vivir y otras ficciones” (Shaktimetta Producciones, 2016), documental que trata la diversidad funcional y su relación con la sexualidad. Del mismo modo, los nuevos perfiles de pobreza en España son tratados en el cortometraje “Ainhoa” (Sáinz-Pardo, 2016), sobre el modo en que una niña vive un desahucio. También son tratados en los proyectos de “Verkami” aspectos relacionados con el ecologismo, la defensa del medio ambiente y de las especies en peligro de extinción. Aquí podemos encontrar el cuento “en boca de un lobo” (Fafián, 2013) sobre la función positiva de los depredadores. También proyectos relacionados con el decrecimiento o formas de vida más sostenibles, como el largometraje “tres días en Pedro Bernardo” (Sánchez, 2013), que trata la retirada de un director de cine y su vuelta a su pueblo natal o la “guía para o descenso enerxético” (Asociación Véspera de Nada, 2013), sobre la crisis del petróleo y los movimientos de transición energética en Galicia. Otros proyectos con valores “progresistas” alojados en “Verkami” durante las fechas estudiadas son “l’escoleta” (Comunitat Educativa el NunuN, 2013), una escuela libre de enseñanza con valores vinculados a la participación y el juego o “crónicas de un estallido” (Gascó y Cúneo, 2013), libro que trata la realidad de los movimientos sociales en América Latina o en sus propias palabras “un libro que recoge las historias de las personas, los barrios y las comunidades que consiguieron tumbar presidentes neoliberales, expulsar multinacionales, impedir privatizaciones y crear alternativas”. La revista “Mongolia” también alojó un proyecto en “Verkami” para financiar su libro “borbonia” (Revista Mongolia, 2015), tras el cumplimiento del primer año de reinado de Felipe VI, así como “Principia Magazine” (Principia, 2015) se lanzó a través de la plataforma de *crowdfunding*. Igualmente, “Verkami” es un medio para promocionar proyectos que podrían denominarse “residuales”, en referencia a iniciativas que no tendrían cabida en modelos de financiación tradicional, por ser considerado que no tendrían grandes beneficios, al estar dirigidos a un público



pequeño. Por ejemplo, “zudernos” (Imborrable, 2015), proyecto dirigido a la creación de cuadernos para zurdos o “investigación de nous tractaments per la Síndrome de Rett” (Esteller 2015), que tenía como objetivo estudiar el Síndrome de Rett, considerado una enfermedad rara. Aunque en principio, “Verkami” no tiene ideología en sí misma, es decir, no sabemos qué votan los miembros de su equipo o qué ideología tienen, los “verkamistas” asumen que sí y ligan a la plataforma con el “*crowdfunding* comprometido”, tal y como se verá más adelante. El hecho de que los “verkamistas” asuman que “Verkami” es una plataforma “progresista” es posible y se da porque los mismos se identifican como una comunidad que pivota alrededor de la plataforma. Son los “verkamistas” los que definen qué proyectos se alojan en la misma y cuáles no. Son ellos mismos los que definen las características ideológicas de la comunidad “verkamista”.

La relación entre los valores “progresistas” de los proyectos promovidos en la plataforma “Verkami” y los valores mencionados al inicio de este artículo es clave para comprender la crisis suscitada entre los días 7 y 8 de agosto de 2016, al alojar “Verkami” en su plataforma el documental “silenciados”. El documental, con subtítulo “cuando los maltratados son ellos”, era un documental que pretendía visibilizar la supuesta relevancia estadística del perfil de los hombres maltratados. Su contenido se manifestaba abiertamente en contra de valores feministas, así como problematizaba con una de las principales demandas del feminismo, el fin de la violencia de género. Como era de esperar, la comunidad virtual que gira alrededor de la plataforma, así como la comunidad feminista en la red, que incluye perfiles como @feministesbcn, @pikaramagazine, @FaktoriaLila, @CoordinadoraFem, @Locarconio (Locas del Coño) @feministday o @almejasangrante, se posicionaron en contra de la presencia de este proyecto en “Verkami” y lo mismo sucedió con @X\_net\_. Es decir, cuentas de “Twitter” con numerosos seguidores escribieron a @verkami exigiendo la retirada del proyecto. Muchos de los perfiles que escribieron a @verkami emitiendo sus quejas utilizaron incluso el hashtag #AlertaFeminista o defensores del proyecto utilizaron indistintamente los hashtag #silenciados, #NoAlMaltrato, #NoALaCensura o #censura. Se hizo uso de los *hashtags* como una herramienta que favoreció la participación en la “agencia compartida” (Lasén y Puente, 2016) de usuarios que se identificaban con las demandas de quienes los utilizaban, convirtiéndose esto así, en un ejercicio casi coreográfico que duró alrededor de dos días. “Verkami” procedió a la retirada del proyecto tras la fuerte presión recibida por los usuarios o dicho de otro modo, por la comunidad (González, 2016).

