

**01**

Artigo recebido em: 04/08/2017

Artigo aprovado em: 04/05/2018

DOI 10.5380/2238-0701.2018n15p21-40

*Movimiento por la vivienda digna; 15M; Sitios web;  
España; Nuevos movimientos sociales.*





## *Evolución de los movimientos sociales en la red: un análisis de las webs del 15M y del Movimiento por la Vivienda Digna en España*

**Evolução dos movimentos sociais na rede: análise dos sites da 15M e do Movimento pela Moradia Digna na Espanha**

*Evolution of social movements on the net: analysis of the 15M and the Movement for Right Housing websites in Spain*

---

CARMEN HARO BARBA <sup>1</sup>

---

DAFNE CALVO <sup>2</sup>

---

**Resumen:** *En un contexto de crisis de las instituciones tradicionales y sus consecuentes protestas sociales, los Nuevos Movimientos Sociales han surgido como organizaciones transnacionales que utilizan las herramientas electrónicas para organizar acciones políticas y conectar con el conjunto de la ciudadanía (Della Porta et all, 2018;*

---

1 Doutora em Comunicação e Ciências Sociais pela Universidad Rey Juan Carlos, professora da Universidad de Valladolid.

2 Mestre em Investigação da Comunicação como Agente Histórico-Social, pesquisadora da Universidad de Valladolid.

*Castells, 2013; Van Laer y Van Aelst, 2010). El Movimiento 15M [15M] es el máximo exponente de los NMS en España hasta la fecha y el Movimiento por la Vivienda Digna [MVD] es su precedente inmediato. En este trabajo analizamos sus websites a fin de comprobar su utilidad para el activismo en red y su desarrollo. A través de un análisis de contenido comprobamos que los espacios del 15M supusieron una evolución respecto a los del MVD. Ambos movimientos presentan estructuras equivalentes y usos de Internet muy similares, por lo que entendemos que el MVD fue el antecedente clave, laboratorio de ideas y prácticas del 15M.*

**Palabras clave:** *Movimiento por la vivienda digna; 15M; Sitios web; España; Nuevos movimientos sociales.*

**Resumo:** Durante um período de crise das instituições tradicionais e protestos sociais, Novos Movimentos Sociais surgiram como organizações transnacionais que usam ferramentas eletrônicas para organizar ações políticas e se conectar com todos os cidadãos (Della Porta et al, 2018; Castells, 2013; Van Laer y Van Aelst, 2010). O Movimento 15M [15M] tem sido o expoente máximo dos NMS na Espanha até o momento e o Movimento para Habitações Dignas [MVD] o seu precedente imediato. Neste trabalho, nós analisamos seus sites a fim de verificar a sua utilidade para o ativismo online e seu desenvolvimento. Com base nos estudos anteriores a análise de conteúdo mostra que os sites do 15M apresentam uma evolução com relação aos do MVD. Ambos os movimentos apresentam estruturas equivalentes e aplicações de Internet semelhantes, por isso entendemos que o MVD foi o antecedente chave, laboratório de ideias e práticas do 15M.

**Palavras-chave:** Movimento para habitações dignas; 15M; Websites; Espanha; Novos movimentos sociais.

**Abstract:** *During a period of crisis of traditional institutions and social protests, New Social Movements have emerged as transnational organizations that use electronic tools to organize political actions and connect with all citizens (Della Porta et al, 2018; Castells, 2013; Van Laer y Van Aelst, 2010). 15M Movement is the biggest paradigm for Internet crowdcalling and organization in Spain. Movement for the Right to Housing [MVD] is it immediate predecessor.*

*In this work, we analyze their websites in order to verify its usefulness for online activism. Based on the previous studies, content analysis shows that sites of 15M present an evolution with respect to the MVD ones. Both movements have similar structures and very similar Internet applications. Thus, we understand that MVD was the key antecedent, laboratory of ideas and practices of 15M.*

**Keywords:** *Movement for the right to housing; 15M; Websites; Spain; New social movements.*

## Introducción

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación [TIC] ha potenciado la aparición de Nuevos Movimientos Sociales (Castells, 2012) enmarcados en un ciclo de protestas global iniciado en 2010 contra la austeridad y por una democracia “real” (Romanos, 2018). Estos movimientos responden a un rasgo principal que los diferencia de los movimientos precedentes: se expresan con la toma del espacio público por parte de multitudes auto-convocadas y auto-organizadas, fundamentalmente a través de las TIC (Haro y Sampederro, 2011). Desde la red, como soporte y como base (Sánchez-Duarte y Magallón-Rosa, 2015), los NMS han encontrado formas sencillas de volver a conectar con los ciudadanos, y especialmente con los jóvenes, frente a la desafección de las instituciones y de las políticas formales (Castells, 2009; Van Laer y Van Aelst, 2010; Della Porta, 2011).

Sin embargo, el desarrollo de las posibilidades democráticas en esta nueva esfera digital también se encuentra con limitaciones significativas como la brecha digital (Dahlberg, 2007), la polarización de los discursos (Benkler, 2015) en un espacio que tiende a dispersar las opiniones (Rendueles y Sádaba, 2014), que favorece la vigilancia, el control y la censura (Mozorov, 2011), donde la actividad política está concentrada en los partidos tradicionales (Papacharissi, 2009) cuya comunicación está orientada a los medios de comunicación generalistas (Dader et al, 2011) y la participación ciudadana está basada en actos pasivos, inofensivos, personales y de entretenimiento (Rotman, Preece y Vieweg, 2011; Mozorov, 2011).

