

Activismo digital en campaña electoral: del Movimiento por la Vivienda Digna al Movimiento 15M¹

Carmen Haro Barba (UVA)²

Víctor Sampedro Blanco(URJC)³

José Manuel Sánchez Duarte(URJC)⁴

1. Introducción; 2. Casos de estudio: *Movimiento por la Vivienda Digna y Movimiento 15M*; 3. Diseño de la investigación; 3.1. Método de análisis; 3.2. Muestra; 4. Resultados preliminares de la investigación; 4.1. Información, interactividad, ayuda instrumental y estética; 5. Conclusiones.

¹ El presente estudio forma parte de una investigación iniciada por el grupo de investigación *Ciberdemocracia* (www.ciberdemocracia.es) dentro del proyecto “Ciberdemocracia en la campaña electoral de 2008 en España. El uso ciudadano de las nuevas tecnologías para la percepción, deliberación y movilización electorales” (2007-2010)” (SEJ2007-64487/CPOL), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Investigador principal: Víctor Sampedro Blanco. En el año 2011, como continuación de esta investigación, se inició el proyecto “Ciberactivismo en el contexto de campañas electorales: partidos, bloggers, ciudadanos, movimientos y redes sociales en el proceso electoral español de 2012” (2011-2013) (CSO2010-21799-C02-01 /CPOL) financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia. Plan Nacional de I + D + I. Secretaría de Estado de Universidades e Investigación. Investigador principal: Víctor Sampedro Blanco

² Profesora asociada en la Universidad de Valladolid. carmen.haro@hmca.uva.es

³ Catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Victor.sampedro@urjc.es

⁴ Profesor visitante de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Josemanuel.sanchez@urjc.s

Resumen:

Este artículo analiza el *Movimiento 15M* y su precedente más inmediato, el *Movimiento por la Vivienda Digna*, como casos paradigmáticos de “cibermultitudes” en España. Nuestra investigación se centra en el análisis de las herramientas digitales utilizadas por estos movimientos para su comunicación y auto-organización durante las campañas electorales de 2008 y 2011. A partir de un análisis cuantitativo de sus sitios web examinaremos si estas herramientas han generado un mayor grado de autonomía e impacto en los nuevos movimientos sociales, así como su evolución en las dos últimas elecciones generales.

Palabras clave: multitud, cibermultitud, ciberdemocracia, sociedad red, movimientos sociales, España, elecciones, Web 2.0, 15M.

1. Introducción

Los medios de comunicación y las organizaciones políticas tradicionales mantienen un lugar privilegiado en la esfera pública central. Pese a que Internet cuestiona el modelo dominante de gestación y representación de la opinión pública (Sampedro y Resina, 2010: 159) los partidos políticos y las organizaciones supranacionales siguen manteniendo en la red un modelo de comunicación unidireccional orientado a medios generalistas (Dader, Campos, Vizcaíno y Cheng, 2011). De igual modo, el consumo de información sigue vías tradicionales. La ciudadanía se informa a través de los sitios web de medios convencionales (Kohut cit. Papachirissi, 2009) y la lógica comercial condiciona sus prácticas cotidianas en red (Goldberg, 2010; Loader y Mercea, 2011).

Pese a todo, el surgimiento de esferas públicas periféricas⁵ (Sampedro, 2000: 42) en el entorno digital potencia dinámicas de contrapoder. Internet no sólo ha reforzado las prácticas políticas de una ciudadanía movilizada previamente (Borge y Cardenal, 2011; Papachirissi, 2009; Dahlgren, 2005; Boulianne, 2009; Bimber, 2010) si no que también ha abierto espacios de debate y movilización. En estos ámbitos las acciones comunicativas antes restringidas a partidos o empresas con grandes recursos (Loader y Mercea, 2011: 758) recaen en nuevos actores más autónomos que establecen redes relacionales más amplias (Subirats, 2011: 43) y que tienen la oportunidad de democratizar la esfera pública.

⁵ Sampedro (2000: 42) propone que no existe una sola esfera pública, sino varias: la central (y mayoritaria) rodeada de otras muchas periféricas (y minoritarias). La primera, compuesta por instituciones políticas, medios de comunicación y empresas demoscópicas, tiende a mantener el poder asentado y limita la participación directa y horizontal. Mientras que las esferas públicas periféricas están formadas por colectivos y organizaciones de la sociedad civil, que ofrecen incentivos a la participación y contrarrestan las exclusiones provocadas en la central

El objetivo de este artículo se centra en comprobar si los Movimientos por la *Vivienda Digna* y *15M* han aprovechado las potencialidades de estos nuevos recursos para generar un modelo de comunicación política multidireccional y en red. A través del análisis de sus sitios web intentaremos demostrar si se organizan e informan en torno a redes más flexibles, descentralizadas y horizontales o si por el contrario mantienen el mismo esquema de comunicación digital que partidos políticos e instituciones.

2.- Casos de estudio: *Movimiento por la Vivienda Digna* y *Movimiento 15M*

La elección del *Movimiento por la Vivienda Digna* como caso de estudio en la campaña electoral de 2008 y el *Movimiento 15M* en la de 2011 está sostenida por la tradición teórica del grupo de investigación donde se enmarca este estudio. Su investigador principal Víctor Sampedro⁶ sitúa la movilización espontánea del 13 de marzo de 2004 - como respuesta a la manipulación electoralista de los atentados del 11M - como el primer acto de movilización con base telemática en España⁷. Asimismo considera el *Movimiento 15M* como el último y máximo exponente de las multitudes autoconvocadas y auto-organizadas a través de la red transformadas después en un movimiento social, cuyo precedente inmediato es el *Movimiento por la Vivienda Digna* (Sampedro y Duarte, 2011).

El origen del *Movimiento por la Vivienda Digna* está vinculado a la aparición de la Plataforma por una Vivienda Digna en 2003, una organización centrada en el problema del mercado inmobiliario en España y conformada por distintos colectivos sociales. Sin embargo, este movimiento no obtuvo impacto en la opinión pública hasta que no se produjo su salto a la red (Gil, 2008:4) y adquirió las características del nuevo modelo de NMS. Fue en el año 2006 con la organización de la primera sentada el 14 de mayo por una vivienda digna convocada a través de una cadena de emails y SMS, a la que seguirían una sentada semanal hasta el 4 de junio.

⁶ Puede consultar toda la producción científica de Víctor Sampedro en <http://victorsampedro.com/>

⁷ Véase el estudio sobre dicho acontecimiento y su contextualización en otro sobre las elecciones de 2004 y del 13M: Sampedro (2005) (Ed.), *13M Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata Sampedro, V. (2008). *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y las otras campañas*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S.A..

Cinco años después, el *Movimiento 15M* se convirtió en el máximo paradigma de estos NMS en España. Una manifestación convocada el 15 de mayo de 2011 por distintas asociaciones, entre ellas *Democracia Real Ya* *Democracia Real Ya* y *Juventud Sin Futuro*, fue el origen de este movimiento. En la semana del 15 al 22 de mayo de 2011, fecha en la que se celebraban las elecciones municipales y autonómicas en este país, miles de personas tomaron las plazas del Estado y de muchos países del mundo, haciéndose visibles ante sus gobernantes y la opinión pública. No se pretendía interferir en el resultado de las elecciones, sino “cuestionar las mordazas, cuando no el propio sistema, de representación democrática” (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011: 1).

Por último hay que destacar como el *Movimiento 15M* ha incorporado las demandas de los movimientos anteriores⁸, el derecho a una vivienda digna (MVD), un sistema de representación político informativo veraz (13M) y la defensa de la difusión libre del conocimiento y la cultura a través de la red (*Anti Ley Sinde*), y plantea reformas estructurales en el orden de la representación (partidista y mediática) y los recortes de las políticas económico-sociales. Su mayor éxito hasta el momento ha sido el de introducir estos temas en las agendas políticas y mediáticas (Sampedro, 2013).