Varias son las cuestiones a resaltar para esta investigación durante el desarrollo de este episodio. En primer lugar existe alrededor de “Verkami” un

sentimiento de “comunidad”, la cual se sintió traicionada por la existencia de un proyecto con valores opuestos a los que supuestamente defiende dicha comunidad, la del “*crowdfunding* comprometido” o “progresista”, ya que han sido los propios seguidores los que han definido en este espacio a la plataforma. Pero además, la reacción de “Verkami”, así como la presión ejercida por los usuarios, refleja en gran medida valores como la “horizontalidad” y la “transparencia”. Por un lado, el episodio de “silenciados” muestra públicamente la crisis que sufrió la empresa “Verkami” durante agosto de 2016, lo cual no podría haber sucedido de manera tan clara en otra empresa que no reprodujera los valores encontrados en la “cultura del *crowdfunding*” y resaltados al inicio de este artículo. Del mismo modo, “Verkami” tomó la decisión de retirar la campaña tras tomar en cuenta el descontento de la comunidad virtual que ejerció presión, muestra clara de la reproducción de uno de los valores clave resaltados en este estudio, la “horizontalidad”.

@verkami emitió un total de 74 tweets para informar a distintos usuarios de que el proyecto ya no estaba en activo, a través de este mensaje:

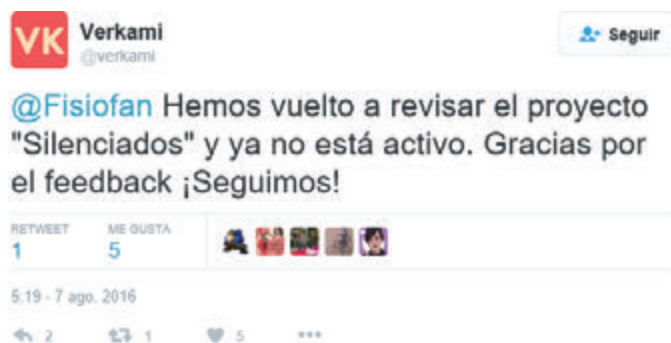


IMAGEN 1: MENSAJE DE RETIRADA DEL PROYECTO “SILENCIADOS” EN @VERKAMI

La incongruencia de los supuestos valores de “Verkami” con respecto a los valores progresistas identificados anteriormente en los proyectos que aloja la plataforma, es resaltada de manera muy clara en algunos tweets, que reproducen textos como “@verkami #*crowdfunding* comprometido?? Alojando este proyecto como que NO”. La usuaria @silvink, autora de este tweet, asume que la definición del ideario de “Verkami” implica la defensa de un “*crowdfunding* comprometido”, tal y como en realidad se autodefine la plataforma en su página de “Twitter” o en la de “Facebook”

**Verkami**  
@verkami

#Crowdfunding comprometido, artesanal y de calidad para proyectos #creativos La mayor plataforma del sur de Europa con el porcentaje de éxito más alto del mundo

Barcelona (Mataró)  
verkami.com

Crowdfunding comprometido y de calidad para proyectos creativos. ¡La mayor plataforma del sur de Europa con el porcentaje de éxito más alto del mundo!

A 33 788 personas les gusta esto

IMAGEN 2: “CROWDFUNDING COMPROMETIDO” EN “VERKAMI”

Comprometido es un adjetivo ambiguo que la comunidad que gira alrededor de @verkami asume que implica un compromiso con, tal y como se explicaba anteriormente, valores “progresistas”. La relevancia de remarcar esta incongruencia está relacionada con el hecho de que se demuestra que existe una “comunidad” vinculada a la plataforma. De no existir dicha “comunidad” y que la misma se identificara con dichos valores, no se habría producido ninguna exigencia de retirada de esta campaña. Sin embargo, el hecho de que cualquier “verkamista” sienta traicionada su propia identidad es la que provocó la fuerte presión ejercida a la plataforma para la retirada del proyecto, con mensajes tan duros como los siguientes:

**Verkami** (@verkami) [Seguir](#)

@Glogour Hemos vuelto a revisar el proyecto "Silenciados" y ya no está activo. Gracias por el feedback. ¡Seguimos!

