

**15M: ANÁLISIS DE LA ENTROPÍA
COMUNICATIVA**



**VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA**

Autor: José Manuel Martín Corvillo

Directores: Ricardo Morant Marco y Montse Veyrat Rigat

Lectura: 3 de Junio de 2013

Agradecimientos:

A mi padre, Moisés Martín, a quien perdí por el camino y a quien me encuentro cada día en forma de pensamiento.

A mi madre, Paula Corvillo, y mis hermanas Cristina y Mónica, por demasiadas cosas.

A mis directores de tesis, Ricard Morant y Montse Veyrat, por los consejos, la sabiduría y la sencillez, y por la paciencia y el estímulo constante sin las que es imposible emprender un proyecto de investigación.

A Prigogine, Çambel y Escohotado, por demostrar que el caos no implica necesariamente desorden, diga lo que diga ese montón de ropa de la silla, mamá.

Índice

1	Introducción	11
2	Estado de la cuestión	19
2.1	El 15M como movimiento social	19
2.2	Mecanismos de manifestación de los movimientos sociales en el siglo XXI. La información como estímulo.	25
2.2.1	Antecedentes: de Mayo del 68 a la Liga Árabe pasando por Islandia	25
2.2.2	La nueva vía comunicativa: las redes sociales como herramienta subversiva	37
2.2.2.1	La red social como sinónimo de implicación. El ejemplo de Xiamen.	37
2.2.2.2	La red 2.0: el desarrollo de internet y su papel en la expansión de las revueltas.	44
3	Perspectiva teórica	55
3.1	¿Por qué la T ^a del Caos?	55
3.1.1	La interdisciplinariedad como necesidad	57
3.1.2	Los fenómenos complejos y la oportunidad descriptiva	62
3.2	Fundamentos de la T ^a del Caos	66

3.2.1	Linealidad frente a complejidad	66
3.2.1.1	Definición de sistema	66
3.2.1.2	Principios de los sistemas lineales.	68
3.2.1.3	Principios de los sistemas complejos	72
3.2.1.4	Caos en la complejidad y sistemas sociales	77
3.2.2	Sistemas aislados y sistemas abiertos	80
3.2.2.1	Características de los sistemas aislados	82
3.2.2.2	Características de los sistemas abiertos	85
3.2.2.3	El 15M como sistema abierto	90
3.2.3	Desequilibrio, espacio-fase e irreversibilidad.	95
3.2.3.1	El espacio-fase: el papel del tiempo en el análisis de sistemas complejos	95
3.2.3.2	Desequilibrio: Cuantificación y estado <i>far-from-equilibrium</i>	98
3.2.3.3	Irreversibilidad	105
3.2.4	Modificadores de los sistemas abiertos	108
3.2.4.1	La figura del Atractor: una breve categorización	108
3.2.4.2	La Entropía: problemática, definición y cuantificación	119
3.2.4.2.1	Problemática	119

3.2.4.2.2	Definición	122
3.2.4.2.3	Cuantificación	127
4	Metodología, objetivos, clasificación de la investigación y formulación de hipótesis	131
4.1	Metodología	131
4.2	Objetivos	133
4.2.1	Objetivo general	133
4.2.2	Objetivos específicos	133
4.3	Clasificación de la investigación	135
4.4	Formulación de hipótesis	138
5	La captación del corpus	141
5.1	Metodología de captación	141
5.2	Metodología de estudio y generación del subcorpus	145
6	Estudio del corpus bajo la perspectiva de los sistemas complejos	151
6.1	El corpus como evidencia de actividad en un sistema abierto.	151
6.1.1	15M como generador de Flujo de Entrada: el corpus	152
6.1.2	Permeabilización de las paredes sistémicas mediante	173

las redes sociales e influencia en los *mass media*.

6.1.3	Twitter, Flujo de Salida e influencia en el tejido social	191
6.2	Estudio anatómico del corpus como Flujo de Entrada	202
6.2.1	Nivel fonético	203
6.2.2	Nivel morfosintáctico	212
6.2.2.1	La marcación temporal	212
6.2.2.2	Perfil sintáctico: análisis de la complejidad	218
6.2.3	Nivel semántico	225
6.2.3.1	Análisis de frecuencias	227
6.2.3.2	Recurrencia temática en los lemas del corpus	232
6.2.3.3	Nivel léxico-semántico: el parasitismo	240
6.2.4	Nivel léxico	257
6.2.5	Nivel retórico	262
6.2.5.1	Figuras por adición o supresión	263
6.2.5.2	Figuras por repetición	267
6.2.5.3	Figuras por combinación	272
6.2.5.4	Tropos	276
6.2.5.5	Perfil retórico conjunto	280

6.2.6	Perfil anatómico agrupado del corpus/Flujo de Entrada en torno a sus características dominantes.	285
<hr/>		
6.3	Estudio anatómico del subcorpus como Flujo de Salida	287
<hr/>		
6.3.1	Definición del subcorpus	287
<hr/>		
6.3.2	Nivel fonético	291
<hr/>		
6.3.3	Nivel morfosintáctico	293
<hr/>		
6.3.3.1	Marcación temporal	293
<hr/>		
6.3.3.2	Perfil sintáctico: análisis de la complejidad	297
<hr/>		
6.3.4	Nivel semántico	300
<hr/>		
6.3.4.1	Recurrencia temática	301
<hr/>		
6.3.4.2	Nivel léxico-semántico: el parasitismo	305
<hr/>		
6.3.5	Nivel léxico	311
<hr/>		
6.3.6	Nivel retórico	314
<hr/>		
6.3.6.1	Figuras por adición o supresión	314
<hr/>		
6.3.6.2	Figuras por repetición	315
<hr/>		
6.3.6.3	Figuras por combinación	317
<hr/>		
6.3.6.4	Tropos	319
<hr/>		
6.3.6.5	Perfil retórico conjunto	321
<hr/>		
6.3.7	El perfil anatómico del subcorpus/flujo de salida	324
<hr/>		
6.4	Comparativa entre corpus y subcorpus	326