En este trabajo nos centramos en el máximo exponente de este ciclo de acción social en España, el Movimiento 15M [15M], también conocido internacionalmente como indignados, y su movimiento precedente, el Movimiento por la Vivienda Digna [MVD]. El análisis estructural de sus sitios web (Schneider y Foot, 2004) en las campañas electorales de 2008 y 2011 nos ha permitido 1) describir cómo los NMS usan las web y su evolución; 2) revelar la estructura de las propias organizaciones; y 3) comprobar que el MVD es un antecedente clave, laboratorio de ideas y de prácticas del Movimiento 15M.

## Nuevos modos de organización y acción colectiva

El Movimiento 15M y el Movimiento por una Vivienda Digna son casos paradigmáticos de movimientos sociales que se han gestado, organizado y desarrollado desde una dimensión telemática (Haro y Sampe-

dro, 2011). El 15M ha sido el movimiento con mayor repercusión política, social y cultural de la historia de la acción social en España. Surgió de una convocatoria anónima a través de las TIC y se conformó a través de la toma del espacio público con acampadas de miles de personas en plazas del Estado. Provocó la aparición de nuevos partidos políticos que en 2018 tienen una fuerte representación en el Parlamento (Podemos) y gobiernan las principales capitales españolas como Madrid, Barcelona y Valencia (Ahora Madrid, Barcelona En Comú, Compromís). Pero también supuso un cambio en la conciencia colectiva (Díez, 2015; Flesher, 2015; Candón, 2013). El 15M proporcionó una lectura alternativa de la crisis y la austeridad (Flesher: 2015) que situaba a la ciudadanía en el centro. Rompió el discurso institucional que hacía recaer toda la responsabilidad de la crisis en la ciudadanía y dirigió la crítica a la gestión de la crisis de los partidos políticos y a la responsabilidad de la banca y las organizaciones supranacionales en su gestación. Se exigió, por último, un nuevo modelo democrático abierto a la participación y respetuoso con la ciudadanía y sus derechos fundamentales. Esto lo conectó con la tradición de movimientos altermundistas y lo proyectó internacionalmente llegando a inspirar a movimientos con carácter autónomo en países como Grecia (25M) o EEUU (Occupy).

El MVD fue una organización centrada en el problema del mercado inmobiliario en España y conformada por distintos colectivos sociales en el año 2006, cuando una cadena de *emails* y SMS anónimos sirvieron a la organización de la primera sentada el 14 de mayo por una vivienda digna, a la que seguirían una sentada semanal hasta el 4 de junio. Su principal victoria, que supone la tesis principal de este trabajo, fue su capacidad para anticipar el futuro, canalizar el malestar social en torno al problema de acceso a la vivienda (Colau y Alemany, 2012: 89) y sentar las bases de lo que serían la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH) y el Movimiento 15M, dos nuevos actores sociales que transformaron el escenario político español.

La crisis financiera que desestabilizó la economía mundial en 2008 tuvo unos efectos devastadores en España al ser agravada por el estallido de la burbuja inmobiliaria de la que ya alertaba el MVD en 2006. España entró en recesión en el año 2008, cuando el producto interior bruto (PIB) inició una caída sostenida hasta el segundo trimestre de 2010. Sin embargo, a partir de marzo de 2011, en la misma fecha que aparecía el 15M, el país entró en una segunda recesión.

Tanto 15M como MVD surgen como respuesta al debilitamiento del Estado-nación como actor central de las relaciones internacionales y la crisis de la democracia representativa (MCAdam, 2001:47) y presentan una serie de rasgos que identificamos en estudios anteriores (Haro y Sampedro, 2011) y que los diferencian de movimientos precedentes. Estos son que el origen, desarrollo y éxito de estos movimientos sociales están vinculados a la multitud. Estas multitudes tienen un carácter no planificado e intermitente y se gestan en la red aunque toman físicamente los espacios públicos. Las convocatorias de estas multitudes, que en muchos casos son origen de movimientos sociales, tienen carácter anónimo. Este anonimato favorece la adhesión de múltiples identidades a la convocatoria y al movimiento posterior. Las TIC no generan por sí solas la movilización de multitudes, sino que el éxito de la convocatoria se apoya en la dimensión personal. Internet facilita la coordinación y organización en red de los movimientos. Potencia y facilita las formas de acción tradicionales y favorece la aparición de nuevas formas de protesta.

El MVD y el 15M utilizaron Internet para la organización, coordinación, movilización y para la difusión de relatos alternativos al de los medios de comunicación generalistas. Para todo ello, los sitios web son herramientas de archivo documental y la matriz que sirve de soporte y base para sus acciones. Ahí radica la relevancia de su estudio. Además, siguiendo a Stein (2011) las propiedades de estructuración de las organizaciones condicionan sus prácticas de producción de sus sitios web. Por tanto, consideramos que revelar la estructura de los sitios web de los NMS nos permite comprobar la estructura de la propia organización y si ésta cumple los ideales manifiestos de estructura en red donde se establece una comunicación multidireccional.

La estructura de los sitios web tendrá que responder a un modelo de red descentralizada y horizontal, que permita la participación y el acceso universal. El carácter asambleario de las organizaciones se traducirá en extenso contenido informativo sobre el movimiento y sobre los temas que le atañen para favorecer y enriquecer el debate.