5:05 - 7 ago. 2016

**Verkami** (@verkami) [Seguir](#)

@FaktoriaLila @Carmenalquegui Hemos vuelto a revisar el proyecto "Silenciados" y ya no está activo. Gracias xl feedback ¡Seguimos!

5:05 - 7 ago. 2016

**Verkami** (@verkami)

¡No es de sistema un proyecto de apoyo respaldado por el sistema de financiación?

**silvia nanciaras** (@silvia) vamos a pedir explicaciones muy fuerte a @verkami por estar este proyecto en su web de recomendaciones, no? verkami.com/proyecto/15381...



IMAGEN 3: MENSAJES SOLICITANDO LA RETIRADA DEL PROYECTO “SILENCIADOS” EN “VERKAMI”

La presión de los usuarios, en multitud de ocasiones, vino acompañada de una amenaza, la de no volver a participar en la plataforma, o dicho de otro modo, dejar de pertenecer a la comunidad. Esto refleja que los valores del *crowdfunding* implican una relación horizontal, donde se da y se recibe. No se habla de relaciones verticales en las que se ofrece un producto o se da un mensaje y el emisor lo recibe sin capacidad de decisión. En el caso del *crowdfunding*, los usuarios se manifiestan como una masa activa de personas que redefinen los contenidos en el marco de una “agencia compartida” (Lasén y Puente, 2016) capaz de generar nuevos “usos compartidos” (Lasén, 2006). Algo similar a lo que se da en el fenómeno de los prosumidores (Toffler, 1980), donde los usuarios son consumidores y productores a la vez. Es el caso del *crowdfunding*, en el que los mecenas, muchas veces, no solo consumen sino que participan activamente en los proyectos que financian y ayudan a crear ideas. El mensaje que quería trasladar “silenciados” con su documental fue redefinido por usuarias pertenecientes al movimiento feminista, así como por personas que se sentían identificadas con la comunidad de “Verkami” y veían cuestionada esa identidad, en torno a valores “progresistas” o el propio concepto de “*crowdfunding* comprometido”.

La redefinición del mensaje del documental “silenciados” pasó por identificar su contenido con mensajes machistas, neomachistas o reflexionar sobre la importancia del silencio, tal y como se observa en un tweet de la usuaria @filosofan: “ellos SILENCIADOS, dicen, nosotras ASESINADAS”. Este tweet cuestiona la problemática del silencio, argumentando que el problema, si es que existe, es mucho mayor hacia las mujeres. Lo mismo sucede con otro tweet, publicado por @vtp27, en el que se afirma que este documental “miente sobre la violencia machista”, haciendo clara alusión al cuestionamiento sobre los datos de denuncias falsas, que en realidad son muy minoritarias y no suponen un problema social de gran calado (Fiscalía General del Estado, 2016). La labor de remediación del contenido del mensaje de “silenciados” no se da de manera extensamente argumentada en “Twitter”, debido a que ya existe un discurso previo en el feminismo que trata la cuestión de las denuncias falsas. Por este motivo, los tweets son directos y utilizan adjetivos para el proyecto “silenciados” tales como “despropósito”, “barbaridad” o “delirio machista”. Por otro lado, en la nube convergen una gran cantidad de usuarios. No es de extrañar que las feministas no sean las únicas usuarias que hacen remediación del mensaje. Los defensores del proyecto, utilizan un discurso defensivo, argumentando que la retirada del proyecto de la plataforma es una muestra de censura. Concretamente reutilizan el concepto “silenciados” para mostrar que el documental tiene sentido, ya que la propia “Verkami” los ha silenciado. Los defensores manejan el discurso de la censura, haciendo incluso alusiones a Goebbels, en clara relación a las acusaciones vertidas sobre las feministas tachándolas de “feminazis”. Igualmente, la sensación de ataque sentida por esta otra comunidad, la de los defensores del proyecto “silenciados”, motiva la potenciación de un discurso de heroicidad a la hora de sacar adelante el propio proyecto, a través de vías alternativas a “Verkami”.