6.4.1	Conclusiones sobre la influencia de las marcas fonéticas	328
6.4.2	Revisión del empleo de referencias temporales en las figuras verbales	329
6.4.3	Revisión de las posibles implicaciones del uso de estructuras sintácticas simples y complejas	333
6.4.4	Variación semántica: referencia a las TIC como evidencia de la importancia del marco contextual virtual	335
6.4.5	Reducción del esfuerzo cognitivo mediante la replicación de lemas parasitarios	338
6.4.6	Tendencia al empleo de mensajes reducidos	342
6.4.7	Combinación de la reducción del esfuerzo cognitivo y la estimulación cognitiva del receptor	343
6.5	Establecimiento y clasificación de Atractores	350
6.5.1	Limitación de la extensión como Atractor de Punto Fijo: la constricción estructural como dinamizador	352
6.5.2	La referencia contextual como Atractor de Ciclo Límite: la Relevancia como articulador de una sociedad de la comunicación	356
6.5.3	Equilibrio entre reducción del esfuerzo cognitivo y estímulo ostensivo como Atractor Extraño: parasitismo como incentivo en el proceso de recepción y replicación	362
6.6	La entropía comunicativa: estudio de los flujos de información en el tiempo	370

6.6.1	Definición de los espacios-fase	373
6.6.2	Derivas de la entropía del flujo de información en T1, T2 , T3 y T4 dependiendo del origen del flujo de entrada	376
6.6.2.1	Niveles de Entropía para dS_i con origen en el entorno físico	378
6.6.2.2	Niveles de Entropía para dS_i conservado en el entorno virtual	379
6.6.3	Resumen de tendencias entrópicas: Entropía frente a Neg-entropía o ciclos de transmisión y conservación de la información	381
6.6.4	Nuevas vías para la conservación de la información. El slogan a través de la red: una nueva paremia	383
7	Conclusiones	389
8	Apéndice 1: El Corpus	401
9	Apéndice 2: El Subcorpus	435
10	Apéndice 3: Instrucciones y convenciones de adjuntos	457
11	Apéndice 4: Glosario de Figuras, Gráficas e Imágenes	459
12	Bibliografía	475

1. INTRODUCCIÓN

Estas páginas que ahora se presentan como tesis doctoral son el resultado de un trabajo de investigación que se inicia entre Mayo y Junio de 2011, en pleno nacimiento de uno de los movimientos sociales que más polarización social han despertado en los últimos años en el estado español, y que se ha caracterizado por no quedarse tan solo en una repetición de las formas tradicionales de manifestación del descontento social sino también por una capacidad de transmisión sin precedentes, algo sin duda catalizado por las nuevas vías comunicativas que ofrecen las redes sociales y por la increíble velocidad de transmisión de la información que ofrece internet.

Originalmente, el trabajo de investigación que en estos momentos introduzco no tuvo más que un ánimo recopilador de los lemas del movimiento 15M. Animado por el profesor Evelio Miñano Martínez, de quien tuve la suerte de recibir clases en el Máster en Investigación en Lenguas y Literaturas de la UV (2010-2011), me decidí a conformar lo que hoy supone el endoesqueleto de esta tesis doctoral. Como más tarde explicaré en detalle en la sección correspondiente a la captación del corpus, el más puro y romántico afán recopilador y un sentido de la curiosidad casi pueril fueron el único y suficiente motor para iniciar una tarea de recopilación que abarcó aproximadamente un mes y que concluyó con seiscientos veinte lemas anotados en mi apreciado –y a estas alturas significativamente gastado- bloc de notas.

En una sociedad merecedora de ser bautizada como la de las prisas, los cambios en las planificaciones son una constante, así que

lo que en un principio partía de un ánimo colindante con lo notarial se acabó convirtiendo en un trabajo final de máster dirigido por el profesor Ricard Morant Marco, quien precisamente codirige esta tesis doctoral junto con la profesora Montserrat Veyrat Rigat. Dicho TFM, titulado “15M: Anatomía Lingüística de la Indignación” pretendió facilitar una aproximación a los aspectos cualitativos de un movimiento social copado mayoritariamente por una generación –la mía- superada por un contexto desfavorable en un momento de crisis sistémica que no tiene visos de finalizar a corto plazo.

Independientemente de las filiaciones o intereses particulares de los integrantes de este movimiento social, este heterogéneo movimiento de protesta, de cristalización de un descontento sistémico, ofrece un atractivo doble a la comunidad investigadora. En primer lugar, la expresividad destilada en la práctica totalidad de sus pancartas supone una oportunidad única de pulsar la opinión de un sector ciertamente significativo de la población sin renunciar a lo cualitativo en favor de lo cuantitativo, y por tanto sin ignorar el atractivo cercano a lo poético de lo que algún día será parte de una crónica más de los inicios del siglo XXI. En segundo lugar, nos encontramos frente a una oportunidad única de admirar, describir y por qué no comprender la deriva naciente de los flujos de información y comunicación que trufan un mundo cada vez más pequeño. Es esta una oportunidad aparentemente al margen de bellezas formales, supuestamente lejana de toda concesión estética por lo analítico, pero no por ello distante del placer: la historia del pensamiento humano está repleta del disfrute que se obtiene al tratar de trazar el entorno propio, de dibujar la realidad en aras de entenderla. Efectivamente, el desaforado ritmo de creación de

nuevas vías de información supone un estímulo a la curiosidad para algunos que esperamos no ser atropellados –aunque resulte una empresa difícil- por las innovaciones técnicas en el campo. Así, el uso cada vez más frecuente de plataformas de contacto como Facebook o Twitter¹ suponen un impulso de cara a la materialización de la curiosidad en forma de estudios. Y si esto sucede es por la rápida percepción que en ellas se hace de una cada vez menos potencial y más real capacidad instrumental de transformación del tejido social.

Si páginas web como las citadas, nacidas con un ánimo más trivial, son a día de hoy herramientas sobre las que se cierne la sombra de la censura gubernamental –y que en países como China o Cuba están censuradas- es sin duda por la tendencia de utilización que ha acabado emergiendo en situaciones de descontento social. Y es que, seguramente para sorpresa de Jack Dorsey y Mark Zuckerberg –creadores de Twitter y Facebook, respectivamente- estos dos servicios de *microblogging* han sido empleados por sus usuarios no sólo para expresar reflexiones personales, sino para coordinar acciones de protesta y, como explicaré más tarde, para generar un estado de reflexión colectiva que no conoce de fronteras.