Los NMS han demostrado que el éxito a corto plazo (obtención de resultados a demandas concretas) y a largo plazo (cambio de conciencia colectiva) dependen de su capacidad para acceder a la esfera pública y de sus representaciones en ella. La creación de nuevas formas de acción colectiva potenciadas por las TIC -como la generación de medios de comunicación alternativos y sitios web específicos de

los movimientos desde donde coordinarse, movilizar y difundir sus mensajes- es un factor clave en este proceso. Por tanto, el modelo de comunicación que adquieren los movimientos sociales en la red puede influir positiva o negativamente en la estructura formal del movimiento; así como en la construcción de significados y en la generación de oportunidades políticas para acceder a la agenda política y mediática.

## Metodología

La investigación social no ha prestado especial atención al análisis de las cualidades de sus sitios web, cuando “en la creación de sus sitios, los NMS a menudo ponen de relieve la capacidad de las nuevas tecnologías para involucrar a los miembros y simpatizantes en los procesos internos de la organización y la toma de decisiones (Della Porta y Mosca, 2009). Así, los principales estudios de web sociales (Van Aeslt y Walgrave, 2002; Kenix, 2007; Della Porta y Mosca, 2009; Stein 2009, 2011; Theocharis, 2012) concluyen que los NMS utilizan los sitios web principalmente con el objetivo de proveer información, movilizar y como herramienta de comunicación multilateral aunque no están aprovechando todas las potencialidades que ofrece Internet. Además, en los últimos años se revela que los grupos no organizados más recientes despliegan estrategias comunicativas conjuntas entre los sitios web y los sitios de redes sociales (Harlow y Harp, 2012).

La metodología aplicada a este estudio parte de la propuesta realizada por el equipo liderado por Dader (2011) para el análisis de las web de partidos políticos en la campaña electoral de 2008. El análisis está centrado en cuatro dimensiones o funciones básicas de comunicación política de los sitios web: 1) información, 2) interactividad, 3) sencillez de uso y ayuda instrumental, y 4) estética y atractivo persuasivo. Cada una de las dimensiones analizadas está estructurada en 20 ítems que, a su vez, están divididos en cinco niveles jerarquizados mediante un factor de ponderación (de 1 a 5). De esta forma, los ítems considerados más básicos o elementales integran el subgrupo 1, mientras los más relevantes están contenidos en el subgrupo 5. La codificación de puntuación para cada ítem es un sistema de tres opciones (2= Presencia clara o muy relevante); 1= Presencia intermedia o semirelevante; 0= Presencia muy insuficiente, irrelevante o ausencia total). De esta forma, la puntuación máxima por cada dimensión es de 120 puntos y el cómputo máximo total de 480 puntos (Dader, Cheng, Campos y Vizcaíno, 2011). Para profundizar en la metodología puede consultarse un estudio previo (Haro, Sampredo y Duarte, 2013) y acceder al sitio web [29](http://www.ciber-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

democracia.es donde se encuentra disponible todo el material de análisis utilizado en la elaboración del estudio: matriz de datos, test de fiabilidad entre codificadoras y el manual de codificación.

En relación a la muestra, uno de los principales problemas que surgen a la hora de estudiar los sitios web de los movimientos sociales es el criterio de selección (Van Aelst y Walgrave, 2002: 472). Nuestra muestra no ha sido seleccionada aleatoriamente porque el universo de los casos no es claramente específico (Della Porta y Mosca, 2009: 774). En nuestros dos casos de estudio no existe un listado oficial por lo que hemos utilizado los siguientes criterios de selección: 1) Hemos realizado una distinción entre las organizaciones formales, denominando así a aquellas previas a la conformación del NMS (los casos de Plataforma por la Vivienda Digna en 2008 y Democracia Real Ya en 2011) y organizaciones informales (Della Porta y Mosca, 2009). Estas son las creadas por las comisiones de comunicación a partir de las asambleas constituidas en las plazas. Nos referimos a V de Vivienda en 2008 y Toma la plaza en 2011. 2) Aplicamos un segundo criterio para la selección de los sitios web vinculados a los sitios centrales [www.vdevivienda.net](http://www.vdevivienda.net) y <http://tomalaplaza.net/>. En el caso de 2008, las 10 web locales de V de vivienda analizadas eran las que estaban operativas en el momento de la recogida. Sin embargo, en noviembre de 2011, Toma la plaza contaba con una web genérica estatal operativa y, al menos, 64 web locales en el momento de la recogida de datos. Dado que contábamos con los datos de 2008 y que uno de los objetivos era la comparativa longitudinal de los sitios web, decidimos seleccionar las web de las ciudades que contaban con un sitio web de V de Vivienda en 2008.