IMAGEN 4: EMPODERAMIENTO DE LA COMUNIDAD DE “SILENCIADOS” ANTE EL DESALOJO DEL PROYECTO EN “VERKAMI”

Los promotores del proyecto “silenciados”, de hecho, tomaron la decisión de lanzar un *crowdfunding* (González, 2016b) en su propia página web, que fue financiado con 4.547€ y que ha tenido eco, incluso en la prensa nacional, entre otros, en El Mundo (Glez. de Vega, 2016). Igualmente, colgaron un comunicado (González, 2016) en su web criticando la decisión de “Verkami”.

## CONCLUSIONES

El estudio del que se desprende este artículo identificó algunos valores ideológicos que se reproducen y repiten continuamente en el discurso del *crowdfunding*. Estos valores, identificados como el fomento de la “transparencia”, de la “horizontalidad”, del “hazlo tú mismo”, entre otros, se dan del mismo modo en la nueva ola de movimientos sociales, así como en otros fenómenos contemporáneos. El análisis de este discurso, en principio oculto en narrativas digitales, es fundamental para comprender la transversalidad de una ideología que se encuentra bajo multitud de iniciativas, que se están dando de manera paralela en nuestras sociedades. Dichos fenómenos están siendo analizados de manera separada en las Ciencias Sociales, lo que provoca que no estemos atendiendo a la totalidad de los mismos. La mediación de lo digital en estos fenómenos, facilita la expansión de muchas iniciativas en red, pero también la visibilización de discursos que los usuarios tienen interiorizados. Sería pues, interesante, abordar en el futuro la relación entre la nueva ola de movimientos sociales, los discursos manageriales y las economías colaborativas. Identificar cuáles son las narrativas transversales a muchos de los fenómenos mediados por lo digital que se dan en el presente. En esta investigación, se desprende que el discurso identificado pasa por reproducir los 7 “valores subterráneos” que se han resaltado en este artículo. Como regla general, podemos inferir que cuando uno de estos valores es amenazado, los usuarios tienden a reivindicarlo, comenzando así, coreografías activistas como la analizada aquí.

El episodio de “silenciados” refleja precisamente esta coreografía activista. La misma comienza al verse cuestionado el valor de la “comunidad”, uno de los “valores subterráneos” identificados en el análisis del discurso del *crowdfunding*. El valor de la “comunidad” se ve cuestionado, al alojar el documental en la plataforma “Verkami”. El motivo de ver amenazado el concepto de “comunidad” se basa en la propia autodefinición de “comunidad” asumida por los “verkamistas”. Si bien, en ningún momento es definida, los “verkamistas” asumen que la “comunidad” de “Verkami” reproduce valores progresistas. Es decir, la propia asunción del concepto

de “verkamista” se ha ido conformando a lo largo de los años de manera irracional, no explícita, oculta y sin embargo, está perfectamente definida en el imaginario colectivo. Y de hecho, ha sucedido sin casi intermediación de la propia plataforma “Verkami”, quien tan solo ha definido su actividad como “*crowdfunding* comprometido”.

El inicio de la coreografía activista de los “verkamistas” comienza en la reivindicación del valor de la “comunidad”, ejerciendo una presión parecida a la que se da en el activismo de consumo. Los “verkamistas” amenazan a la plataforma con dejar de financiar proyectos, con no formar parte de la “comunidad” nunca más. La coreografía se da, además, utilizando los medios digitales a su alcance. Por empezar, la utilización de las redes sociales, en concreto, lo analizado en este artículo, el “Twitter”. Pero también el uso de *hashtags*, la apelación a cuentas con numerosos *followers*, entre otras estrategias activistas. “Verkami” entra a formar parte activa de la coreografía a las pocas horas de la crisis de “silenciados”, desalojando el proyecto de la web y contestando una a una las quejas de sus usuarios. La rápida respuesta de “Verkami” obedece pues, a los principios de “horizontalidad” y de “transparencia”, ambos “valores subterráneos” identificados en el discurso del *crowdfunding* en esta investigación.