3.- Diseño de la investigación

El presente estudio forma parte de una investigación iniciada por el grupo de investigación *Ciberdemocracia*⁹ (www.ciberdemocracia.es). Proponemos un análisis de

⁸ Para una descripción más detallada consultar Haro Barba, C. y Sampedro, V. (2011) “Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M” Revista Teknokultura, Volumen 8, Número 2, Diciembre/2011 [http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/14/pdf]

⁹ Dentro del proyecto I+D “Ciberdemocracia en la campaña electoral de 2008 en España. El uso ciudadano de las nuevas tecnologías para la percepción, deliberación y movilización electorales” y que dio como resultado el libro *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica* (2011). En el año 2011, como continuación de esta investigación, se inició el proyecto “Ciberactivismo en el contexto de campañas electorales: partidos, bloggers, ciudadanos, movimientos y redes sociales en el proceso electoral español de 2012”. En ambos proyectos se estudian tres polos de la comunicación electoral: ciudadanía, candidaturas e informadores, a través de encuestas nacionales, grupos de discusión, análisis de blogs políticos y de las páginas web de todos los partidos parlamentarios, de los candidatos del PP y del PSOE y de las web de los movimientos sociales. En el año 2008, el subgrupo de web sociales, coordinado por Francisco Seoane, realizó la recogida de la muestra compuesta por los sitios web del *Movimiento por la Vivienda Digna* y las páginas de contrainformación *Nodo50.org* y *HazteOír.org*. La codificación se realizó utilizando el mismo manual empleado para codificar los sitios web de los partidos políticos - diseñado por el subgrupo formado por José Luis Dader, Eva Campos, Ricardo Vizcaíno y Lifeng Cheng (2011) - para poder obtener una comparativa. En el año 2011, con el objetivo de realizar un análisis longitudinal de los sitios web de los movimientos sociales, el subgrupo de web sociales, ha recogido una muestra de los sitios web del *Movimiento 15M* y las páginas de contrainformación *Nodo50.org* y *HazteOír.org*. La codificación también se ha realizado utilizando el mismo manual empleado en el 2008 para poder establecer una comparativa.

los sitios web de movimientos sociales que aplique las metodologías y análisis realizados sobre las web de partidos políticos en la campaña electoral de 2008. El objetivo principal de este artículo es testar los márgenes de información, participación e interactividad de las web de los movimientos sociales. Para ello queremos identificar las diferencias y evolución entre los sitios web de movimientos sociales durante el proceso de las elecciones de marzo de 2008 y noviembre de 2011.

3.1. Método de análisis

Los primeros estudios sobre ciberpolítica se centraron principalmente en los partidos políticos y sus estrategias de comunicación electrónica durante las campañas electorales (Della Porta y Mosca, 2009:772). Dader y Cheng (2011:130) citan el trabajo de Gibson y Ward (2000) como referencia metodológica internacional en el análisis de las cualidades de sus sitios web y modelo-fuente a partir del cual han desarrollado la herramienta metodológica aplicada en su investigación sobre las web de partidos en la campaña electoral de 2008. Los resultados de esta investigación (Dader, Campos, Vizcaíno y Cheng, 2011), coinciden con los principales resultados de los estudios internacionales sobre web de partidos, señalados en el trabajo de Della Porta y Mosca (2009:772): interactividad baja por parte de los sitios web de los partidos políticos (Cuhna et al 2003; Gibson et al 2003) y las instituciones (Coleman et al, 1999.)

Según estos análisis, Internet no ha mejorado la comunicación con los votantes del partido, activistas y ciudadanos. En particular, los sitios web se han utilizado más como instrumentos de propaganda de arriba hacia abajo que como instrumentos de debate e intercambio de ideas (Dader, Campos, Vizcaíno y Cheng, 2011:194-195). Las web de los partidos políticos, por tanto, responden a un modelo de comunicación vertical que está condicionado por la propia estructura de la organización (jerárquica – vertical).

La metodología utilizada para el análisis de los sitios web de partidos políticos en la mayoría de los estudios es muy similar a la aplicada en el estudio de las web sociales. En nuestro caso, utilizamos el mismo manual de codificación aplicado por Dader, Campos, Vizcaíno y Cheng en la campaña de 2008 ligeramente adaptado. La aplicación de la misma herramienta metodológica para el estudio de las funciones comunicativas que cumplen los sitios web de partidos políticos y movimientos sociales en campaña electoral, sólo difiere de acuerdo con el fundamento teórico en los objetivos

comunicativos. El principal objetivo comunicativo de los sitios web de los partidos políticos será la persuasión y la victoria electoral (Stein, 2009: 755); mientras que el de los movimientos sociales será incentivar la participación y el debate.

El análisis de las funciones de comunicación de las web de los movimientos sociales en campaña electoral nos permitirá comprobar si la estructura descentralizada y horizontal de los NMS se traduce en un modelo de comunicación en red descentralizado y multidireccional. También podremos contrastar si se cumplen los objetivos de participación e invitación al debate y a la reflexión que dicen perseguir.

El análisis cuantitativo diseñado por el subgrupo de webs de partidos políticos¹⁰ 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, mediante la distribución de un total de 80 ítems de forma simétrica entre las cuatro dimensiones señaladas (20x4).

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. Cada subgrupo está dividido por 4 ítems considerados con el mismo peso (5x4).

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: 137). Pueden consultar el manual y la plantilla de codificación en los anexos I y II.

¹⁰ Para una descripción más detallada del diseño metodológico del análisis cuantitativo y cualitativo de las web de partidos y los resultados de 2008 ver 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* y Dader, J.L. y Cheng, L. *Análisis cuantitativo y cualitativo de las webs de partidos*. En Sampedro, V. (2011) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación*. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica. Madrid: Editorial Complutense.

Cada dimensión está estructurada en 5 niveles, ponderados de menor (x1) a mayor (x5) y que numeramos con el objetivo de clarificar las tablas sobre las que se apoya la presentación de resultados.

1. INFORMACIÓN: 1.1. Autopresentación y relaciones públicas. 1.2. Información externa 1.3. Información de generalidades de actualidad. 1.4. Información política elaborada o de fondo, de nivel especializado. 1.5. Información política contextual
2. INTERACTIVIDAD: 2.1. Sobre posibilidad de lectura simple. 2.2. Lectura y sólo envío de formularios. 2.3. Posibilidad de correspondencia electrónica. 2.4. Foros/ grupos de discusión/ comunidades virtuales. 2.5. Posibilidad de autopresentación para la ciudadanía y de interacción mediante blogs
3. SENCILLEZ DE USO Y AYUDA INSTRUMENTAL: 3.1. Actualización o puesta al día. 3.2. Condensación de elementos y claridad estructural. 3.3. Ayuda para búsquedas y navegación. 3.4. Ayuda para documentación e investigación. 3.5. Enlaces
4. ESTÉTICA Y ATRACTIVO PERSUASIVO: 4.1. Sentido del humor/ ironía. 4.2. Símbolos/ propaganda política. 4.3. Imágenes/ fotografías. 4.4. Atractivo visual/ apelatividad. 4.5. Diseño/ estructura

Partiendo del marco teórico expuesto y de la investigación precedente, hemos desarrollado las siguientes hipótesis principales:

H1. INFORMACIÓN: En los sitios web de los movimientos sociales prevalecerá una información abundante que favorezca el debate y la reflexión político social de sus temas

H2. INTERACTIVIDAD: Los sitios web de los movimientos sociales presentarán altos grados de actividad permitida al usuario, debido a su estructura y objetivos de participación horizontal.

H3. SENCILLEZ DE USO Y AYUDA INSTRUMENTAL: Las webs de los movimientos sociales darán gran relevancia al acceso universal a toda la información.

Por ello contarán con ayudas para la navegación y documentación, textos en distintos idiomas y una elevada oferta de enlaces a webs externas y de diversidad ideológica.

H4. ESTÉTICA y ATRACTIVO PERSUASIVO: Las webs de los movimientos sociales presentarán bajos grados estéticos y de atractivo persuasivo, porque centran antes sus recursos en la publicación de materiales para la reflexión, en su propia organización y en el uso de plataformas de deliberación.

Respecto a la comparativa entre el *Movimiento por la Vivienda Digna* en 2008 y el *Movimiento 15M* en 2011, decíamos que el 15M ha recogido la herencia de los movimientos precedentes y ha sabido combinar sus estrategias de acción en los escenarios online y offline, lo que ha fortalecido e impulsado a las multitudes. Por tanto, consideraremos una última hipótesis:

H5. Las web del *Movimiento 15M* presentarán mayores grados de información, interactividad, sencillez de uso y estética.

3.2. 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 de la muestra (Van Aelst y Walgrave, 2002: 472). La principal dificultad reside en que no existe un listado que incluya todos los sitios web que pertenecen a un determinado movimiento social. En los casos que nos ocupan, hemos utilizado los siguientes criterios de selección.