**Tabla 1:** Muestra

2008		2011	
Web	URL	Web	URL
Zaragoza	<a href="http://viviendadignazg.wordpress.org">http://viviendadignazg.wordpress.org</a>	Zaragoza	<a href="http://zaragoza.tomalaplaza.net/">http://zaragoza.tomalaplaza.net/</a>
Cáceres	<a href="http://www.viviendadignacaceres.blogspot.com">www.viviendadignacaceres.blogspot.com</a>	Cáceres	<a href="http://caceres.tomalaplaza.net/">http://caceres.tomalaplaza.net/</a>
Ourense	<a href="http://dereitoaoteito.info">dereitoaoteito.info</a>	Ourense	<a href="http://ourense.tomalaplaza.net/">http://ourense.tomalaplaza.net/</a>
Madrid	<a href="http://madrid.vdevivienda.net">madrid.vdevivienda.net</a>	Madrid	<a href="http://madrid.tomalaplaza.net/">http://madrid.tomalaplaza.net/</a>
Gipuzkoa	<a href="http://www.kepasakonlakasa.org">www.kepasakonlakasa.org</a>	Donostia	<a href="http://donostia.tomalaplaza.net/">http://donostia.tomalaplaza.net/</a>
Cantabria	<a href="http://viviendadignacantabria.blogspot.com/">http://viviendadignacantabria.blogspot.com/</a>	Santander	<a href="http://www.15msantander.org/">http://www.15msantander.org/</a>
Asturias	<a href="http://asturias.vdevivienda.net/">http://asturias.vdevivienda.net/</a>	Asturias	<a href="http://15masturias.org">http://15masturias.org</a>
Barcelona	<a href="http://bcn.vdevivienda.net/">http://bcn.vdevivienda.net/</a>	Barcelona	<a href="http://acampadabcn.wordpress.com/">http://acampadabcn.wordpress.com/</a>
Nou Barris	<a href="http://prouespeculacio.org/">http://prouespeculacio.org/</a>	Nou Barris	<a href="http://acampada9barris.wordpress.com/">http://acampada9barris.wordpress.com/</a>
Granada	<a href="http://viviendadignagranada.wordpress.com/">http://viviendadignagranada.wordpress.com/</a>	Granada	<a href="http://acampadagranada.org/">http://acampadagranada.org/</a>
Plataforma por la vivienda digna	<a href="http://www.viviendadigna.org/">http://www.viviendadigna.org/</a>	DRY	<a href="http://www.democraciarealya.es/">http://www.democraciarealya.es/</a>

**Fuente:** elaboración propia.

Debido al carácter cambiante de la web, en el sentido que cualquier texto o característica puede parecer estable pero en realidad puede ser modificado por su creador o mostrada de manera diferente por tecnologías como los navegadores web (Schneider y Foot, 2004), decidimos grabar con el programa Htrack los sitios web por un período de 24 horas en las fechas señaladas. También realizamos una copia de seguridad con grabación de navegación con el programa Screen Video Recorder.

### Análisis descriptivo y frecuencia de datos

La distribución general de resultados de los años 2008 y 2011 nos muestra que las web sociales del Movimiento 15M son proporcionalmente superiores en todas las dimensiones a las del MVD, excepto en “Estética y Atractivo persuasivo”. La Tabla 2 nos revela que la estructura y los usos que hace de la web el 15M son iguales a los del MVD, excepto en la dimensión estética. La diferencia proporcional en los resultados de ambos movimientos muestra que el 15M ha aprovechado mejor las potencialidades que ofrece Internet pero su uso de la web es el mismo.

Si atendemos a los resultados totales por dimensión comprobamos que sólo la dimensión “Información” (55,21%) en 2011 supera el 50%. Sin embargo, las dimensiones de “Sencillez de uso y ayuda instrumental” (45,42%) e Interactividad (41,46%) no son significativamente inferiores a la dimensión mejor puntuada. Observamos que siguen la misma tendencia que en 2008 excepto en la dimensión “Estética y atractivo persuasivo”, que en 2008 era la mejor puntuada con un 36,67% y en 2011 sólo alcanza un 33,33%.

**Tabla 2:** Puntuación total (%) de las dimensiones obtenidas por las web sociales en 2008 y 2011.

Web social	Web social	Información		Interactividad		Sencillez de uso y ayuda instrun		Estética y atractivo persuasivo	
		2008	2011	2008	2011	2008	2011	2008	2011
Cáceres VD	Cáceres 15M	17,50	50,00	9,17	30,00	10,83	40,00	10,00	30,00
Ourense VD	Ourense 15M	13,33	57,50	6,67	22,50	10,83	37,50	52,50	15,00
Madrid VD*	Madrid 15M*	37,50	55,00	26,67	55,00	32,50	67,50	64,17	45,00
Gipuzkoa VD	Donostia 15M	36,67	60,00	13,33	47,50	35,83	25,00	45,83	30,00
PVD	DRY	62,50	45,00	38,33	42,50	54,17	50,00	65,83	40,00
Barcelona VD*	Barcelona 15M*	51,67	70,00	39,17	50,00	52,50	65,00	42,50	17,50
Nou Barris VD	Nou Barris 15M	25,83	10,00	10,00	7,50	29,17	20,00	14,17	20,00
Granada VD	Granada 15M	15,00	70,00	23,33	50,00	45,00	67,50	7,50	30,00
Zaragoza VD*	Zaragoza 15M*	35,00	90,00	31,67	70,00	40,00	50,00	48,33	52,50
Cantabria VD	Santander 15M	25,83	22,50	30,83	27,50	28,33	32,50	25,00	30,00
Asturias VD	Asturias 15M	27,50	32,50	3,33	45,00	21,67	35,00	27,50	37,50
	Internacional 15M		100,00		50,00		55,00		52,50
<b>Total</b>		<b>31,67</b>	<b>55,21</b>	<b>21,14</b>	<b>41,46</b>	<b>32,80</b>	<b>45,42</b>	<b>36,67</b>	<b>33,33</b>

Fuente: elaboración propia.

## Información

En el año 2008, el MVD obtiene sólo un 31,67% y, aunque es la tercera dimensión mejor puntuada de las cuatro, no hay grandes diferencias porcentuales respecto a “Estética” (33,33%) y “Sencillez de uso” (32,80%). Si hay una diferencia de más de diez puntos con “Interactividad” (21,14%). Podríamos decir, por tanto, que en el 2008 las web sociales orientaban sus recursos a suministrar información y conectar con otras organizaciones de la red, a que esa información fuera legible y fácil de acceder, y a que la web contara con una identidad visual e incitara a la movilización.