Como a estas alturas podrá comprobar el lector, lo que en primera instancia podría presentarse como un análisis meramente formal de la cartelería de un movimiento social desarrolla unas ramificaciones cuyas implicaciones transgreden lo estético y lo poético y llegan al planteamiento de la siguiente pregunta: ¿hacia

¹ Twitter y Facebook son quizá las dos representantes más significativas si atendemos a su popularidad, cantidad de usuarios y cotización en bolsa, de las llamadas redes sociales virtuales. No obstante, el apéndice “virtual” se va desdibujando cada vez más para pasar a ser la representación en una pantalla de la estructuración de los círculos de confianza del individuo/usuario

dónde vamos como sociedad en este momento de crisis sistémica? ¿Qué pretende, qué plantea la masa crítica? La respuesta trata de ser poco más que esbozada en este trabajo, y lo hace partiendo de unas premisas teóricas muy concretas.

En primer lugar, la noción de vivir en un mundo tremendamente complejo que vive convulsiones a su vez tremendamente complejas supone un problema para las visiones lineales y cerradamente deterministas de la realidad, imposible de ser plasmada en una mera ecuación. Por ello, la perspectiva empleada en este trabajo es aquella que parte de la premisa de que la realidad –en este caso comunicativa- rara vez es sistematizable linealmente en su conjunto debido a su heterogeneidad, pero precisamente por ello es fácilmente descriptible como una tendencia, como un proceso que tiene visos de transcurrir en torno a un orden subyacente que puede ser esbozado y contemplado con una curiosidad que el academicismo nunca ha abandonado ni debiera hacerlo. De ahí la elección de la Teoría del Caos, paradigma de la interdisciplinariedad imprescindible en lo humanístico, como perspectiva analítica en este trabajo. Sus fundamentos serán abordados en detalle en el capítulo tercero de este trabajo.

El segundo elemento teórico reseñable, toda vez dispuesta la lente a través de la cual advertiremos la vida interna de las palabras del movimiento 15M, es la Relevancia. Presentada por Dan Sperber y Deirdre Wilson (1994), este prisma analítico nos ofrece una premisa que iremos comprobando como fundamental en este trabajo, y que reside en las llamadas implicaturas conversacionales. Sin desgranar detenidamente esta perspectiva pragmática en esta introducción, sí que se puede advertir a priori lo fundamental que resulta el empleo

de temas y formas compartidas por emisor y receptor –que en este caso no deja de ser potencial, en tanto que estamos hablando de pancartas y mensajes virtuales lanzados a una plaza o a un contexto virtual altamente impredecible en cuanto a su diseño situacional. La reducción del esfuerzo cognitivo, por tanto, denota determinadas concomitancias con el lenguaje persuasivo empleado en ámbitos como el de la publicidad comercial o el de la propaganda política, en los cuales siempre existe mucho más por ganar que por perder. En este caso, el lema de la red social Twitter supone una afirmación entre lo denotativo, lo aclaratorio y lo profético: *Follow your Interests*.

Toda vez declarada la perspectiva aplicada a esta investigación en el capítulo tercero de esta tesis (centrada, como hemos visto, en la certeza de la complejidad y de la intencionalidad persuasiva en los flujos comunicativos derivados de la presencia del movimiento 15M) se podrá contemplar el planteamiento de la hipótesis en la sección cuarta, para a continuación presentar rápidamente las mecánicas analíticas empleadas en la investigación, centradas –como ya se podrá advertir tras esta introducción- en plasmar los aspectos cualitativos de un fenómeno generador de lemas e indirectamente de reflexión que se ha extendido ignorando las fronteras físicas y empleando las mecánicas de transmisión marcadas por el ciberespacio. Así pues, el capítulo quinto está dedicado a la presentación de la metodología empleada en este trabajo, en el seno del cual se ha generado un subcorpus derivado del corpus original, y cuya generación también se explica en la citada quinta sección.

Por último, y toda vez presentado el sustento teórico y la metodología empleada, el lector de esta tesis encontrará el proceso

que supone el grueso analítico y descriptivo de este trabajo de investigación. Así, en el capítulo sexto y bajo el título “Estudio del corpus bajo la perspectiva de los sistemas complejos” el lector hallará el verdadero núcleo de este proceso de búsqueda de comprensión de la realidad que ha supuesto este trabajo. En esta sección, todos los elementos teóricos previamente presentados y estructurados en el capítulo tercero se hallarán dispuestos e identificados con elementos y procesos reales, para a continuación ofrecer las conclusiones derivadas en la sección séptima.

A posteriori, el corpus compuesto por los 620 lemas y el subcorpus sensiblemente inferior generado a partir de éste serán dispuestos alfabéticamente, justo antes de las necesarias instrucciones acerca del empleo de los adjuntos, los cuales han sido dispuestos en formato digital debido a su extensión, que hace imposible su manipulación en papel.

No obstante, y antes de pasar al grueso de la tesis, desearía agradecer la colaboración obtenida por parte de diferentes personas sin cuya ayuda hubiera resultado imposible realizar este trabajo dentro de una acotación temporal como la que ha caracterizado a este proceso de investigación. Por ello, agradezco a mi director de tesis Ricard Morant su capacidad de orientación, documentación, consejo y refuerzo, así como su sobresaliente capacidad para motivar a cuantos alumnos e investigadores hayan compartido tiempo con él. No puedo olvidar a Montse Veyrat, cuyas puertas siempre han estado abiertas y en cuyo despacho siempre he sentido que el tiempo perdía importancia a favor de una comunicación siempre positiva y constructiva, al igual que con Enrique Serra, profesor clave en mi formación y que siempre mostró la mejor disposición a la hora de

formarme y orientarme. No debo ignorar al ya mencionado Evelio Miñano, uno de los padres de la idea que se presenta en estas páginas y sin cuya sugerencia seguramente no hubiera realizado esta tesis, ni a docentes como Barry Pennock, María José Coperías o Carles Padilla, cuyas puertas han estado siempre abiertas a la hora de asesorarme en cualquiera de mis dudas. Por último, un recuerdo agradecido al personal de la secretaría del departamento de Teoría de los Lenguajes de la Facultad de Filología de la UV, por haber resuelto con profesionalidad e impecable amabilidad las pesquisas administrativas con las cuales he tropezado unas cuantas veces durante el proceso de elaboración de este trabajo. A todos ellos y a tantos otros que han aparecido en este camino, mi eterno agradecimiento como investigador, pero ante todo como persona. Su calidad como profesionales de los procesos formativos e investigadores se ve gratamente acompañada por una disposición humana balsámica en tiempos de crisis no sólo económica, sino en gran medida empática.