1.- En primer lugar, realizamos una distinción entre las organizaciones que formaban parte de los movimientos analizados antes de convertirse en movimientos sociales de base telemática. En el caso de 2008, se trata de la *Plataforma por la Vivienda Digna*, creada en 2003, y que estaba compuesta por compuesta por sindicatos (CCOO, UGT y CGT), partidos políticos (IU y PCE) y grupos ecologistas (*Ecologistas en acción*) (Aguilar y Fernández, 2010:687-688), que integraban oficialmente la *Mesa de Iniciativas por el Derecho a Techo*, el organismo que puso en marcha la web www.viviendadigna.org. Esta web se distingue de la generada por el movimiento que se formó tras la cadena de convocatorias espontáneas de sentadas en 2006. En Madrid se creó la *Asamblea contra la precariedad y la vivienda digna* (ACPVD), formada por

diferentes colectivos, asociaciones e individuos particulares, que comenzó a funcionar a través de comisiones de trabajo (organización, contenidos, comunicación, apoyo a detenidos y expansión) coordinadas mediante un plenario semanal de la Asamblea. La organización y coordinación del movimiento se realizaba a través de listas de correo, un portal común (www.vdevivienda.net), que enlazaba a las páginas web de las asambleas de las diferentes ciudades, y un foro de discusión donde se difundían y coordinaban iniciativas y acciones de otras ciudades.

En el año 2011, hemos seleccionado la organización *Democracia Real Ya*, por ser una de las organizaciones que convocaron la manifestación del 15 de mayo de 2011 y que continúa activa un año después. Aunque no mantiene el perfil sindical y partidario de la *Plataforma por la Vivienda Digna* de 2008, la diferenciamos de *Toma la plaza* (<http://tomalaplaza.net/>), la plataforma desarrollada en la semana del 15 al 22 de marzo de 2011 desde la comisión de comunicación de *AcampadaSol*. Esta web es genérica, recoge las web de las asambleas de pueblos y ciudades, y guarda fuertes similitudes con la web recogida en 2008, <http://www.vdevivienda.net/>, que también fue desarrollada por la comisión de comunicación surgida a partir de la sentada espontánea del 14 de mayo de 2006 y de la *Asamblea contra la Precariedad y la Vivienda Digna*.

2.- Hemos aplicado un segundo criterio para la selección de los sitios web vinculados a los sitios centrales www.vdevivienda.net y <http://tomalaplaza.net/>. En el caso de 2008, la selección fue sencilla porque no se habilitó un gran número de sitios web. 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* cuenta con una web genérica estatal operativa (<http://tomalaplaza.net/>), una web internacional (<http://takethesquare.net/>) y, al menos, 64 web locales en el momento de la recogida de datos. Desechamos la opción de hacer una muestra aleatoria porque algunas de las web locales o no estaban completamente operativas o muchas se mudaron de alojamiento a los pocos días de su puesta en marcha. 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. En el caso de las web de vivienda de Guipuzcoa y Cantabria, no existía su contraparte en 2011, así que elegimos la web de toma la plaza de Donostia – San

Sebastián, en el primer caso, y de Santander en el segundo, por ser las capitales de estas provincias.

Tabla I: Muestra

2008		2011	
Web	URL	Web	URL
Zaragoza	http://viviendadignazgz.wordpress.org	Zaragoza	http://zaragoza.tomalaplaza.net/
Cáceres	www.viviendadignacaceres.blogspot.com	Cáceres	http://caceres.tomalaplaza.net/
Ourense	dereitoaoteito.info	Ourense	http://ourense.tomalaplaza.net/
Madrid	madrid.vdevivienda.net	Madrid	http://madrid.tomalaplaza.net/
Guipuzcoa	www.kepasakonlakasa.org	Donostia	http://donostia.tomalaplaza.net/
Cantabria	http://viviendadigna-cantabria.blogspot.com/	Santander	http://www.15msantander.org/
Asturias	http://asturias.vdevivienda.net/	Asturias	http://15masturias.org
Barcelona	http://bcn.vdevivienda.net/	Barcelona	http://acampadabcn.wordpress.com/
Nou Barris	http://prouespeculacio.org/	Nou Barris	http://acampada9barris.wordpress.com/
Granada	http://viviendadignagranada.wordpress.com/	Granada	http://acampadagranada.org/
Plataforma por la vivienda digna	http://www.viviendadigna.org/	DRY	http://www.democraciarealya.es/
		Internaciona	
		I	http://takethesquare.net/

El período de recogida cubrió la precampaña y campaña electoral. Los días fueron elegidos directamente por sorteo de números aleatorios, comprendiendo 3 días concretos distribuidos en tres segmentos (principio, mitad y final del período acotado de análisis). En 2008 los días elegidos aleatoriamente fueron el 24 de enero, 26 de febrero y 1 de marzo de 2008; en 2011, fueron el 2, 8 y 17 de noviembre de 2011. La grabación de las web se realizó con el programa *Httrack* 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*.

4. Resultados preliminares de la investigación

La distribución general de resultados nos muestra que en el año 2008 ninguna de las web pertenecientes al *Movimiento por la Vivienda Digna* presenta valores por encima del 50% en las dimensiones de “Información” e “Interactividad” (Tabla II). Sólo el sitio web de la *Plataforma por una Vivienda Digna*, organización partidaria y sindical, presenta el valor más elevado en “Información” (49,72%) y los valores más altos en “Sencillez de uso y ayuda instrumental” (54,17%) y “Estética” (65,83%). Por tanto, podemos apuntar que las organizaciones con una estructura más formal como la *Plataforma por una Vivienda Digna* aprovechan mejor las potencialidades de Internet que las organizaciones menos formales en el año 2008.

En cuanto a los sitios de *V de Vivienda*, la web de Barcelona es la que obtiene la mejor puntuación en las tres dimensiones (46,11%, 34,72% y 50,83%) excepto en “Estética” (40,83%), donde la supera Ourense (52,50%) y Madrid (64,17%). A pesar de no alcanzar el 50% en el cómputo total, podemos observar cómo el sitio de *V de Vivienda* Barcelona ha sido el único que ha centrado más recursos en la dimensión de Información que en la de “Estética” (y principalmente en “Sencillez”, 50,83%), a diferencia de los otros sitios con puntuaciones elevadas, como *Plataforma por una Vivienda Digna*, *V de Vivienda* Madrid, Guipuzcoa y Zaragoza.

Es significativo señalar también que a excepción del 52,50% en la dimensión de “Estética” de la web de Ourense, ninguna de las web correspondientes a ciudades pequeñas (menos de 500.000 habitantes) alcanza una puntuación mínima de 50% en ninguna de las cuatro dimensiones. Los sitios web de *V de Vivienda* de Barcelona y Zaragoza son los que mejores puntuaciones obtienen en las cuatro dimensiones y corresponden a ciudades grandes. Madrid es la tercera ciudad categorizada como grande en este estudio y, sin embargo, presenta unos valores muy bajos en todas las dimensiones (34,17%, 18,89% y 32,50%) excepto en “Estética” (64,17%).

Si observamos las tablas III, IV, y V, comprobamos cómo las ciudades grandes aprovechan mejor las capacidades de los sitios web que las ciudades pequeñas en 2008. El cómputo global de la tabla III nos indica que la dimensión de “Estética” es la única que supera el 50% en los sitios web de *V de vivienda* y sólo en las ciudades grandes. También podemos comprobar cómo los sitios web de las ciudades grandes superan a los de las ciudades pequeñas en todas las dimensiones con una diferencia de más de diez puntos porcentuales en las dimensiones de “Información” y “Estética”.

Sin embargo, también es interesante señalar que, pese a contar con valores muy bajos en cada una de sus dimensiones (inferiores al 30%), los sitios web de las ciudades pequeñas, al contrario que los correspondientes a las ciudades grandes, presentan sus valores más altos en la dimensión de “Información” (28,93%) y no en la de “Estética” (26,07%).

Por último, al realizar la comparativa entre ciudades donde el partido más votado en las elecciones generales de 2008 ha sido el PP y donde ha sido el PSOE no hemos

encontrado diferencias especialmente significativas (Tabla VIII). Las diferencias porcentuales son inferiores a cinco en todos los casos excepto en la dimensión de “Estética”, donde las ciudades con una un mayor número de votos del PP superan en casi 12 puntos porcentuales a las ciudades con una mayoría de votos del PSOE.