En 2011, sin embargo, la “Información” es la dimensión con mejor puntuación (55,21%) con una diferencia de casi 10 puntos respecto a la siguiente dimensión “Sencillez de uso” (45,42%); más de 10 puntos con “Interactividad” (41,46%) y más de 20 puntos con “Estética y atractivo persuasivo”, la dimensión con una puntuación más baja. Por lo que podemos decir que en 2011 los movimientos sociales, aunque no han aprovechado las potencialidades que les ofrece la web, han centrado sus recursos principalmente en proporcionar un gran volumen de información útil y de calidad, sobre el movimiento y organizaciones afines y sobre los temas que interesa debatir.

Si atendemos a la tabla 3, comprobamos que es en la categoría de Autopresentación y relaciones públicas donde encontramos más diferencias significativas. Esta categoría en 2008 contaba con un 22,73% y asciende a un 87,50% en 2011. Hay diferencias significativas en las variables: presentación de la estructura básica, directorios detallados de grupos de trabajo o web territoriales y documentos explicativos con competencias internas. Por lo que observamos la tendencia de los movimientos sociales a suministrar más información sobre la estructura de la organización y su funcionamiento interno, cumpliendo así los principios de transparencia.

**Tabla 3:** Puntuación total (%) de categorías dimensión Información 2008 y 2011.

Información		1. Auto-presentación	2. Información externa	3. Información generalidades	4. Información ciudadanos	5. Información contextual	Total
Cáceres VD	2008	25	38	38	13	0	22,5
Cáceres	2011	63	63	38	75	13	50
Ourense VD	2008	25	13	13	13	13	15
Ourense	2011	75	50	75	50	38	57,5
Madrid VD	2008	50	63	75	25	13	45
Madrid	2011	100	38	75	50	13	55
Gipuzkoa VD	2008	25	50	50	38	25	37,5
Donostia	2011	100	75	63	50	13	60
PVD	2008	38	100	50	75	50	62,5
DRY	2011	63	25	50	75	13	45
Barcelona VD	2008	38	50	63	50	50	50

Barcelona	2011	100	38	63	75	75	70
Nou Barris VD	2008	0	25	38	25	25	22,5
Nou Barris	2011	13	25	0	13	0	10
Granada VD	2008	0	25	0	13	25	12,5
Granada	2011	100	88	63	63	38	70
Zaragoza VD	2008	13	38	38	50	25	32,5
Zaragoza	2011	100	100	100	88	63	90
Cantabria VD	2008	13	63	25	13	25	27,5
Santander	2011	50	0	50	13	0	22,5
Asturias VD	2008	25	63	38	38	0	32,5
Asturias	2011	100	0	50	13	0	32,5
-	2008	-	-	-	-	-	0
Internacional	2011	100	100	100	100	100	100
<b>Total</b>	2008	<b>22,73</b>	<b>47,73</b>	<b>38,64</b>	<b>31,82</b>	<b>22,73</b>	<b>32,73</b>
<b>Total</b>	2011	<b>80,21</b>	<b>50,00</b>	<b>60,42</b>	<b>55,21</b>	<b>30,21</b>	<b>55,21</b>

Fuente: elaboración propia.

## Interactividad

En 2008, esta dimensión obtenía una puntuación (21,14%) significativamente menor que las otras cuatro dimensiones, que obtenían resultados muy similares. Por tanto, vemos que las web sociales no cumplían con esta función de comunicación política [Tabla 4]. En 2011 (41,46%), a pesar de contar con más recursos y obtener unos resultados superiores a 2008, comprobamos que las web de los movimientos sociales siguen sin ofrecen importantes posibilidades de comunicación ni entre usuarios y organización; ni entre usuarios entre sí.

En 2008, comprobamos que la única plataforma de deliberación colectiva y de respuesta de organización eran los foros. Sin embargo, en 2011 los foros han desaparecido de las web sociales. No sólo eso, sino que las web no contienen espacios para la deliberación. Esta función se ha derivado a las redes sociales. Aunque sí encontramos diferencias en Herramientas dialógicas, en el 2008 una puntuación de 27,27% y en 2011 del 62,50%. La gran diferencia entre ambos valores la encontramos en las variables de correo electrónico identificadas de comisiones de trabajo y las respuestas en caso de envío de mensajes a algunas de esas direcciones. Comprobamos que el Movimiento 15M apostó por el correo electrónico como herramienta dialógica, además de las redes sociales como Twitter, Facebook y N-1.