Y ahora, toda vez anticipada la estructura de este trabajo y realizados los sinceros agradecimientos, procedamos a la revisión del estado de la cuestión en el capítulo dos, en el cual trataremos de esbozar las principales similitudes entre el 15M y otros movimientos sociales más allá de nuestras fronteras y de establecer las principales innovaciones del mismo.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 El 15M como movimiento social

Dado que el 15M es el origen del corpus empleado en este trabajo, y por tanto el contexto sin el cual no podríamos enmarcar ni entender la investigación que en estas páginas se disecciona, es pertinente situar y en la medida de lo posible categorizar este movimiento de protesta.

En primer lugar, y si atendemos a las definiciones empleadas por autores como el sociólogo francés Alain Touraine (1994), el 15M debería insertarse dentro del abanico de movimientos sociales generados en torno a una transformación reforzadora del concepto de democracia. Considerando la aguda contundencia de la que el veterano sociólogo hace gala a lo largo de su obra, bien podríamos decir que movimientos como el 15M llegan a relativizar el concepto de democracia. En este proceso de relativización, la democracia se ve inexorablemente atada y por tanto, sometida a los subsecuentes cambios generados a partir de la dinámica de los movimientos sociales. Máxime cuando estos, como más tarde se diseccionará, se generan en torno a determinados conceptos que son de interés general incluso para aquellos miembros de la sociedad que, aun haciendo uso de los mecanismos democráticos salvaguardados y promovidos por las instituciones, no participan de las diversas formas de activismo social:

“movimiento social y democracia, lejos de oponerse, son indisolubles. De un lado, si un sistema político no considera los movimientos sociales de otro modo que como la expresión violenta de demandas imposibles de satisfacer, pierde su

representatividad y la confianza de los electores; (...) De otro lado, sólo hay movimiento social si la acción colectiva se da unos objetivos societarios, es decir, si reconoce valores o intereses generales de la sociedad y, por consiguiente, no reduce la vida política al enfrentamiento de campos o de clases” (Touraine, 1994: 130)

Dado que este no es un trabajo centrado en una rama como la politología, ni tampoco aspira a convertirse en ningún punto de apoyo para desarrollar tal o cual opinión acerca de la legitimidad del nacimiento de un movimiento social –recordemos- en un periodo de campaña electoral², convendremos que el movimiento 15M puede entrar dentro de la categoría de los movimientos sociales debido a su naturaleza política pero alejada de la clásica lucha entre clases o sectores partidarios.

Sin embargo, analizar el movimiento 15M desde un prisma convencional dentro del estudio de los movimientos sociales es, ante todo, arriesgarse a perder capacidad de descripción. En primer lugar, porque la influencia ideológica se ha tornado mucho más ambigua en los últimos tiempos, toda vez minimizados los efectos de la guerra fría y reducida a rescoldos –casi clichés- la persistencia de análisis de la realidad cercanos al marxismo-leninismo o al capitalismo más puros. Los nuevos movimientos sociales, al fin y al cabo, parecen poseer un carácter más centrado en la modificación de mecanismos de participación y/o representatividad de los estados que en la provocación de abruptos cambios sistémicos, si bien lo uno

² A la hora de ponderar e incluso de conceptualizar el movimiento 15M, resulta esencial tener en cuenta que la manifestación que dio nombre al movimiento se dio el 15 de Mayo de 2011, siete días antes de unas elecciones autonómicas y municipales en el estado español.

podría llevar a lo otro. De esta variación de los nuevos movimientos sociales y de su progresivo distanciamiento de postulados cercanos al materialismo histórico han reflexionado y compendiado autores y editores como Gusfield y Laraña:

“Los nuevos movimientos son más difíciles de clasificar siguiendo esas categorías: se caracterizan por el pluralismo de ideas y valores, suelen tener una orientación pragmática y perseguir reformas institucionales que amplíen los sistemas de participación en decisiones de interés colectivo” (1994: 7)

Ciertamente, como veremos en la sección 6.2, dedicada al estudio cualitativo del corpus de este trabajo, los temas en los cuales se centran los nuevos movimientos sociales y el 15M en particular son temas sin duda derivados de un cruce de ideas, de un *brainstorming* de reclamaciones que ha dado como resultado cierto consenso de mínimos. Para los medios de comunicación, y consecuentemente para todo aquel consumidor de información mediática que no haya profundizado en el análisis del movimiento 15M acercándose a uno de sus múltiples focos de discusión y debate, puede ser ciertamente difícil comprender que las dinámicas de análisis y proposición generadas en este movimiento han nacido al calor de una codificación cultural propia. Un compendio de códigos a su vez nacidos de la puesta en contacto de los elementos que conforman aquello tan fácil de señalar con una etiqueta (movimiento) pero tan difícil de sistematizar por los elementos externos a ese sistema que se erige como herramienta humana de protesta:

“Cuando un movimiento se enfrenta públicamente con los aparatos políticos en cuestiones concretas, lo hace en nombre de los nuevos códigos culturales creados en un plano de acción oculta que es bastante menos ruidoso y mas difícil de medir” (Gusfield, Laraña, 1994: 125).

No obstante, esta dificultad inherente a la ponderación y al análisis de un movimiento social –un tipo de colectivo tradicionalmente difícil de abordar en el momento en el que no existe una acotación en la figura de un líder- no es ajena a los propios integrantes del movimiento en sí, algo que depende de la capacidad de asunción de perspectivas, o como bien etiqueta RJ Dupuy (1991) el nivel de “hetero-visión” con respecto del propio movimiento. Según la llamada “conjetura de Von Foerster”³, el análisis objetivo de una lógica intrasistémica es poco o nada fiable mientras no se adquiera una perspectiva analítica suficiente. Por ello, para analizar con cierta solvencia lo acontecido en el seno de un movimiento social que convulsionó la opinión pública⁴ se hace necesario apartar la mirada de las reclamaciones sistémicas que emanan de dicho colectivo y centrarse en determinados aspectos que podríamos catalogar como estructurales: reconocimiento de la identidad, simbología empleada o metodología de expansión y captación, la cual es efectivamente el objeto de este trabajo de investigación doctoral. En este caso, resulta primordial tener en cuenta que los mecanismos de transmisión acercan al movimiento

³ “Cuanto más ‘trivialmente’ conectados están los elementos de una red –en el sentido de rígida o unívocamente determinados por sus vecinos- más previsible es para un observador *exterior* su comportamiento global, pero más aparece como ‘contraintuitivo’ y no dominable para los observadores *interiores* que son los elementos de la red.” (Dupuy, 1991: 70)

⁴ El concepto “opinión pública” requiere un análisis que traspase las fronteras de lo superficial. Por ello, la sección 6.1.1 está dedicada a tal efecto.