En el año 2011, las puntuaciones generales resultan significativamente superiores en cada una de las cuatro dimensiones (Tabla II). Principalmente, observamos cómo la dimensión “Información” ha ganado relevancia frente a la dimensión “Estética”, que contenía los valores más elevados en 2008. Las web del *Movimiento 15M* presentan sus valores más altos en la dimensión “Información” donde ocho de las once web analizadas superan el 50%, principalmente la web internacional que alcanza el 100% en esta dimensión y la web de Zaragoza que llega al 90%. También las dimensiones de “Interactividad” y “Sencillez de uso” alcanzan valores superiores en el año 2011 con 5 web que superan el 50% en ambas dimensiones. La única dimensión que presenta unos valores inferiores respecto al 2008 es la de “Estética y atractivo persuasivo”, donde sólo dos de los sitios web superan el 50%, Zaragoza (52,20%) e Internacional (52,50%).

Comprobamos cómo la página del *Movimiento 15M* internacional es el sitio web mejor puntuado. Esto podría ser debido a que cuenta con un mayor número de gente implicada y con mayor formación en su mantenimiento y actualización. A pesar de que todos los sitios web del movimiento tienen la intención de ser nodos de una red glocal, es posible que el nodo internacional tenga mucho más peso que los nodos locales del movimiento, y que haya concentrado los esfuerzos de los ciberactivistas con más recursos, entre ellos, por supuesto, el conocimiento de idiomas y contactos transnacionales más estrechos.

La diferencia entre ciudades pequeñas y grandes también es muy significativa en 2011 (Tablas II, VI y VII). Las ciudades grandes superan en todas las dimensiones a las ciudades pequeñas, que no alcanzan el 50% en ninguna de sus dimensiones. Mientras que en 2008 sólo las ciudades pequeñas enfocaban sus recursos en la dimensión de “Información”, en 2011 también es la categoría con mayor puntuación.

Respecto a la diferencia en las ciudades por partidos más votados (Tabla IX), en el año 2011 el PSOE sólo está presente en Barcelona y Nou Barris, y aparece Amaiur como

partido más votado en Guipuzcoa. Observamos cómo la dimensión de “Información” es la mejor puntuada y cómo es la única que supera el 50% en las ciudades cuyo voto ha sido para Amaiur y PP:

También es muy significativo señalar que la web que en este estudio consideramos de organización más formal, la correspondiente a *Democracia Real Ya*, presenta unos valores muy bajos en comparación con los sitios de *Toma la plaza*. Sólo alcanza el 50% en la dimensión de “Sencillez de uso”. Si lo comparamos con el año 2008, cuando el sitio web de *Plataforma por una Vivienda Digna*, organización formal, superaba a los sitios de *V de Vivienda* en todas las dimensiones, podríamos sugerir que en estos tres años los sitios web más informales de los movimientos sociales han aprovechado más las potencialidades de Internet (Tabla III). Esta conclusión coincidiría con el estudio de Della Porta y Mosca (2009: 786) que sugiere que los movimientos sociales más formales hacen un uso más tradicional de la red; mientras que los movimientos sociales menos formales y con menos recursos hacen un uso más innovador y desarrollan herramientas más interactivas.

Si atendemos al cómputo total de los años 2008 y 2011 (Tabla XI, Gráfico I), observamos que la única dimensión cuyos valores superan el 50% es la de “Información” en el 2011, es decir, el *Movimiento 15M*. El valor de la “Información” en 2011 (53%) frente de 2008 (38%), arroja una diferencia de 15 puntos porcentuales. El de “Interactividad” en 2011 es de 45% frente a 24%, una diferencia de 21 puntos porcentuales frente a 2008. En la dimensión de “Sencillez de uso y ayuda instrumental” son 44% frente a 36%, 8 puntos de diferencia. Por último, la dimensión de “Estética” es la única donde los sitios web del *Movimiento por la Vivienda Digna* presentan una puntuación superior al *15M*, con 40% y 38% respectivamente, una diferencia de 2 puntos.

Estos datos nos sugieren que los movimientos sociales en España no están utilizando sus sitios web a su máxima capacidad, pero sí existe una evidente evolución entre los años 2008 y 2011. Los movimientos sociales han centrado sus recursos en las funciones de “Información”, “Interactividad” y “Sencillez de uso”, frente a la función de “Estética y atractivo persuasivo”, como en el año 2008. En el siguiente epígrafe desarrollamos los resultados obtenidos en cada una de las cuatro dimensiones analizadas.

4.1. Información, interactividad, ayuda instrumental y estética.

A continuación presentamos una descripción más detallada de los resultados preliminares por cada una de las cuatro dimensiones de los sitios web del *Movimiento por la Vivienda Digna* y el *Movimiento 15M* (Tablas XII, XIII y XIV).

a) Información

La dimensión de “Información” se centra en el análisis del volumen, calidad, utilidad y variedad de la información que proporciona la página. Está formada por cinco categorías que, a su vez, se divide en cuatro ítems. La primera categoría (1.1)¹¹ se refiere a la información de auto-presentación y relaciones públicas. En las tablas XII, XIII y XIV, observamos que los valores de esta categoría han aumentado entre los años 2008 (24,62%) y 2011 (87,50%) de manera significativa. Ninguna de las web del MVD supera el 50% mientras que en las web del *Movimiento 15M* sólo hay una web, la del municipio barcelonés de Nou Barris que sólo alcanza el 13% (aunque es superior al 8% que presentaba en 2008). Podemos suponer, por tanto, que los movimientos sociales en 2011 le dan más relevancia a la difusión de la información de la organización, su estructura básica, directorios de contacto y principios ideológicos. La mayoría de las web sociales en 2011 destacan la estructura de su organización en comisiones y grupos de trabajo, y cada uno de ellos contiene información de contacto. Es relevante señalar que en ninguna de las web analizadas aparece información personal sobre miembros del grupo, sino que presentan una clara estructura horizontal sin líderes personalizados. Todo ello se corresponde con la intencionalidad de expresar y movilizar una “opinión pública discursiva” frente a la “opinión pública agregada”, mucho más jerarquizada, expresada en votaciones y sondeos (Sampedro, 2000).

En la segunda categoría (1.2), referida a la información externa, la diferencia entre 2008 (49,62%) y 2011 (54,55%) es menor aunque, también en este caso, se han aumentado los valores en 2011. En ambos casos se da una relevancia menor a la incorporación de información proveniente de otras organizaciones o medios de comunicación general. El ítem que contiene unos valores más altos en ambos casos es el de enlaces a grupos de

¹¹ Cada una de las cinco categorías de cada dimensión está ponderada en orden de relevancia, así la categoría 1 pondera por 1, la 2 pondera por 2, la 3 pondera por 3, la 4 pondera por 4 y la 5 pondera por 5.

iniciativa muy vinculados a la organización. Por lo tanto podemos señalar que las web de movimientos sociales tienden a generar hipervínculos con otras organizaciones afines, cumpliendo de esta forma la función de nodo operativo dentro de una red alternativa que, con el paso del tiempo, imbrica y entrelaza más organizaciones.

La información de generalidades de actualidad corresponde a la tercera categoría (1.3) y se refiere, principalmente, a si la web social proporciona noticias internas y externas sobre la actividad de la organización y la vida política en general. Como en la categoría anterior, el MVD (40,15%), a pesar de no alcanzar el 50%, muestra los valores más altos en comparación con el resto de categorías y dimensiones y también percibimos una evolución al alza en este tipo de información en 2011 (65,91%). Antes constatábamos un incremento de la “granularidad” (Chadwick, 2006) interna; es decir, una mayor interacción con otros movimientos u organizaciones. Y ahora percibimos la misma tendencia, en cuanto a las referencias y debates externos.

En la cuarta categoría (1.4) de la dimensión “Información”, referida a la aportación de información política elaborada de nivel especializado, volvemos a encontrar una gran diferencia entre los valores de 2008 (37,12%) y 2011 (60,23%). Podemos, de este modo, señalar que los movimientos sociales le dan gran relevancia al acceso a una información política especializada imprescindible para tomar parte en la reflexión y el debate más formalizado de la política profesional y de mayor alcance a interlocutores ajenos al movimiento.

Por último, la quinta categoría (1.5) es la que presenta los valores más bajos en los dos años. Ni el MVD (23,86%) ni el 15M (32,95%) alcanzan el 50% en la aportación de información política contextual; es decir, documentos de reflexión política social no vinculados directamente a sus posiciones políticas explícitas. El incremento percibido, sin embargo, nos habla de una mayor capacidad de interlocución con actores que no forman parte del movimiento.

b) Interactividad

La dimensión “Interactividad” se centra en las posibilidades de comunicación bidireccional entre los usuarios de la web y la organización, y entre los propios usuarios entre sí, a través de la web.