**Tabla 4:** Puntuación total (%) de categorías dimensión Interactividad 2011.

Interactividad		1. Solo lectura	2. Lectura y envío formul	3. Posibilidad e-mail	4. Foros	5. Auto-pres ciudadanos	Total
2008	Cáceres VD	0	0	25	0	13	7,5
2011	Cáceres	38	0	63	13	38	30
2008	Ourense VD	25	0	25	0	0	10
2011	Ourense	50	0	25	13	25	22,5
2008	Madrid VD	25	13	25	38	25	25
2011	Madrid	63	25	50	100	38	55
2008	Gipuzkoa VD	25	0	25	25	0	15
2011	Donostia	50	0	88	50	50	47,5
2008	PVD	38	50	38	50	25	40
2011	DRY	38	25	50	63	38	42,5
2008	Barcelona VD	38	25	38	50	38	37,5
2011	Barcelona	50	25	88	25	63	50
2008	Nou Barris VD	0	0	13	13	13	7,5
2011	Nou Barris	0	0	25	13	0	7,5
2008	Granada VD	13	25	38	13	25	22,5
2011	Granada	75	0	100	38	38	50
2008	Zaragoza VD	50	13	25	50	25	32,5
2011	Zaragoza	88	50	88	50	75	70
2008	Cantabria VD	50	13	38	38	25	32,5
2011	Santander	50	50	0	25	13	27,5
2008	Asturias VD	13	0	13	0	0	5
2011	Asturias	63	0	88	0	75	45
2008		-	-	-	-	-	0
2011	Internacional	75	50	25	75	25	50
2008	<b>Total</b>	<b>25,00</b>	<b>12,50</b>	<b>27,27</b>	<b>25,00</b>	<b>17,05</b>	<b>21,36</b>
2011	<b>Total</b>	<b>53,13</b>	<b>18,75</b>	<b>57,29</b>	<b>38,54</b>	<b>39,58</b>	<b>41,46</b>

Fuente: elaboración propia.

## Sencillez de uso y ayuda instrumental

La “Sencillez de uso y ayuda instrumental” [Tabla 5] es la segunda dimensión mejor valorada tanto en 2008 (32,80%) como en 2011 (45,42%). Como en las otras dos dimensiones anteriores, encontramos que en 2011 se ha producido una mejora en las puntuaciones por categoría pero no existen numerosas diferencias significativas en los usos de la web social. Es esta primera categoría analizada, Actualización o puesta al día, las web del 15M (61,36%) obtienen una puntuación muy superior a las del MVD (22,73%) y encontramos diferencias en la actualización de las secciones de directorio y estructura de la organización y las secciones de documentación propia.

Estas diferencias se corresponden con las encontradas en la categoría de Autopresentación de la dimensión “Información” y que revela los esfuerzos del 15M por incluir información de la propia organización. La actualización periódica de contenidos requiere un compromiso constante por lo que es una función que dependerá, en gran parte, de los recursos de la or-

ganización. También encontramos una diferencia en la siguiente categoría Condensación de elementos y claridad estructural que en 2008 obtuvo una puntuación de 37,50% y en 2011 de 54,55%. La diferencia se encuentra en los textos, que aparecen bien compartimentados en secciones específicas y bien definidas. Esto depende en gran medida de las competencias técnicas de los diseñadores web. Por tanto, también depende de los recursos de la organización.

La cuarta variable corresponde a las Ayudas para la documentación, idiomas e investigación. En 2008 las web sociales obtuvieron un 11,36% en esta categoría mientras que en 2011 se alcanzó un 34,09%. Sin embargo, sólo se encuentra una diferencia significativa en la variable contenidos totales o parciales en idiomas extranjeros. En 2008 ninguna de las once web analizadas ofrecía contenidos en otros idiomas extranjeros mientras que en el año 2011 seis web, la mitad de las estudiadas, sí los ofrecían. Una muestra del carácter “glocal” del movimiento y su vocación de integrarse en una red internacional.

**Tabla 5:** Puntuación total (%) de categorías dimensión Sencillez de uso 2008 y 2011.

Sencillez de uso							
		1. Actualización	2. Compactness	3. Ayuda búsquedas	4. Ayuda documentación	5. Enlaces	Total
2008	Cáceres VD	0	13	25	0	13	10
2011	Cáceres	38	50	63	25	25	40
2008	Ourense VD	0	25	38	0	0	12,5
2011	Ourense	63	38	38	25	25	37,5
2008	Madrid VD	63	75	50	0	25	42,5
2011	Madrid	75	100	75	63	25	67,5
2008	Gipuzkoa VD	38	25	75	25	25	37,5
2011	Donostia	50	13	25	38	0	25
2008	PVD	25	50	75	38	63	50
2011	DRY	25	50	75	38	63	50
2008	Barcelona VD	75	75	75	38	38	60
2011	Barcelona	75	63	63	88	38	65
2008	Nou Barris VD	0	25	50	13	38	25
2011	Nou Barris	13	25	50	0	13	20
2008	Granada VD	0	50	50	13	75	37,5
2011	Granada	63	100	75	50	50	67,5
2008	Zaragoza VD	50	38	75	0	50	42,5
2011	Zaragoza	100	38	75	0	38	50
2008	Cantabria VD	0	25	63	0	38	25
2011	Santander	50	38	75	0	0	32,5
2008	Asturias VD	0	13	38	0	38	17,5
2011	Asturias	63	38	75	0	0	35
2008	-	-	-	-	-	-	0
2011	Internacional	63	50	88	50	25	55
2008	<b>Total</b>	<b>22,73</b>	<b>37,50</b>	<b>55,68</b>	<b>11,36</b>	<b>36,36</b>	<b>32,73</b>
2011	<b>Total</b>	<b>56,25</b>	<b>50,00</b>	<b>64,58</b>	<b>31,25</b>	<b>25,00</b>	<b>45,42</b>

Fuente: elaboración propia.

## Estética y atractivo persuasivo

La última dimensión analizada corresponde a la “Estética y el atractivo persuasivo” que en 2008 era la dimensión mejor puntuada con un 36,67%. En 2011, sin embargo, es la dimensión con la puntuación considerablemente más baja (33,33%) de las cuatro dimensiones analizadas. Si volvemos a la tabla 2 comprobamos cómo el 15M representa una evolución en todas las dimensiones respecto al MVD excepto en la referente a la estética y a la persuasión. El valor de 2011 (33,33%) es ligeramente inferior al de 2008 (36,67%) pero obtiene prácticamente la misma puntuación en todas las categorías estudiadas.