15M a la rama de lo que se ha venido a conocer como *ciberactivismo*, al menos de un modo híbrido. Como afirma Ferreras (2011: 1), “podemos considerar el movimiento 15-M como un caso de *ciberactivismo*⁵ político en el que las TIC, y más concretamente las redes sociales, han sido fundamentales para organizar sus protestas y también para difundirlas. Sin embargo, al menos en España, su visibilidad nunca había estado tan presente fuera de Internet”. Y es que la materialización mediante el acto de presencia ha sido y es una de las principales características que, como veremos más adelante, no conocen de fronteras en esta segunda década del siglo XXI.

No obstante, resultaría arriesgado –por no afirmar que contumaz- abandonar a los nuevos movimientos sociales al mero empleo de las nuevas facetas de las TIC. No se puede considerar que el movimiento 15M sea estrictamente un producto del catálogo tecnológico con el que las nuevas generaciones crecen como si de electrodomésticos habituales se trataran, como tampoco resulta rigurosa cualquier visión adanista del movimiento 15M, el cual resulta analizable como una secuencia de acontecimientos reactivos que forma parte, a su vez, de otras sucesiones de eventos previos:

“Esta secuencia está precedida de los movimientos sociales de base, que ocuparon las calles en nombre de la insumisión, el

⁵ Quizá una de las obras más completas –seguramente debido a la escasez de competencia que de momento padece- acerca de este fenómeno sea *Ciberactivismo: sobre usos políticos y sociales de la red*, compilación de ensayos en algunos casos anónimos recopilada por los autodenominados ROE (Reunión de Ovejas Electrónicas). Dicha obra ha supuesto un sustrato teórico con respecto al estudio del uso de las vías comunicativas que se han abierto en los últimos tiempos con la entrada en liza de Internet y sus ulteriores modificaciones en pos de una mayor participación del usuario (web 2.0, redes sociales, servicios de *microblogging*) que bien podemos decir han contribuido a una democratización de la red, al menos en lo referente a la expresión. El usuario puede opinar acerca de los contenidos e incluso compartir nuevos que ejerzan de contraste con lo dispuesto por defecto por las páginas web, lo cual genera flujos de comunicación puramente virtual que en algunos casos, como veremos a lo largo de este trabajo, poseen la capacidad de permear en la realidad social tangible.

o'7%, la abolición de la deuda externa o el 'Nunca Más'. Es un flujo de desobediencia civil que se materializa, casi cada cinco años, desde hace dos décadas. Y que por sí misma manifiesta los costes que conlleva la participación no partidaria en España. Además, el 15-M cristalizó otra cadena de sucesos más recientes. La oposición a la ley Sinde abrió la estructura de oportunidad política. El apoyo de miles de jóvenes de todo el mundo a Wikileaks y las revoluciones árabes de jazmín fomentaron nuevas formas de acción política en el ciberespacio. ¿Por qué no practicarlas, aquí y ahora?" (Sampedro, Sánchez, 2011: 1, 2)

No obstante, debemos dejar de lado por un momento no solo el aprovechamiento de las oportunidades de conectividad y comunicación ofrecidas por las nuevas tecnologías, en las mentes de cuyos creadores probablemente jamás se esbozaron originalmente las consecuencias de transformación socio-políticas que se advierten, como bien mencionan Sampedro y Sánchez, en espacios tan distantes a nosotros como los países de la Liga Árabe. Es conveniente pues detenerse en el análisis de los antecedentes, comenzando por el célebre Mayo del 68 francés, movimiento que desde los primeros momentos de vida del 15M –quizá por la coincidencia en el mes, quizá por una serie de paralelismos trazables en el seno de ambos movimientos- ha supuesto un referente a partir del cual tratar de entender un fenómeno social cuyas repercusiones están todavía por ver.

2.2 Mecanismos de manifestación de los movimientos sociales del siglo XXI. La información como estímulo.

2.2.1 Antecedentes: de Mayo del 68 a la Liga Árabe pasando por Islandia

[167] “Fuck Mayo’68. Fight Now”.

[275] “Mayo del 68, pedisteis lo imposible. Mayo del 2011 haremos realidad lo imposible”.

[388] “Otro Mayo es posible”.

[456] “Quiero volver a mi edad del mayo 1968”.

Leyendo estos lemas extraídos directamente del corpus de este trabajo (véase sección 8) se comprende rápidamente que trazar la línea entre las protestas de Mayo de 2011 en España y las del Mayo del 68 francés no es una tarea de eruditos, sino más bien un ejercicio de lógica. Y es que pese al estado por aquel entonces embrionario del movimiento 15M –y consecuentemente de sus reclamaciones- ya se advertía un fácil paralelismo entre ambos movimientos: protestas protagonizadas por un sector relativamente joven de la población, con una media respetable de formación, tratando de elevar la voz para forzar la reacción ante determinados acontecimientos políticos derivados de posturas conservadoras... Efectivamente, la identificación entre dos movimientos separados en el tiempo más de cuatro décadas se resolvió desde dentro del propio movimiento.

No obstante, si se puede considerar que el Mayo del 68 francés es uno de los más claros antecedentes del movimiento 15M es por cuestiones que distan bastante de lo coincidente para aproximarse

incluso a las dinámicas de generación y fluctuación de información en el seno de los mismos movimientos. Una de las escasas obras que han atendido a la capacidad generadora –hablamos de creación de cartelería propagandística- del Mayo del 68 ha sido “La estética en las barricadas: Mayo del 68 y la creación artística” (Badenes Salazar, 2006). Si bien dicha obra deviene en una revisión minuciosa de las relaciones entre arte (mayoritariamente audiovisual) y el citado movimiento de protesta, su análisis contextual resulta ciertamente aprovechable de cara a esta investigación. La desconfianza hacia la totalidad del sistema y la clase política que podemos advertir en un lema como “*¿La izquierda, por favor? Al fondo, a la derecha*” aparecía ya diáfana en el contexto de revueltas del Mayo francés:

“Ese anhelo de transformación total explica su desconfianza tanto hacia las formas tradicionales de la protesta anticapitalista (partidos de izquierda y sindicatos), como hacia las revoluciones ya establecidas (la propia URSS). Cambiar el mundo significaba luchar contra la estructura del poder; tanto su cúspide (Gobierno, partidos), como su base social (las costumbres, la moral burguesa...)” (Badenes Salazar, 2006: 42)