No obstante, estos dos valores son precisamente aquellos que la nueva y recién creada “comunidad” de “silenciados” ven cuestionados y amenazados. De este modo, crean una nueva campaña en otro dominio web, reivindicando dichos valores, tal y como puede comprobarse al visitar su web. En ella es posible observar el proceso de divulgación de noticias vinculadas a las denuncias falsas, cómo se muestran los mecenas del proyecto, con nombres y apellidos, profesión e incluso si han sido afectados o no. Lo mismo sucede con el director del documental, que aparece con foto y CV desglosado. Todas estas cuestiones obedecen al principio de “transparencia”, lo mismo que el hecho de lanzar el proyecto se debe a la presión ejercida durante el episodio de “silenciados” por parte de defensores del proyecto de sacarlo adelante mediante otras vías. Se debe pues, al principio de la “horizontalidad”.

Todo apunta, en definitiva, a que nos encontramos ante un nuevo escenario. En él, las ideologías clásicas han dejado de tener tanto peso. Los valores (subterráneos) son aplicables y transversales a comunidades muy distintas entre sí. En la coreografía activista de “silenciados”, se observa que tanto los defensores del proyecto, como los “verkamistas”, las feministas y el mismo “Verkami”, reproducen los “valores subterráneos”, aun siendo ideológicamente dispares entre sí. Y es más, los defienden de manera activista, cuasi-organizada, buscando un cambio e identificándose nuevas “comunidades”. Toman espacios digitales, como los *hashtags* o directamente, nuevos dominios web para ello. Este

tipo de coreografías activistas se dan de manera continua en el fenómeno del *crowdfunding*, analizado de manera más amplia en la investigación de la que se desprende este artículo. Es por ello que podríamos reivindicar muchas de estas coreografías como activistas y es precisamente aquí, donde la literatura sobre movimientos sociales se encuentra con un nuevo reto; analizar estos discursos ocultos para identificar si existen elementos de protesta o no.

## REFERENCIAS

- ACCONCIA, Valentí. 2015. *Guía básica de crowdfunding #3: tipos de crowdfunding*. Vanacco. Recuperado 13 de abril de 2017 (<https://vanacco.com/guia-tipos-de-crowdfunding/>).
- AGRAWAL, Ajay K., CATALINI, Christian; GOLDFARB, Avi. 2011. *The geography of crowdfunding*. National Bureau of Economic Research (16820). Recuperado 2 de marzo de 2015 (<http://www.nber.org/papers/w16820>).
- AGRAWAL, Ajay K; CATALINI, Christian; GOLDFARB, Avi. 2013. *Some simple economics of crowdfunding*. Recuperado (<http://www.nber.org/papers/w19133>).
- Asociación Véspera de Nada. 2013. *Guía para o descenso enerxético*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/6621-guia-para-o-descenso-enerxetico>).
- BELLEFLAMME, Paul, LAMBERT, Thomas y SCHWIENBACHER, Armin. 2012. *Crowdfunding : Tapping the Right Crowd*. Journal of Business Venturing 29(5):585-609.
- BENNETT, Lance W. 2003. *New Media Power: The Internet and Global Activism*. Contesting Media Power: Alternative Media in a Connected World 17-38.
- BIMBER, Bruce, FLANAGIN, Andrew J., y STOHL, Cynthia. 2005. *Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment*. 365-88.
- BOE. 2015. *Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial*. Recuperado 6 de mayo de 2016 (<https://www.boe.es/boe/dias/2015/04/28/pdfs/BOE-A-2015-4607.pdf>).
- BORRELL, Pepe. 2017. *¿Qué es y cómo funciona el crowdequity?* crowdcube. Recuperado 7 de julio de 2017 (<http://blog.crowdcube.es/que-es-y-como-funciona-el-equity-crowdfunding-o-crowdfunding-de-inversion/>).
- CALVO, Kerman y ÁLVAREZ, Iago. 2015. *Limitaciones y exclusiones en la institucionalización de la indignación: del 15-M a Podemos*. Res 24:115-22.
- CALVO, Kerman, GÓMEZ-PASTRANA, Teresa y MENA, Luis. 2011. *Movimiento 15M: ¿quiénes son y qué reivindicas?* Zoom Político 4:4-17.