La primera categoría (2.1) se refiere a la posibilidad de lectura simple, e incluye la posibilidad de descarga de materiales de vídeo y audio, así como la calidad de lectura de los textos (extensión, variedad e hipertexto). Las web de MVD de 2008 presentan unos niveles muy bajos (26,14%) frente a los resultados de 2011, donde una vez más, se percibe una evolución al alza (57,95%).

Las cuatro categorías restantes de la dimensión “Interactividad” resaltan las posibilidades de interacción entre la organización y los usuarios. Así la segunda categoría (2.2) se refiere a la calidad de los formularios existentes en la web y su respuesta. Esta categoría muestra valores significativamente bajos tanto en 2008 (15,15%) como en 2011 (20,45%). En seis de las once web analizadas del 15M no se encontraron ni encuestas ni formularios de solicitud de información. Sin embargo, en la tercera categoría (2.3), referida a la posibilidad de correspondencia electrónica, los valores aumentan a un 28,79% en 2008 y alcanza un 62,50% en 2011. Podemos señalar, por tanto, que el *Movimiento 15M* favorece el contacto más personalizado a través del correo electrónico y por esta vía se abre a círculos de simpatizantes más amplios.

La cuarta categoría (2.4) analiza el intercambio a través de chats, foros y comunidades virtuales. En 2008, el MVD presenta un valor del 25,38% frente al 42,05% del *Movimiento 15M*, que tampoco alcanza el 50%. Sin embargo, es necesario señalar que dentro de esta categoría presenta bajos niveles en lo que se refiere a chats y foros, aunque se han detectado varias páginas de foros muy activas y herramientas de participación comunes de la organización como *Propongo* (<http://propongo.tomalaplaza.net/>). También es destacable que la mayoría de las web de *Movimiento 15M* cuentan con enlaces a comunidades virtuales o redes sociales. Prácticamente el 100% de las web cuenta con un enlace a la red social alternativa N-1 (<https://n-1.cc/>), utilizada para la difusión de información política y organizativa y para la propia organización interna. Y una gran mayoría también vincula la web a comunidades como *Facebook*, *Flickr*, *Twitter*, y *Youtube*. La opinión pública discursiva, una vez más, cobra mayor protagonismo y dinamismo, al incorporar redes sociales y de intercambio de archivos multimedia, favorecidos por nuevos dispositivos de interacción horizontal.

La quinta categoría de la dimensión “Interactividad” (2.5) estudia la posibilidad de la participación de los ciudadanos en la elaboración de contenidos propios y de su interacción mediante blogs. Ni el movimiento social estudiado en 2008 (17,05%) ni en 2011 (43,18%) alcanza el 50% en esta categoría. En el caso de 2011 podríamos pensar que es debido a que la aportación de los usuarios se concentra principalmente en las comunidades virtuales, en concreto, en la red N-1, donde cada usuario puede aportar sus textos y opiniones libremente. Pero el hecho de que los porcentajes se hayan doblado muestra, de nuevo, el aprovechamiento y promoción de la discursividad frente a la mera agregación, y una mayor apertura a los círculos de la opinión pública más ajenos al movimiento.

c) Sencillez de uso y ayuda instrumental

Esta dimensión está centrada en la sencillez de uso, la claridad y la facilidad en la localización de los contenidos de la web. La primera categoría (3.1) observa la actualización de sus contenidos y se muestra una diferencia clara entre las web 2008 (20,45%) y las de 2011 (61,36%) donde diez de las once páginas analizadas superan el 50%. El *Movimiento 15M*, por tanto, muestra una dinámica mucho más activa. Esto puede deberse a que está integrado por un grupo mucho más numeroso de gente que el MVD. Cuenta, por tanto, con más miembros capaces de rotar en las funciones de mantenimiento y actualización de la web.

La segunda categoría (3.2) se refiere a la claridad en la estructura de la página y, en este caso, las web de MVD de 2008 presentan un valor más elevado (37,50%) aunque no superan el 50% del *Movimiento 15M* (54,55%). Además de la posibilidad de contar con más miembros responsables del mantenimiento de la web, es necesario señalar que en los tres años que separan al MVD del 15M, se han desarrollado nuevos dispositivos de software y aplicaciones digitales que facilitan el diseño y la administración de un sitio web.

Tanto el MVD (55,68%) como el 15M (70,45%) presentan altos valores y al alza en la tercera categoría (3.3), correspondiente a las ayudas para la búsqueda y navegación; e incluye la existencia de motores de búsqueda externa e interna y la aplicación del hipertexto. Mientras que en la cuarta categoría (3.4), que se enfoca en la ayuda para documentación e investigación, ambos movimientos no superan el 50% presentando un

11,36% el MVD, con seis web con valor 0, y un 34,09% el 15M con cuatro web con valor 0. Esta categoría incluye el acceso a textos en otros idiomas del estado español y extranjeros.

La última categoría de la dimensión “Sencillez de uso” (3.5) corresponde a la existencia, calidad y relevancia de enlaces externos y, como en la categoría anterior, ninguno de los dos movimientos analizados alcanza valores medios. En este caso, el MVD presenta un valor superior (36,36%) que el 15M, del que sólo la web de *Democracia Real Ya* (63%) supera un valor del 50%. Esto demuestra que, aunque existen enlaces a web externas afines a la organización, se percibe la ausencia de web no simpatizantes, además de una deficiencia en la estructuración y presentación de las web externas dentro del sitio.

b) Estética y atractivo persuasivo

Esta dimensión se refiere al atractivo estético y persuasivo que presenta la web. Se analizan los diversos recursos de diseño gráfico e impacto visual y sonoro, y la capacidad de innovación en la presentación de sus contenidos. En esta dimensión el MVD (40%) presenta unos valores ligeramente más elevados que el 15M (38%), aunque como en las dimensiones anteriores - con la excepción del 15M en la dimensión “Información” - el cómputo total de ambos años tampoco alcanza el 50%.

La primera categoría (4.1) atiende a los contenidos satíricos o humorísticos. Aunque el cómputo total del MVD (27,27%) en esta categoría es inferior al del 15M (38,64%), las diez páginas analizadas en 2008 muestran algún valor, aunque bajo, en esta categoría. Mientras que en 2011, encontramos que tanto la web del 15M Ourense como la de Nou Barris no contienen ningún elemento de humor. El info-entretenimiento o la sátira política del ciberactivismo no parece canalizarse, por tanto, en las webs oficiales, en un claro intento de autolegitimación. Esta afirmación se sostiene a la luz de la importancia e incremento de este tipo de tecnopolítica más ligada a la remezcla creativa y la emocionalidad (Sampedro y Sánchez Duarte, 2013)

La segunda categoría analizada en esta dimensión (4.2) es de especial relevancia en el estudio de los movimientos sociales ya que se refiere a la inclusión de simbología y propaganda política. El cómputo total tanto en 2008 como en 2011 coincide con un

31,82%, o 56 puntos. Es necesario señalar que en esta categoría se puntúa la opción de sección de captación de fondos y que ha dado resultado 0 en todas las web analizadas, excepto en la web de *Plataforma por una Vivienda Digna y V de Vivienda* Madrid. El “crowdfunding”, por tanto, no se había integrado aún a la financiación del tejido ciberactivista. La función de movilización de las web del 15M se ha centrado en las convocatorias de movilización, recogida de firmas e incorporación de voluntariado. Estas categorías han dado un resultado positivo en todas las web analizadas del 15M.

La presencia de imágenes y fotografías que ilustren los contenidos se estudian en la tercera categoría (4.3), donde el MVD presenta un valor del 16,29% y el 15M del 30,68%. Sólo las páginas del 15M Zaragoza e Internacional superan el 50%.

La cuarta categoría (4.4) se refiere al atractivo visual del sitio web y, como en la categoría anterior, ni el MVD (29,55%) ni el 15M (28,41%) alcanzar valores superiores al 50%. La quinta y última categoría del estudio (4.5), analiza el atractivo de la estructura gráfica general de las web y en este caso, ambos movimientos superan el 50% de valor y el MVD (57,95%) presenta un valor más elevado que el 15M (52,27%). Esto demuestra que antes se daba más relevancia a la estética a pesar de que después se contaba con más facilidades (recursos personales y telemáticos) para diseñar una página más atractiva y persuasiva. Los esfuerzos, por tanto, parecen haberse centrado en funciones más sustantivas, de mayor debate e interlocución, tanto interna como externa

5. Conclusiones.

Esta es una primera aproximación a los datos obtenidos en nuestro estudio de las funciones comunicativas de los sitios web de los movimientos sociales en las campañas electorales de 2008 y 2011. Nos ha permitido comprobar que, a pesar de que Internet se postula como una herramienta fundamental para la comunicación de los movimientos sociales en España, éstos aún no han aprovechado todo el potencial que ofrecen los sitios web para la difusión de información, y la organización de acciones y movilización de recursos y activistas.