Sin embargo, esta crítica sistémica que originaba –y como vemos sigue originando- anhelos de revolución a los que determinados sectores de la población parecen más sensibles que otros no estaba motivada únicamente por la percepción de actitudes lesivas en determinados sectores del poder. Quizá, incluso, estas disposiciones reprobables protagonizadas por la clase dirigente y las diversas oposiciones se hacen patentes en el momento en que las consecuencias de sus decisiones –especialmente administrativas o

de perspectiva económica⁶- empiezan a afectar negativamente en los círculos de proximidad del individuo. Como en la situación actual, en la que podemos apreciar una marcada polarización social en función de una premisa de rentabilidad y producción que incida en una revalorización de un sistema financieramente dañado, la situación de la Francia de 1968 invitaba a una reflexión acerca de la deriva del país y el futuro de determinados colectivos:

“no debemos olvidar que la sociedad francesa de 1968 era una sociedad llena de desigualdades, que se propuso industrializar el país a toda costa. En esta nueva realidad, donde los cambios se producían a una velocidad vertiginosa, sólo había cabida para dos tipos de personas: obreros y tecnócratas. El resto: campesinos, artesanos, estudiantes de letras, etc. Pasaban a engrosar el grupo de los inadaptados o improductivos” (Badenes Salazar, 2006: 44)

Si bien el anterior párrafo necesitaría de una adaptación profunda con el fin de adecuarlo a los tiempos presentes⁷, cualquier lector podría reconocer trazos de actualidad en un texto que, recordemos, remite a un fenómeno reactivo acontecido hace 43 años antes del nacimiento del 15M. Podemos, ciertamente, establecer comparaciones entre los caldos de cultivo que generaron ambos movimientos. Podemos también argumentar que desde los años 60 del pasado siglo no ha habido modificaciones significativas en las maneras de administrar los estados o de manejar la economía de

⁶ En la sección 6.2.3.1, titulada “La recurrencia temática”, comprobaremos en detalle la importancia de las implicaciones de las políticas económicas en la movilización social mediante lemas y su lógica incidencia en la producción de lemas en el movimiento 15M.

⁷ Ciertamente, España dista bastante de ser un estado industrial y dos nuevos grupúsculos crecientes – parados y precarios- podrían engrosar la lista de inadaptados que menciona Badenes Salazar si su objeto de discusión fuera este país en este momento.

libre mercado de un modo más amable hacia los sectores más desfavorecidos de la población. Pero lo que parece evidente es que existe una tendencia de presunción de falta de efectividad de los movimientos sociales. La presuposición de que el movimiento 15M se ha disuelto sin lograr la materialización de sus reclamaciones políticas es manifiesta poco después de un año de su nacimiento⁸. Pero parece que esta visión crítica, en cierto modo paternalista y aparentemente escéptica y desconfiada ya se produjo cuatro décadas atrás, como bien sintetiza Badenes Salazar (2006: 23) en el inicio de su estudio:

“Resulta interesante comprobar cómo todavía hoy sigue latente la impronta del año 1968. Este año mítico representa el inicio de una serie de alteraciones que van a transformar las relaciones en la vida cotidiana: deterioro de la autoridad en todos sus ámbitos, importancia de lo personal, apoyo a lo marginal y diferente, resurgimiento de nuevas formas de subjetividad, politización de la privacidad, revalorización de la sexualidad y de los valores de género... Sin embargo, se suele tener una imagen un tanto simplificada de lo que fue Mayo del 68. La sensación predominante es que fue una revolución fracasada que no logró su objetivo primordial: *cambiar la vida*, o al menos transformar la sociedad” (Badenes Salazar, 2006: 23)

Parece, efectivamente, que la simplificación analítica –que podríamos incluso atrevernos a catalogar de simplismo- a la hora de

⁸ El cometido de este trabajo es, como se irá demostrando en capítulos posteriores, demostrar la incidencia del movimiento 15M en un plano comunicativo y, debido a las evidentes incidencias que la comunicación posee en las relaciones entre seres humanos, su incidencia en un plano social o cuanto menos asociativo.

ponderar las derivaciones de un movimiento social incide en un análisis de los logros del movimiento, y no de los efectos transformadores del mismo. Si el movimiento 15M propuso y propone determinadas reformas legislativas en su decálogo (Rodríguez, 2011) y un año después estas modificaciones no han sido aplicadas por las instituciones públicas, se habla de un sonoro fracaso. Al igual que el caso francés, el sistema sigue sustentándose en una abstracción numérica –el dinero y sus derivados relacionales- y se levanta sobre una superestructura conformada por instituciones copadas por políticos y financieros profesionales. En términos cuantitativos, se habla de fracaso en ambos casos, pese a que exista una diferencia de perspectiva que numéricamente –y por tanto también cuantitativamente- sea escandalosa: se realiza el mismo análisis productivo sobre dos movimientos parejos, aunque hayan pasado más de cuatro décadas del primero y poco más de un año del segundo.

Sin embargo, si el análisis de los logros sistémicos –entendiendo que el sistema es un compendio de leyes, lo cual se antoja también reduccionista- deja mal parado a una gran mayoría de los movimientos sociales de los cuales se tienen constancia, una perspectiva más generosa en el esfuerzo admite efectos transformadores que bien pueden ser catalogados como logros. Y si se admite lo que puede parecer una obviedad, podremos concluir que la economía se cambia sola según el libre mercado imperante o el estado según el intervencionismo, las leyes las cambian los gobernantes, y a los gobernantes los cambia la ciudadanía cada vez que hay un plebiscito al efecto. Pero, como se puede inferir de las palabras de Daniel Cohn-Bendit (2008) a la sazón uno de los

personajes más relevantes del movimiento francés, puede que el conjunto de ciudadanos sea el encargado de incidir sobre sí mismo para provocar una dinámica de transformación social:

“Para mí, no se trata de hacer metafísica ni de indagar cómo habrá que realizar la revolución. Ya he dicho que creo que vamos más bien hacia un cambio perpetuo de la sociedad, provocado, en cada etapa, por acciones revolucionarias” (2008: 54)