**Tabla 6:** Puntuación total (%) de categorías dimensión Estética 2008 y 2011.

Sencillez de uso							
		1. Actualizacion	2. Compactness	3. Ayuda busquedas	4. Ayuda documentacion	5. Enlaces	Total
2008	Cáceres VD	0	13	25	0	13	10
2011	Cáceres	38	50	63	25	25	40
2008	Ourense VD	0	25	38	0	0	12,5
2011	Ourense	63	38	38	25	25	37,5
2008	Madrid VD	63	75	50	0	25	42,5
2011	Madrid	75	100	75	63	25	67,5
2008	Gipuzkoa VD	38	25	75	25	25	37,5
2011	Donostia	50	13	25	38	0	25
2008	PVD	25	50	75	38	63	50
2011	DRY	25	50	75	38	63	50
2008	Barcelona VD	75	75	75	38	38	60
2011	Barcelona	75	63	63	88	38	65
2008	Nou Barris VD	0	25	50	13	38	25
2011	Nou Barris	13	25	50	0	13	20
2008	Granada VD	0	50	50	13	75	37,5
2011	Granada	63	100	75	50	50	67,5
2008	Zaragoza VD	50	38	75	0	50	42,5
2011	Zaragoza	100	38	75	0	38	50
2008	Cantabria VD	0	25	63	0	38	25
2011	Santander	50	38	75	0	0	32,5
2008	Asturias VD	0	13	38	0	38	17,5
2011	Asturias	63	38	75	0	0	35
2008		-	-	-	-	-	0
2011	Internacional	63	50	88	50	25	55
2008	<b>Total</b>	<b>22,73</b>	<b>37,50</b>	<b>55,68</b>	<b>11,36</b>	<b>36,36</b>	<b>32,73</b>
2011	<b>Total</b>	<b>56,25</b>	<b>50,00</b>	<b>64,58</b>	<b>31,25</b>	<b>25,00</b>	<b>45,42</b>

Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones

Los análisis de los sitios web de MVD y 15M nos han revelado que la estructura de ambos movimientos es la misma, ambos movimientos mostraron una estructura horizontal (al existir una clara ausencia de líderes definidos) y en red a través de su oferta de enlaces. Las web del MVD enlazan con las otras web del movimiento formando una red interconectada entre sí. De igual manera operan las web del 15M.

También mostraron usos similares de Internet. Coincidimos con estudios precedentes al afirmar que los movimientos sociales en España usan las web principalmente para la difusión de información y la ayuda para la acción y movilización (Kenix 2007; Van Alest y Walgrave, 2002; Della Porta y Mosca; 2009; Stein, 2009, 2011; Merry, 2011; Theocharis, 2012). Y, como en los trabajos citados, en nuestra investigación también hemos encontrado que la interactividad se encuentra muy por debajo de los valores esperados. Además, no hemos encontrado ninguna diferencia en los resultados de ambos movimientos entre períodos no electorales y la campaña electoral. Concluimos que la comunicación en Internet de los NMS españoles no presenta ninguna diferencia en período electoral porque no tienen la intención de influir en los resultados electorales. Esto demuestra también el carácter apartidista del MVD y del 15M.

El 2011 ha supuesto una evolución respecto al 2008 en la difusión de información relacionada con la organización. Es decir, los movimientos sociales evolucionaron hacia la transparencia (Della Porta y Mosca, 2009; Kenix, 2007). Y aunque las web del MVD en 2008 y las de 15M en 2011 presentan bajos grados de actividad permitida al usuario, existe una clara evolución entre ambos años. En 2008 se utilizaban los foros mayoritariamente como plataformas de deliberación colectiva mientras que en 2011 esta función se deriva a las redes sociales como Facebook, Twitter y N-1. Coincidimos, por tanto, con el estudio de Theocharis (2012) al detectar una estrategia conjunta entre web y redes sociales. La web se centraría en la difusión de información y las redes sociales en la movilización e interacción. No hemos valorado en este estudio si en los foros o en las redes sociales se dan las condiciones de esfera pública ideal habermasiana, pero la existencia de estas plataformas deliberativas es un rasgo claro del esfuerzo de los movimientos sociales por usar Internet como un espacio para el diálogo y la reflexión.

Las web del MVD en 2008 y del 15M en 2011 no presentan apenas diferencias significativas en “Estética y atractivo persuasivo” lo que revela que

es la única dimensión donde no se ha producido una clara evolución. Las web de ambos movimientos contienen elementos humorísticos aunque no muestran un estilo marcadamente desenfadado e incluyen iconos audiovisuales. Contienen escasa presencia de simbología y eslóganes y no existe la sección de captación de fondos. No existen imágenes identificativas de sus miembros lo que muestra un alto grado de despersonalización. Y centran sus recursos en la creación de una identidad visual reconocible y homogénea. La presencia de convocatorias de movilización, recogida de firmas e incorporación de voluntariado constata la función de movilización de las web del 15M. O, de otra forma, facilitar directrices detalladas a todos los partidarios puede convertirlos en participantes reales.