Sin embargo, podemos confirmar, parcialmente, nuestra hipótesis general, comparativa de los dos períodos electorales (H5¹²). Los sitios web del *Movimiento 15M* presentan mayores grados de información, interactividad y sencillez de uso que el *Movimiento por la Vivienda Digna*. Esto puede deberse a, como decíamos, que el 15M ha recogido la herencia de los movimientos precedentes y ha sabido combinar sus estrategias de acción en los escenarios online y offline. Todo ello ha fortalecido e impulsado a las cibermultitudes. Por otro lado, la dimensión con valores más bajos del 15M es la de “Estética y Atractivo Persuasivo” (38%), inferior al valor del MVD (40%).

Estos resultados sugieren que, en el año 2008 los movimientos sociales seguían un modelo de comunicación más similar al de los partidos políticos (Dader, Campos, Vizcaíno, Cheng, 2011). Enfocaban su estrategia de comunicación más a la persuasión que a la “Información” (38%), “Interactividad” (24%) y “Sencillez de uso” (36%). El hecho de que el *Movimiento 15M* haya centrado su estrategia comunicativa en la “Información”, y haya aumentado sus valores en “Interactividad” y “Sencillez de uso”, frente al atractivo estético, sugiere que este movimiento cuenta con una estructura horizontal más clara, y que su comunicación quiere orientarse hacia la transparencia, a promover la reflexión y al diálogo, a la interacción con los usuarios de la web y a favorecer la participación más allá de ella. Resulta significativo, pues, este intento de imbricar la opinión discursiva, que además se desarrolla de forma presencial en el movimiento de asambleas locales del 15M de forma proposital y organizada, frente al *espontaneísmo* que caracterizaba al movimiento de la vivienda.

Estos primeros resultados también nos permiten contrastar las hipótesis generales planteadas:

H1. INFORMACIÓN: En los sitios web de los movimientos sociales prevalecerá la información extensa que favorezca el debate y la reflexión político social de sus temas.

Comprobamos que, en el caso del MVD, a pesar de contar con unos valores muy bajos en “Información”, daba más relevancia a la información externa, de actualidad y de política de fondo que a la de auto-presentación. Sin embargo, el 15M cuenta con el

¹² H5. Las web del *Movimiento 15M* presentarán mayores grados de información, interactividad, sencillez de uso y estética

valor más alto de la dimensión de “Información” en la categoría de autopresentación: información de la organización, su estructura básica, directorios de contacto y principios ideológicos. Aunque los valores en las otras cuatro categorías también son elevados, prevalece la información sobre la organización interna. La información de los sitios web analizados apuestan, por tanto, más por la apertura y transparencia de la organización.

H2. INTERACTIVIDAD: Los sitios web de los movimientos sociales presentarán altos grados de actividad permitida al usuario debido a su estructura de participación horizontal.

Las web pertenecientes al MVD presentan unos valores muy bajos en “Interactividad”, con valores inferiores al 30% en cada una de las cinco categorías. Las web del 15M presentan valores por encima del 50% en las categorías de posibilidad de lectura simple y correspondencia electrónica. Por tanto, observamos que los niveles de interactividad de los sitios web tanto en 2008 y en 2011 son muy bajos y que la interactividad de las web de 2011 resulta aún limitada; a pesar de su enorme expansión. También debemos señalar que en 2008 la red social *Facebook*, no contaba con un gran número de usuarios en España y que las redes autogestionadas, como la N-1 del 15M, no existían. Actualmente las redes sociales corporativas y propias son las plataformas principales de interacción entre las organizaciones y los usuarios; las primeras, hacia fuera y las segundas, hacia dentro de las organizaciones sociales. Es una evolución lógica de la tendencia que la interacción y el intercambio con los usuarios se ha trasladado de los sitios web a las redes sociales.

H3. SENCILLEZ DE USO Y AYUDA INSTRUMENTAL: Las webs de los movimientos sociales darán gran relevancia al acceso universal a toda la información por lo que contarán con ayudas para la navegación y documentación, textos en distintos idiomas y una elevada oferta de enlaces a webs externas y de diversidad ideológica.

En esta dimensión encontramos que, tanto el MVD en 2008 como el 15M en 2011 presentan los valores más elevados en la tercera categoría, correspondiente a las ayudas para las búsquedas y la navegación. Sin embargo, presentan valores muy bajos en la ayuda para la documentación, en la variedad de textos en distintos idiomas y no cuentan con una gran oferta de enlaces a webs de diversidad ideológica. También es muy

significativa la diferencia de valores entre 2008 y 2011, por lo que se hace evidente la evolución al alza de los movimientos también en esta categoría. El *Movimiento 15M* muestra una dinámica mucho más activa. Esto puede deberse a que está integrado por un grupo mucho más numeroso de gente que el MVD y, por tanto, el 15M cuenta con más capacidad de desarrollo y actualización de la web.

Sin embargo, la ausencia de enlaces externos (3.5), además de una deficiencia en la estructuración y presentación de las web externas dentro del sitio, revela la limitación del uso de Internet de estos movimientos sociales ya que los enlaces son una herramienta esencial para generar y expandir las redes. Es significativo que esta categoría ha reducido su valor en 2011 (27,27%) respecto a 2008. Un dato que más que una limitación en la capacidad de este movimiento para generar redes, revela la posibilidad de que, como en el caso de la interactividad, las redes sociales hayan absorbido esa función.

H4. ESTÉTICA y ATRACTIVO PERSUASIVO: Las web de los movimientos sociales presentarán bajos grados estéticos y de atractivo persuasivo porque centran sus recursos en la publicación de materiales para la reflexión, en su propia organización y en el uso de plataformas de deliberación.

A pesar de no alcanzar el 50%, el *Movimiento por la Vivienda Digna* presenta sus valores más elevados en la dimensión “Estética” por lo que se rechazaría la cuarta hipótesis. Sin embargo, el *Movimiento 15M*, presenta unos valores inferiores a los del movimiento de 2008 y es la dimensión con los valores más bajos. Por lo que podríamos señalar que este movimiento ha centrado sus recursos en las dimensiones de “Información”, principalmente, “Interactividad” y “Sencillez de uso”, potenciando el alcance y la interlocución con sectores de la población más amplios. Dentro de esta dimensión es muy significativa la función de movilización. El *Movimiento 15M* ha enfocado esta función en la convocatoria de movilización, recogida de firmas e incorporación de voluntariado. Esto explicaría el mayor calado social y el enorme perímetro de simpatía que recoge el *Movimiento 15M* en comparación con los anteriores.

También hemos podido observar cómo los sitios web de organizaciones más formales como *Democracia Real Ya* han hecho un uso más tradicional de la red que los sitios web de *Toma la Plaza*, menos formales y con menos recursos en el momento de la recogida de datos, en las elecciones generales de 2011. Esto es consonante con la evolución interna del *Movimiento 15M* y no es sorprendente que *Democracia Real Ya* haya sido la primera escisión electoral del *quincemayismo*. Algunos de sus promotores han creado una asociación legalizada y plantean presentarse como partido político a las elecciones¹³ Son también el grupo de activistas que antes entraron a trabajar en Change.org, una de las principales plataformas transnacionales para la recogida de firmas sobre campañas de carácter social. El uso más formalizado de la web refleja también el grado de formalización interna de las organizaciones sociales y su apuesta por fusionarse con iniciativas más ligadas al mercado y la política convencionales.

Por último hemos podido comprobar que existe una diferencia significativa en el uso de Internet por parte de las organizaciones localizadas en las ciudades pequeñas respecto a las de ciudades grandes. Aunque, es significativo que los sitios web de las ciudades pequeñas, con menos recursos y peor puntuadas, se orientaban sin embargo a la "Información" desde 2008, frente a la "Estética", como lo hacían los sitios analizados del *Movimiento por la Vivienda Digna*. Las diferencias de recursos humanos y materiales darían cuenta de estas diferencias. No hemos encontrado, sin embargo, diferencias especialmente significativas entre los sitios web pertenecientes a ciudades con predominio de votos del PP, excepto en la categoría de estética que supera en casi 12 puntos porcentuales a las ciudades con una mayoría de votos del PSOE en 2011. Nuestro presupuesto de que el nivel de oposición a un contexto institucional hostil, identificado con la hegemonía local del PP, no se ha visto refrendado políticamente.