- CAMPOS, Sergio. 2012. *Juventud y participación en tiempos de democracia digital*. Pp. 173-173 en *Política digital y participación: posibilidades y limitaciones*, editado por W. J. E. Riveros. Centro Democracia y Comunidad/ Konrad Adenauer Stiftung.
- CASTELLS, Manuel. 2009. *Comunicación y Poder*. Barcelona: Alianza Editorial.
- CASTELLS, Manuel. 2012. *Redes de Indignación y Esperanza*. Barcelona: Alianza Editorial.
- CHATTERTON, Paul y PICKERILL, Jenny. 2010. *Everyday actiism and transitions towards post-capitalist worlds*. *Transactions of the Institute of British Geographers* 35:475-90.
- Comunitat Educativa el NunuN. 2013. *L'escoleta. Educació viva, lliure i activa*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/6090>).
- CORNELISSEN, Gert, KARELAIA, Natalia, y SOYER, Emre. 2013. *Clicktivism or Slactivism? Impression Management and Moral Licensing*. en La Londe Conference. La Londe-Les Maures. Recuperado 15 de marzo de 2015 ([http://www.cerog.org/lalondeCB/CB/2013\\_lalonde\\_seminar/program/papers/corn.pdf](http://www.cerog.org/lalondeCB/CB/2013_lalonde_seminar/program/papers/corn.pdf)).
- DAHLBERG, Lincoln. 2010. *Ciber-Libertarianism 2.0: A Discourse Theory/ Critical Political Economy Examination*. *Cultural Politics* 6(3):331-56.
- DELLA PORTA, Donatella y DIANI, Mario. 2006. *Social movements. An introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- EARL, Jennifer y KIMPORT, Katrina. 2009. *Movement societies and digital protest: fan activism and other non-political protest online*. *Sociological Theory* 27(3):220-43.
- EARL, Jennifer, KIMPORT, Katrina, PRIETO, Greg, RUSH, Carly, y REYNOSO, Kimberly. 2010. *Changing the world ine webpage at a time: conceptualizing and explaining internet activism*. *Mobilization: An Internacional Journal* 15(4):425-46.
- ESTELLER, Manel. 2015. *Investigación de nuevos tratamientos para el Síndrome de Rett*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 ([https://www.verkami.com/projects/9255-investigacion-de-nuevos-tratamientos-para-el-sindrome-de-rett?utm\\_content=buffer9f1a7&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](https://www.verkami.com/projects/9255-investigacion-de-nuevos-tratamientos-para-el-sindrome-de-rett?utm_content=buffer9f1a7&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer)).
- ESTEVE, Jaume. 2016. *La economiá colaborativa no crea empleo, genera esclavos*. El Confidencial. Recuperado 5 de junio de 2017 ([http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-02/economia-colaborativa-uber-cabify-airbnb-taxi\\_1210761/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-02/economia-colaborativa-uber-cabify-airbnb-taxi_1210761/)).

- European Commission. 2013. *Crowdfunding innovative ventures in Europe*. The financial ecosystem and regulatory landscape. Bruselas: Comisión Europea. Recuperado 5 de mayo de 2015 (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news/crowdfunding-innovative-ventures-europe-financial-ecosystem-and-regulatory-landscape-smart>).
- FAFIÁN, Iria. 2013. *En boca del lobo, un cuento sobre la función positiva de los depredadores*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/6817-en-boca-del-lobo-un-cuento-sobre-la-funcion-positiva-de-los-depredadores>).
- Fernández Prados, Juan S. 2012. *Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida*. ARBOR Ciencia, pensamiento y cultura. 188(756):631-39.
- FERNÁNDEZ-SAVATER, Amador y FLESHER, Cristina. 2016. *Life after the squares: reflections on the consequences of the Occupy movements*. Social Movement Studies 16(1):119-51.
- Fiscalía General del Estado. 2016. Violencia sobre la mujer y violencia doméstica. Madrid: Fiscalía General del Estado. Recuperado 5 de marzo de 2017 ([https://www.fiscal.es/memorias/memoria2016/FISCALIA\\_SITE/capitulo\\_III/cap\\_III\\_1.html](https://www.fiscal.es/memorias/memoria2016/FISCALIA_SITE/capitulo_III/cap_III_1.html)).
- GARCÍA, Miguel A. 2014. *La imparable economía colaborativa*. El País. Recuperado 5 de junio de 2017 ([http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872\\_316865.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html)).
- GASCÓ, Emma y CÚNEO, Martín. 2013. *Publicación del libro -crónicas del estallido-*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/6705-publicacion-del-libro-cronicas-del-estallido>).
- GERBAUDO, Paolo. 2012. *Tweets and the Streets: Social media and contemporary activism*. Pluto Press.
- GERBAUDO, Paolo. 2014. *Populism 2.0: social media activism, the generic internet user and interactive direct democracy*. Pp. 67-87 en Social media, politics and the State: protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and Youtube. Londres: Routledge.
- GERBAUDO, Paolo y TRERÉ, Emiliano. 2015. *In search of the ‘we’ of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities*. Information, Communication & Society 18(8):865-71.
- GLEZ, de Vega, Berta. 2016. *El Cantantede la Cabra Mecánica y otras Víctimas del Documental*. El Mundo, Crónica. Recuperado (<http://www.elmundo.es/cronica/2016/10/31/5814756922601d763a8b4593.html>).
- GONZÁLEZ, Nacho. 2016a. BOICOTEADOS Y SILENCIADOS TAMBIÉN POR VERKAMI. SILENCIADOS. EL PROYECTO. Recuperado (<http://silenciados.org/boicoteados-y-silenciados-tambien-por-verkami/>).