Constatamos que el MVD fue el antecedente clave, laboratorio de ideas y prácticas del 15M. La diferencia fundamental entre ambos movimientos es la evolución de su modelo de comunicación. En 2008 la comunicación del MVD se centró en mensajes elaborados con los principios de marketing político, dirigidos a los medios de comunicación convencionales, utilizando la web como los partidos políticos. Mientras que en 2011 prevaleció la información sobre la propia organización, la información elaborada de fondo y la creación de medios de comunicación propios. Esto revela la intención del movimiento de dirigir su información a la ciudadanía y generar un discurso alternativo a los medios de comunicación convencionales. La estrategia del MVD en 2008 estaba orientada a impactar en la agenda mediática para obtener resultados en la agenda política. En el año 2011, sin embargo, el movimiento 15M consiguió establecer una nueva agenda al margen de la mediática y política institucional. Su modelo de comunicación estaba orientado, por tanto, a enlazar con diferentes nodos y a difundir nuevos marcos de interpretación de la realidad. Construir una nueva manera de hacer democracia, desde abajo y con la participación activa de la ciudadanía.

## REFERÊNCIAS

- BENKLER, Y. **La riqueza de las redes**. Barcelona: Icaria Editorial, 2015.
- CANDÓN-MENA, J. **Toma la calle, toma las redes: el movimiento# 15M en Internet**. Sevilla: Atrapasueños, 2013.
- CASTELLS, M. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CASTELLS, M. **Redes de indignación y esperanza**. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

CASTELLS, M. Prefacio: Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet. **Anuario del Conflicto Social**, UOC, Los Angeles, nº1, 2013.

COLAU, A; ALEMANY, A. **Vidas hipotecadas: de la burbuja inmobiliaria al derecho a la vivienda**. Cuadril atero de Libros, 2012.

DADER, J.L.; CHENG, L; CAMPOS, E., VIZCAÍNO, R. Las webs de los partidos españoles durante la campaña para las Elecciones Generales de 2008: Pautas de cibermarketing con pocos signos de ciberdemocracia. In: SAMPEDRO, V. **Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica**. Madrid: Editorial Complutense, 2011.

DAHLBERG, L. Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation. **New Media Society**, 9,5, 2007, p. 827-847.

DELLA PORTA, D., MOSCA, L. Searching the net. **Information, Communication & Society**, 12,6, 2009, p. 771-792.

DELLA PORTA, D. Communication in movement. **Information, Communication & Society**, 14,6, 2011, 800-819.

DELLA PORTA, D., et al. **Legacies and Memories in Movements: Justice and Democracy in Southern Europe**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

DIANI, M. Social movement networks virtual and real. **Information, Communication & Society**, 3,3, 2000, p. 386-401.

DÍEZ GARCÍA, R. Las bases sociales de la indignación: una perspectiva agregada sobre los factores asociados a la participación ciudadana en el movimiento 15M. **Sistema: Revista de ciencias sociales**, 2015, no 238, p. 41-84.

FLESHER FOMINAYA, C. Debunking spontaneity: Spain's 15-M/Indignados as autonomous movement. **Social Movement Studies**, 2015, vol. 14, no 2, p. 142-163.

HARO BARBA C., y SAMPEDRO BLANCO, V. Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M. *Teknokultura. Revista de cultura digital y movimientos sociales*, 2011, 8, 2, p. 157-175.

HARO BARBA C.; SAMPEDRO BLANCO, V. y SÁNCHEZ-DUARTE, J. Activismo digital en campaña electoral. Del movimiento por la vivienda digna al movimiento 15-M In: Cotarelo, R. y Olmeda, J. A. **La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales**. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2013.

KENIX, L.J. In search of utopia: an analysis of non profit web pages. **Information, Communication & Society**, 10(1), 2007, p. 69-94.

MOZOROV, E. **The netdesilusion. The dark side of Internet freedom.** PublicAffairs, 2011.

MERRY, M.K. Interest Group Activism on the Web: The Case of Environmental Organizations, *Journal of Information, Technology & Politics*, 8, 1, 2011, p. 110-128.

RENDUELES, C., y RODRÍGUEZ, I. S. La hipótesis ciberpolítica: una aproximación crítica. **Documentación social**, 173, 2014, p. 95-116.

ROMANOS, E. Del 68 al 15M: continuidades y rupturas entre ciclos de protesta. **Arbor**, 2018, vol. 194, no 787, p. 430.

ROTMAN, D, et al. From slacktivism to activism: participatory culture in the age of social media. In: **CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems**. ACM, 2011. p. 819-822.

SÁNCHEZ DUARTE, J.M.; MAGALLÓN-ROSA, R. Estrategias de organización y acción política digital. **Revista de la Asociación Española de Investigación en Comunicación**, 2015. p. 9-16.

SCHNEIDER, S., FOOT, K. **Web Sphere Analysis: An Approach to Studying Online Action, en Virtual Methods: Issues in Social Science Research on the Internet.** Oxford: Berg Publishers, 2004.

STEIN, L. Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement websites. **New Media Society**, 11, 749, 2009.

STEIN, L. Environmental website production: a structuration approach, **Media Culture Society**, 2011.

THEOCHARIS, Y. The contribution of websites and blogs to the students' protest communication tactics during the 2010 UK University occupations. **Information, Communication & Society**, 2012.

VAN AELST, P., WALGRAVE, S. New media, new movements? The role of the internet in shapping the "antiglobalization" movement. **Information, Communication & Society**, 5,4, 2002, p. 465-493.

VAN LAER, J., VAN AELST, P. Internet and social movement action repertoires, **Information, Communication & Society**, 13,8, 2010, p. 1146-1171.