Las páginas web analizadas en este estudio han mostrado un incremento muy significativo de los niveles de información, interactividad, sencillez de uso y capacidad de movilización. Para poder contextualizarlos con unos parámetros comparativos necesitaríamos contrastarlos con los valores alcanzados en las mismas dimensiones con los partidos políticos. Ese será nuestro siguiente paso en los próximos desarrollos de esta investigación. El siguiente análisis lógico es establecer comparaciones de los resultados de las webs partidarias y sociales en España y en las democracias de su

¹³ ATD! <http://www.ahoratudecides.es>

contexto; cuando la existencia de trabajos homologables lo permita. Solo entonces podremos concluir en qué medida el ciberactivismo español no está aprovechando toda la potencialidad democratizadora que ofrece Internet. La comparación temporal que hemos presentado entre el año 2008 y 2011 sí refrenda una progresiva incorporación e incrementos en casi todas las dimensiones contempladas. El esfuerzo realizado por el activismo más movilizadado en la red es considerable, sobre todo considerando el lapso temporal tan reducido y la enorme precariedad de recursos propios y de apoyo institucional con el que cuentan. Las comparaciones antes señaladas podrían aportarnos valiosa información para determinar en qué medida aún estamos lejos de alcanzar una esfera pública digital ideal y de las contribuciones realizadas por los actores sociales y políticos.

Tabla II: Puntuación total de las dimensiones obtenida por las web sociales en 2008 y 2011

Web social 2008	Web social 2011	Información		Interactividad		Sencillez		Estética	
		2008	2011	2008	2011	2008	2011	2008	2011
Cáceres Vivienda Digna	Cáceres 15M	23,33	50,00	16,67	30,00	10,83	40,00	10,00	30,00
Ourense Vivienda Digna	Ourense 15M	17,50	57,50	14,72	22,50	10,83	37,50	52,50	15,00
Madrid Vivienda Digna	Madrid 15M	34,17	55,00	18,89	55,00	32,50	67,50	64,17	45,00
Gipuzkoa Vivienda Digna	Donostia 15M	38,61	60,00	23,61	47,50	35,83	25,00	45,83	30,00
Plataforma por una vivienda digna	Democracia Real Ya	49,72	45,00	28,61	42,50	54,17	50,00	65,83	40,00
Barcelona Vivienda Digna	Barcelona 15M	46,11	70,00	34,72	50,00	50,83	65,00	40,83	17,50
Nou Barris Vivienda Digna	Nou Barris 15M	29,44	10,00	11,11	7,50	29,17	20,00	14,17	20,00
Granada Vivienda Digna	Granada 15M	33,06	70,00	28,33	50,00	45,00	67,50	7,50	30,00
Zaragoza Vivienda Digna	Zaragoza 15M	43,06	90,00	26,11	70,00	40,00	50,00	48,33	52,50
Cantabria Vivienda Digna	Santander 15M	33,61	22,50	33,33	27,50	28,33	32,50	25,00	30,00
Asturias Vivienda Digna	Asturias 15M	26,94	32,50	5,56	45,00	21,67	35,00	27,50	37,50
	Internacional 15M		100,00		50,00		55,00		52,50

Tabla III: Puntuación total de las dimensiones obtenidas por las web sociales ordenadas por ciudades grandes y pequeñas.

%	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
Ciudades pequeñas 2008	28,93	19,05	25,95	26,07
Ciudades grandes 2008	41,11	26,57	41,11	51,11
Ciudades pequeñas 2011	43,21	32,86	36,79	27,50
Ciudades grandes 2011	71,67	58,33	60,83	38,33
Total ciudades pequeñas	36,07	25,95	31,37	26,79
Total ciudades grandes	56,39	42,45	50,97	44,72

Tabla IV: Puntuación total de las dimensiones obtenidas por las web sociales de las ciudades pequeñas en 2008.

Ciudades pequeñas 2008	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
Cáceres Vivienda Digna	23,33	16,67	10,83	10,00
Gipuzkoa Vivienda Digna	38,61	23,61	35,83	45,83
Granada Vivienda Digna	33,06	28,33	45,00	7,50
Cantabria Vivienda Digna	33,61	33,33	28,33	25,00
Asturias Vivienda Digna	26,94	5,56	21,67	27,50
Ourense Vivienda Digna	17,50	14,72	10,83	52,50
Nou Barris Vivienda Digna	29,44	11,11	29,17	14,17
Total	28,93	19,05	25,95	26,07

Tabla V: Puntuación total de las dimensiones obtenidas por las web sociales de las ciudades grandes en 2008.

Ciudades grandes 2008	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
Barcelona Vivienda Digna	46,11	34,72	50,83	40,83
Madrid Vivienda Digna	34,17	18,89	32,50	64,17
Zaragoza Vivienda Digna	43,06	26,11	40,00	48,33
Total	41,11	26,57	41,11	51,11

Tabla VIII: Puntuaciones totales obtenidas por las web sociales ordenadas por partido más votado en ciudades en 2008.

2008	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
PP	32,28	24,28	31,33	39,50
PSOE	32,89	18,33	29,67	27,67

Tabla VI: Puntuación total de las dimensiones obtenidas por las web sociales de las ciudades pequeñas en 2011.

Ciudades pequeñas 2011	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
Cáceres 15M	50,00	30,00	40,00	30,00
Donostia 15M	60,00	47,50	25,00	30,00
Granada 15M	70,00	50,00	67,50	30,00
Santander 15M	22,50	27,50	32,50	30,00
Asturias 15M	32,50	45,00	35,00	37,50
Ourense 15M	57,50	22,50	37,50	15,00
Nou Barris 15M	10,00	7,50	20,00	20,00
Total	43,21	32,86	36,79	27,50

Tabla VII: Puntuación total de las dimensiones obtenidas por las web sociales de las ciudades grandes en 2011.

Ciudades grandes 2011	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
Barcelona 15M	70,00	50,00	65,00	17,50
Madrid 15M	55,00	55,00	67,50	45,00
Zaragoza 15M	90,00	70,00	50,00	52,50
Total	71,67	58,33	60,83	38,33

Tabla IX: Puntuaciones totales obtenidas por las web sociales ordenadas por partido más votado en ciudades en 2011.

2011	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
AMAIUR	60,00	47,50	25,00	30,00
PP	53,93	42,86	47,14	34,29
PSOE	40,00	28,75	42,5	18,75

Tabla X: Puntuaciones totales obtenidas por las web sociales ordenadas por ciudades con mayoría de voto de PP y PSOE en 2008 y 2011.

Totales 2008-2011	Información	Interactividad	Sencillez	Estética
PP	43,10	33,57	39,24	36,89
PSOE	36,44	23,54	36,08	23,21

Tabla XI. Cómputo total 2008-2011 por dimensión

	Información	Interactividad	Sencillez uso	Estética
2008	38	24	36	40
2011	53	45	44	38

Tabla XII. Puntuación total de las cinco principales categorías por dimensión 2008

	Información					Interactividad					Sencillez uso					Estética				
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
Cáceres Vivienda Digna	21	38	38	25	8	17	4	25	17	17	0	13	25	0	13	13	0	25	0	13
Ourense Vivienda Digna	21	29	17	13	17	33	4	29	13	8	0	25	38	0	0	13	0	25	50	100
Madrid Vivienda Digna	42	63	63	29	8	21	8	21	25	17	63	75	50	0	25	38	75	25	50	100
Gipuzkoa Vivienda Digna	42	46	54	50	17	42	33	42	25	4	38	25	75	25	25	13	50	0	50	75
Plataforma VD	33	79	46	63	33	25	33	33	33	21	25	50	75	38	63	38	88	25	50	100
Barcelona Vivienda Digna	42	54	63	42	38	29	21	33	46	33	50	75	75	38	38	50	38	4	25	75
Nou Barris Vivienda Digna	8	33	42	29	25	8	0	17	17	8	0	25	50	13	38	13	13	0	13	25
Granada Vivienda Digna	13	50	17	42	33	21	33	38	25	25	0	50	50	13	75	25	13	0	0	13
Zaragoza Vivienda Digna	13	46	33	58	42	42	13	29	33	21	50	38	75	0	50	38	25	38	38	75
Cantabria Vivienda Digna	21	58	33	25	33	42	17	38	42	29	0	25	63	0	38	25	25	25	25	25
Asturias Vivienda Digna	17	50	38	33	8	8	0	13	4	4	0	13	38	0	38	38	25	13	25	38