- GONZÁLEZ, Nacho. 2016b. *Silenciados. El proyecto*. Silenciados. Recuperado 24 de julio de 2017 (<http://silenciados.org/>).
- HERNÁNDEZ, Esteban. 2016. *Los límites del deseo. Instrucciones de uso del capitalismo del siglo XXI*. Madrid: Clave Intelectual.
- HIMANEN, Pekka. 2002. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Imborrable. 2015. *Zuadernos: cuadernos para zurdos*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/12060-zuadernos-cuadernos-para-zurdos/>).
- JENKINS, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.
- JURIS, Jeffrey S. 2012. *Reflections on #Occupy everywhere: social media, public space, and emerging logics of aggregation*. *American Ethnologist* 39(2):259-79.
- JURIS, Jeffrey S., PEREIRA, Inés, y FEIXA, Carles. 2009. *Global citizenship and the 'New, New' social movements: Iberian connections*. *Nordic Journal of Youth Research* 17(4):421-42.
- KALDOR, Mary y SELCHOW, Sabine. 2015. *Subterranean Politics in Europe: a collaborative research project on Europe*. Londres: Palgrave Macmillan.
- KAPPEL, Tim. 2009. *Ex Ante Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S*. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review* 29(3/3):13-13.
- KUPPUSWAMY, Venkat y BAYUS, Barry L. 2013. *Crowdfunding Creative Ideas: the dynamics of project backers in Kickstarter*. SSRN Electronic Journal. Recuperado ([http://funginstitute.berkeley.edu/wp-content/uploads/2013/11/Crowdfunding\\_Creative\\_Ideas.pdf](http://funginstitute.berkeley.edu/wp-content/uploads/2013/11/Crowdfunding_Creative_Ideas.pdf)).
- LASÉN, Amparo. 2006. *Lo social como movilidad. Usos y presencia del teléfono móvil*. *Política y Sociedad* 43(2):153-67.
- LASÉN, Amparo. 2009. "Las nuevas formas de acción colectiva desafían la lógica de la representación". Público, 10-10.
- LASÉN, Amparo y PUENTE, Héctor. 2016. *La Cultura Digital*. en *Tecnologías Sociales de la Comunicación*. Barcelona: Materiales docentes de la UOC. Recuperado ([https://www.researchgate.net/publication/305446340\\_La\\_cultura\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/305446340_La_cultura_digital)).
- LESSIG, Lawrence. 2009. *El Código 2.0*. Marid: Traficantes de sueños.
- LEVY, Steven. 1994. *Heroes of the Computer Revolution*. Recuperado ([http://houssem4dz.iframe.com/book/hackers\\_-\\_heroes\\_of\\_the\\_computer\\_revolution\\_-\\_steven\\_levy.pdf](http://houssem4dz.iframe.com/book/hackers_-_heroes_of_the_computer_revolution_-_steven_levy.pdf)).
- MANIN, Bernard. 1998. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza Editorial.

- Massolution. 2015. *The crowdfunding industry report*. Massolution. Recuperado 2 de mayo de 2016 (<http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/category&path=20>).
- MELUCCI, Alberto. 1989. *Nomads of the present*. Londres: Macmillan.
- MOLLICK, Ethan. 2013. *The dynamics of crowdfunding: an exploratory study*. Journal of Business Venturing 05679. Recuperado (<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S088390261300058X>).
- MOLLICK, Ethan R. y KUPPUSWAMY, Venkat. 2014. *After the Campaign: outcomes of crowdfunding*. UNC Kenan-Flagler Research (Paper No 2376997). Recuperado ([https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2376997](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2376997)).
- OFFE, Claus. 1985. *New social movements: challenging the boundaries of institutional politics*. Social Movements 52(4):817-65.
- OFFE, Claus y HEINZE, Rolf G. 1992. *Beyond Employment. Time, work and the informal economy*. Cambridge: Polity Press.
- PICKERILL, Jenny. 2004. *Rethinking political participation: experiments in internet activism in Australia and Britain*. Pp. 170-93 en Electronic democracy: mobilisation, organization and participation via new ICTs. Londres y Nueva York: Routledge.
- PICKERILL, Jenny. 2006. *Radical politics on the net*. Parliamentary Affairs 59(2):266-82.
- Principia. 2015. *Principia*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/11941-principia>).
- Revista Mongolia. 2015. *Borbonia, el nuevo libro de Mongolia para celebrar el primer año de reinado de Felipe VI*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/11770-borbonia-el-nuevo-libro-de-mongolia-para-celebrar-el-primer-ano-de-reinado-de-felipe-vi>).
- RHEINGOLD, Howard. 2004. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- ROSENKRANDS, Jacob. 2004. *Politicizing homo economicus: analysis of anti-corporate websites*. Pp. 49-68 en Cyberprotests. New media, citizens and social movements. Nueva York: Routledge.
- ROVIRA, Guiomar. 2013. *De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo*. Acta Sociológica 62:105-34.
- ROVIRA, Guiomar. 2014. *El #YoSoy132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista*. Revista CIDOB d'afers internacionals (105):47-66.
- ROWAN, Jaron. 2010. *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de Sueños.

- SÁINZ-PARDO, Iván. 2016. *Ainhoa*. Verkami. Recuperado 23 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/locale/es/projects/15466-ainhoa>).
- SÁNCHEZ, Daniel A. 2013. *Tres días en Pedro Bernardo*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/6534-tres-dias-en-pedro-bernardo>).
- SARTORI, Giovanni. 1998. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana.
- SCHWIENBACHER, Armin y LARRALDE, Benjamin. 2010. *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*. Pp. 3-23 en Handbook of entrepreneurial finance., vol. 2010. Oxford University Press. Recuperado 16 de febrero de 2015 ([https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1699183](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183)).
- Shaktimetta Producciones. 2016. *Vivir y otras ficciones*. Verkami. Recuperado 24 de julio de 2017 (<https://www.verkami.com/projects/13425-vivir-y-otras-ficciones>).
- SHORT, Jeremy C., JR., David Ketchen, MCKENNY, Aaron, ALLISON, Thomas, y IRELAND, R.Duane. 2017. *Research on crowdfunding: reviewing the (very recent) past and celebrating the present*. Entrepreneurship Theory and Practice 1042-2587:149-60.
- STALLMAN, Richard M. 2004. *Software libre para una sociedad libre*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- TARROW, Sidney. 2005. *El nuevo activismo transnacional*. Nueva York: Cambridge University Press.
- TILLY, Charles. 1978. *From mobilization to revolution*. Nueva York: McGraw-Hill.
- TILLY, Charles y WOOD, Lesley J. 2010. *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Editorial Crítica.
- TOFFLER, Alvin. 1980. *La Tercera Ola*. Bogotá: Círculo de Lectores.
- TORET, Javier. 2013. *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. IN3 Working Paper Series.
- TOURAINÉ, Alain. 1981. *The voice and the eye*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TRERÉ, Emiliano. 2011. *Nuevos movimientos sociales, activismo digital y nuevas tecnologías de la comunicación*.
- TRERÉ, Emiliano y BARRANQUERO, Alejandro. 2013. *De mitos y sublimes digitales: movimientos sociales y tecnologías de la comunicación desde una perspectiva histórica*. Redes.Com 8:27-47.
- VERDÚ, Daniel. 2016. *Economía colaborativa, caos regulatorio*. El País. Recuperado 5 de junio de 2017 ([http://economia.elpais.com/economia/2016/05/07/actualidad/1462619094\\_651179.html](http://economia.elpais.com/economia/2016/05/07/actualidad/1462619094_651179.html)).