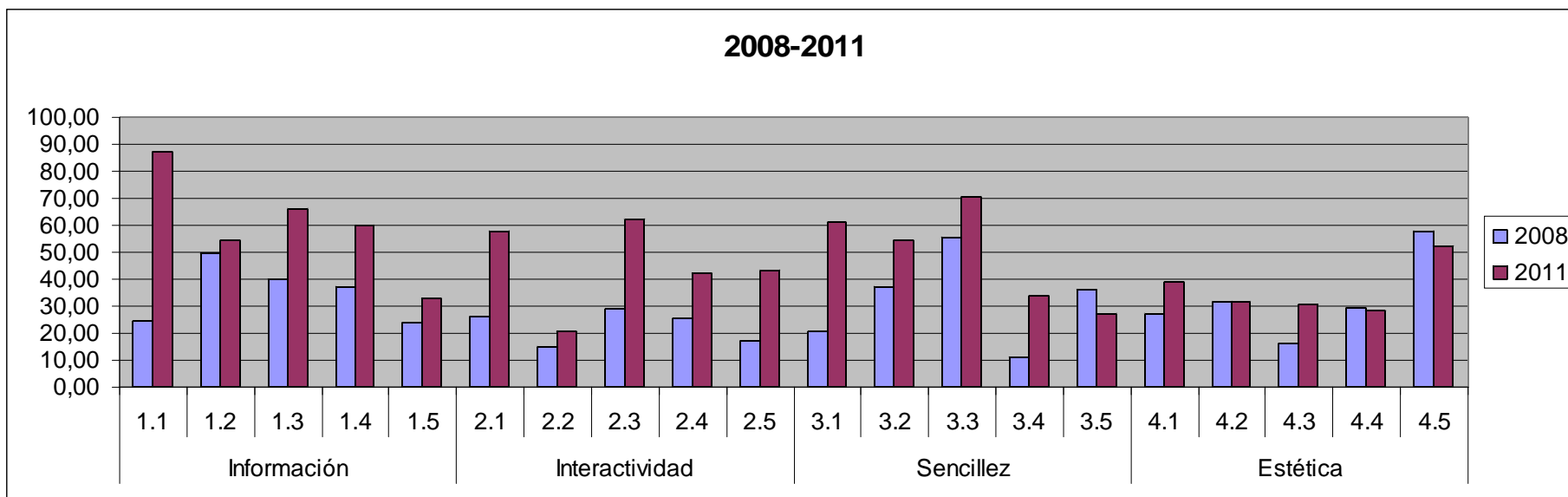
Tabla XIII. Puntuación total de las cinco principales categorías por dimensión 2011

	Información					Interactividad					Sencillez uso					Estética				
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
Cáceres	63	63	38	75	13	38	0	63	13	38	38	50	63	25	25	38	25	13	38	38
Ourense	75	50	75	50	38	50	0	25	13	25	63	38	38	25	25	0	13	13	13	38
Madrid	100	38	75	50	13	63	25	50	100	38	75	100	75	63	25	50	25	0	75	75
Donostia	100	75	63	50	13	50	0	88	50	50	50	13	25	38	0	63	13	13	13	50
Democracia Real Ya	63	25	50	75	13	38	25	50	63	38	25	50	75	38	63	38	38	38	25	63
Barcelona	100	38	63	75	75	50	25	88	25	63	75	63	63	88	38	13	25	38	0	13
Nou Barris	13	25	0	13	0	0	0	25	13	0	13	25	50	0	13	0	13	0	25	63
Granada	100	88	63	63	38	75	0	100	38	38	63	100	75	50	50	25	25	13	25	63
Zaragoza	100	100	100	88	63	88	50	88	50	75	100	38	75	0	38	75	38	75	25	50
Santander	50	0	50	13	0	50	50	0	25	13	50	38	75	0	0	13	38	13	25	63
Asturias	100	0	50	13	0	63	0	88	0	75	63	38	75	0	0	38	63	50	25	13
Internacional	100	100	100	100	100	75	50	25	75	25	63	50	88	50	25	75	38	75	25	50

Tabla XIV. Cómputo total 2008-2011 de las cinco principales categorías por dimensión

	Información					Interactividad					Sencillez					Estética				
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
2008	24,62	49,62	40,15	37,12	23,86	26,14	15,15	28,79	25,38	17,05	20,45	37,50	55,68	11,36	36,36	27,27	31,82	16,29	29,55	57,95
2011	87,50	54,55	65,91	60,23	32,95	57,95	20,45	62,50	42,05	43,18	61,36	54,55	70,45	34,09	27,27	38,64	31,82	30,68	28,41	52,27

Gráfico I. Cómputo total 2008-2011 de las cinco principales categorías por dimensión



5.- Bibliografía

Aguilar Fernández, S., & Fernández Gibaja, A. (2010). “El Movimiento por la Vivienda Digna en España o el porqué del fracaso de una protesta con amplia base social”. *Revista Internacional De Sociología* 68, núm. 3, págs. 679-704.

Bimber, B. (2010) “The Study of Information Technology and Civic Engagement”, *Political Communication*, núm. 17, págs. 329–333

Borge, Rosa and Cardenal, Ana S. (2011) “Surfing the Net: A Pathway to Participation for the Politically Uninterested?”, *Policy & Internet*: Vol. 3: Iss. 1, Article 3

Boulianne, S (2009) “Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research”, *Political Communication*, núm. 26, págs. 93–211

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”. En Sampedro, V. (2011) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense.

Dahlgren, P. (2005) The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation, *Political Communication*, núm. 22, págs. 147–162

Della Porta, D. (2011): “Communication in movement”, en *Information, Communication & Society*, núm 14:6, págs. 800-819

Della Porta, D. y Mosca, L. (2009): “Searching the net”, *Information, Communication & Society*, núm 12:6, págs. 771-792

Gil González, I. 2008. “Nuevos usos y consumos de la comunicación digital. El caso paradigmático del Movimiento por la Vivienda Digna”. *Textos de la CiberSociedad* 15.

Goldberg, G. (2010): “Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation”, *New Media Society*, núm. 13, págs 739

Haro Barba, C. (2011) “Activismo político en la Sociedad Red: el caso del Movimiento por la Vivienda Digna en España”. Ponencia presentada en el X Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración (AECPA). Murcia 09/09/2011 [<http://www.aecpa.es/congresos/10/ponencias/337/>]

Haro Barba, C. y Sampedro, V. (2011) “Activismo político en Red: del Movimiento por la Vivienda Digna al 15M” *Revista Teknokultura*, Volumen 8, Número 2, Diciembre/2011 [<http://teknokultura.net/index.php/tk/article/view/14/pdf>]

Chadwick, Andrew (2006) *Internet Politics*. New York: Oxford University Press.

- Loader, B. & Mercea, D. (2011): “Networking Democracy?” *Information, Communication & Society*, núm. 14:6, págs. 757-769
- Papacharissi, Z. (2009) “The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond” en Chadwick, A. y Howard, P. (Eds.) *Handbook of Internet Politics*
- Sampedro, V. (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Ed. Istmo.
- Sampedro, V. (ed) (2011) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense [http://www.ucm.es/BUCM/ecsa/36254.php?id=687]
- Sampedro, V., & Resina, J. (2010) *Opinión pública y democracia deliberativa en la sociedad red*. Ayer, núm. 4, págs. 80
- Sampedro, V. & Sánchez Duarte, J.M. (2011). “La red era la plaza”, en Sampedro, V. (ed) (2011) *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*. Madrid: Editorial Complutense.
- Sampedro, Víctor y Sánchez Duarte, José Manuel (2013) “Citizens’ participation in electoral cyber-campaigns. Theoretical debates and a tentative typology” Ponencia presentada en *Mapping The Digital News Ecosystem: Professional Journalism, New Producers And Active Audiences In The Digital Public Sphere*. ESF Exploratory Workshop - SCH. Barcelona, 8-11 de mayo.
- Stein, L. (2009) “Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement websites. *New Media Society* núm 11, págs. 749
- Stein, L. (2011) “Environmental website production: a structuration approach”, *Media Culture Society*, núm. 33, págs. 363
- Subirats, J. (2011) *Otra sociedad, ¿otra política? La democracia de lo común*. Madrid: Icaria.
- Van Aelst, P. & Walgrave (2002) “New media, new movements? The role of the internet in shapping the “antiglobalization” movement”, *Information, Communication & Society*, núm 5:4, págs 465-493