Efectivamente, el ciudadano –y por tanto, los movimientos de protesta- posee una capacidad de transformación social en ocasiones mal ponderada por centrar las apreciaciones, como se ha comentado anteriormente, en logros cuantificables. La tendencia al reduccionismo analítico es y ha sido una constante a la hora de evaluar la realidad, y ante todo de calcular las consecuencias de la entrada en liza de nuevos elementos⁹. El paralelismo entre esta tendencia evaluadora y la remanencia de las perspectivas de análisis lineal en el mundo del conocimiento, especialmente aquellas que vienen de las ciencias experimentales, es trazado por Antonio Escohotado en su ensayo *Caos y Orden* (1999: 70):

“el cálculo exige drásticas reducciones. Su campo son fenómenos expresables *linealmente*, con funciones o curvas simples, periódicas, graduales. Como la naturaleza desemboca sin cesar en ecuaciones no-lineales, donde se halla en juego la

⁹ En el caso que nos ocupa, el nuevo elemento cuyos efectos se evalúan aparentemente en detalle es la cadena de movimientos de protesta que comenzó etiquetándose como 15M para acabar con diversas denominaciones idiomáticamente naturalizadas: *Occupy Movement* en Norteamérica y países angloparlantes, *Democrazia Reale Ora* en Italia... La mera existencia de una internacionalización y posterior naturalización de las denominaciones son indicativos de un efecto que se escapa a lo cuantificable.

cualidad, el calculista no solo tiende a maquillar las aristas de cada problema (con *pequeñas* oscilaciones, *suaves* ondas, *mínimos* cambios de temperatura), sino que ‘linealiza’ las ecuaciones de antemano, ya al plantearlas, omitiendo pura y simplemente su versión no-lineal o cualitativa”

La deriva de la ciudadanía en esta nueva ola de movimientos sociales parece, si atendemos a lo argumentado, producto de determinados flujos de autorregulación. Una autorregulación basada en la búsqueda de la satisfacción de determinados intereses comunes como anteriormente mencionábamos, y cuya satisfacción – o al menos la puesta en manifiesto de la propia necesidad de satisfacción- tan solo puede darse tras grandes procesos comunicativos, en ocasiones iniciados a través de pequeños gestos. Los movimientos de protesta en Islandia durante el año 2008 ante la caída en picado de su sistema financiero, corrompido por la transmisión masiva de activos tóxicos de la banca privada en las arcas públicas¹⁰, constituyen un buen antecedente del 15M en este sentido. Concisamente retratado por Daniel Burgui (2009), el proceso de protesta que comenzó a modificar el panorama social islandés –acostumbrado a una bonanza económica y a una tranquilidad acorde, por otra parte, con su baja población y su peculiar situación geográfica- tuvo un momento álgido en un acto simbólico, pero que podemos catalogar como rigurosamente comunicativo:

“El 10 de noviembre de 2008 fue la fecha clave que precipitó el resto de acontecimientos. Aquel día un joven anarquista trepó

¹⁰ Lo que elocuentemente se ha venido a denominar *socialización de pérdidas*.

al tejado del Alþingi (Parlamento) y sustituyó la bandera nacional por la enseña del supermercado Bonus (el Eroski islandés): un trapo amarillo con un cerdo-hucha sonriente presidía la fachada del Parlamento más antiguo del mundo. La imagen noqueó a los islandeses.” (Burgui, 2009: 40)

A partir de ese momento, los acontecimientos se sucedieron y el movimiento de protesta visibilizado por Hörður Torfasson¹¹ comenzó a desarrollar sus estrategias de reclamación, en las cuales siguen inmersos los ciudadanos de un país que abandonó una bonanza económica presa de la crisis pero que, a diferencia de otros estados con situaciones similares, se encuentra en procesos de depuración de responsabilidades.

Efectivamente, actos comunicativos frente a una audiencia masiva –sea en plena plaza del parlamento islandés, sea mediante los medios de comunicación locales- parecen generar dinámicas de transformación social. Con lo cual, la introducción de vías de amplificación de estos actos comunicativos puede suponer un incremento exponencial en los efectos transformadores de dichas acciones, pese al carácter aparentemente inocuo que se desprende de su sencillez¹². En el caso de las revueltas en países de la Liga Árabe, las nuevas vías de comunicación devinieron esenciales. Se puede afirmar que la posibilidad de convocatoria y coordinación de eventos mediante las redes sociales y los servicios de *microblogging* como Twitter son suficientes. Sin embargo, el catedrático de

¹¹ Hörður Torfasson es actor, poeta, activista gay y organizador de las primeras caceroladas enfrente del parlamento islandés en 2008.

¹² Incluso, como veremos a lo largo de la tesis, parece existir una correlación entre la presencia de lo simbólico en los simbólico y la capacidad de difusión del propio mensaje, algo altamente relacionable con la teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1994) y ciertamente sometido al principio de reducción del esfuerzo cognitivo.

Estudios Europeos en la Universidad de Oxford e investigador titular en la Hoover Institution de la Universidad de Stanford, Timothy Garton-Ash (2011) añade la función de difusión informativa a la ecuación, afirmando lo siguiente en su columna del diario generalista El País del 25 de Enero de 2011:

“las nuevas tecnologías de la información y la comunicación de nuestra época han ayudado a que triunfara esta rebelión. No fueron su causa, pero sí contribuyeron a ella. Los especialistas aseguran que Túnez (...) puede convertirse en un modelo de cambio para el Magreb. Si las cosas salen bien, Internet y la televisión por satélite difundirán la noticia por todo el mundo árabe.”

Seguramente los efectos de la difusión de información con un alto contenido de impacto potencial sobre la ciudadanía sean objeto de estudio no solo para la rama de las teorías de las lenguas. No es baladí afirmar que la psicología ofrece una serie de perspectivas con un mayor potencial de prospección en tal objeto de investigación. Sin embargo, y con ello puede apuntarse hacia la existencia de determinados factores coyunturales dinamizadores de la protesta social, el surgimiento de focos de reactividad social con la suficiente capacidad de impacto –al menos perceptiva- parece guardar una estrecha relación con el desarrollo de los medios de información. Desde la instauración de los *mass media* audiovisuales –cuyo impacto y velocidad de transmisión supusieron un avance sin precedentes con respecto a los medios escritos- y sobretudo desde su consolidación dentro del mobiliario doméstico¹³, la reactividad del

¹³ La implantación de la televisión en los hogares europeos vivió un auge significativo entre finales de la Segunda Guerra Mundial y la década de los 60 en la mayoría de países desarrollados. En Francia, por

tejido social parece haberse incrementado progresivamente. Lo que en un principio parece una declaración inocua, a lo sumo anecdótica, se revela en estos tiempos como la descripción de una circunstancia cuyos efectos secundarios siguen generándose:

“Ayudados por el fulgurante desarrollo de los medios de comunicación, fuimos la primera generación que vivió, a través de una oleada de imágenes y sonido, la presencia física y cotidiana de la totalidad del mundo. Se debió sin duda a la música; un grupo inglés que componía canciones en los suburbios de Liverpool, meses más tarde, era adorado por los jóvenes del mundo entero; o bien a las imágenes de los noticiarios: los tanques rusos entrando en Praga, Carlos y Smith levantando sus puños enguantados de negro en el pódium de los JJOO de México, el rostro del Che Guevara; todas estas imágenes provocaban reacciones, indignaciones, adhesiones violentas que soliviantaban a muchos jóvenes, cualquiera que fuese su nacionalidad.” (Cohn-Bendit, 1988: 12-13)

Ciertamente, la introducción de nuevas facilidades de acceso a la información genera variaciones, cualesquiera sean sus formas o cuantías. Es lógico preguntarse si existe una correlación entre la implantación de medios de comunicación de masas en el ámbito doméstico y el incremento del activismo social independientemente del régimen político. Con la debida cautela y teniendo presente que la reactividad social es un fenómeno que depende de factores de

ejemplo, se pasó de 297 televisores en uso en 1949 a 3794 pantallas domésticas en 1950. En 1960, el número alcanzaba ya las siete cifras: 1961791 televisores en uso. Esto supone un incremento exponencial de una nueva vía de integración con el mundo. Para comprobar los guarismos, véanse las tablas del Anexo 1, extraídas de la publicación *Televisión: Historia de la televisión* (Gubern: 1974).

naturaleza muy diversa, se puede encontrar un atisbo de vinculación entre ambos fenómenos. No obstante es importante tener en cuenta, como advierte Faus Belau (1995), que el mayor impacto cualitativo de un nuevo recurso de este tipo se produce durante los primeros años de su instauración, mientras que en los siguientes se dispara en términos cuantitativos:

“Entre los años 1941 y 1962 la televisión se constituye en un fenómeno de comunicación de masas, tal como hoy lo conocemos, en virtud de la extensión de los establecimientos y de las proporciones alcanzadas por la audiencia. Durante la etapa siguiente, se mantendrán ambos incrementos incorporando nuevos escenarios y personas que no varían, en lo más mínimo, el carácter masivo alcanzado durante estos años. Simplemente se estará ante mayores magnitudes, no ante magnitudes diferentes”. (Faus Belau, 1995: 243)

En cualquier caso, puede resultar incauto ponderar los efectos totales de la introducción de nuevas herramientas de comunicación en los procesos de transformación social que vivimos en este inicio de siglo XXI, al menos antes de concluir este estudio. En cualquier caso, antes de revisar las posibilidades de las redes sociales como herramienta de subversión, cabe al menos admitir la incidencia de estas nuevas vías en el activismo contestatario. Para ello resultan clarificadores las reflexiones de Manuel Castells, catedrático de Sociología y experto en comunicación:

“sabemos (...) que todas las tecnologías pueden utilizarse tanto para la opresión como para la liberación, y que las redes conectan y desconectan, incluyen o excluyen, dependiendo de

sus programas y su configuración. No obstante, el simple hecho de que el propio movimiento (ndr: referido al movimiento antoglobalización), o al menos una parte significativa de él, en Barcelona y otras partes, se sirva del nuevo medio tecnológico para reivindicar la posibilidad histórica de nuevas formas democráticas de vida sin someterse a estructuras de la dominación es un proyecto en sí mismo. Utópico, ciertamente. Pero las utopías no son quimeras. Son construcciones mentales que por su existencia inspiran la acción y cambian la realidad.” (2009: 452)

2.2.2 La nueva vía comunicativa: las redes sociales como herramienta subversiva

2.2.2.1 La red social como sinónimo de implicación. El ejemplo de Xiamen.

El concepto de red social fue primeramente concebido y posteriormente empleado por el sociólogo y filósofo alemán Georg Simmel en sus ensayos a principios de siglo XX. En síntesis, la perspectiva de las interacciones que definió el que es considerado como uno de los primeros sociólogos de la modernidad¹⁴ atribuye una importancia capital al estudio microsociológico frente a lo macroscópico. Así, teniendo en cuenta la importancia de los conocimientos compartidos en el devenir de estructuras sociales, Simmel contribuyó al establecimiento del concepto de red social como estructuras compuestas por grupos de personas cuyo devenir gira en torno a relaciones bilaterales como la amistad o parentesco, pero también los intereses comunes y las perspectivas colectivas.

Precisamente por conocer la existencia de postulados – bastante influyentes, de hecho, en las perspectivas de análisis sociológico actuales- basados en la influencia de las perspectivas compartidas como uno de los dinamizadores sociales, resulta altamente razonable considerar la posibilidad de que el anteriormente citado crecimiento de la industria de la información haya supuesto un acicate a la conectividad social. De acuerdo con las recientes palabras de Della Porta y Diani (2011), la presencia de redes sociales relativamente consolidadas –en zonas rurales no

¹⁴ Ver Frisby (1992)

aisladas o metropolitanas, y como veremos a continuación incluso virtuales- suponen un incremento en las probabilidades de que se desencadenen acontecimientos de transformación social, o al menos de cierta dinamización en un contexto que bien pudiera ser hasta ese momento altamente estable:

“Las redes sociales crean con frecuencia oportunidades para transformar en acción lo que hasta entonces era sólo una predisposición (...) Es más probable que personas con ciertas predisposiciones contacten con organizaciones y encuentren oportunidades para la participación si están conectados a otros ya implicados” (2011: 160)

Esta es una premisa esencial a la hora de comprender este trabajo de investigación: no son necesariamente las nuevas tecnologías las que fomentan un caldo de cultivo favorable para los cambios sociales, sino la posibilidad de crear nuevos focos de comunicación que posibiliten el establecimiento de nuevas relaciones humanas. Unas relaciones evidentemente basadas –si seguimos rigurosamente el concepto de red social tal y como lo hemos presentado anteriormente- en intereses comunes. El activismo es, como bien ilustra este ejemplo, una de las más evidentes representaciones físicas de la capacidad transformadora de las redes sociales:

“Analizando organizaciones no religiosas, Diani y Lodi (1988) encontraron un papel igualmente fuerte de las redes, mostrando que el 78% de los activistas ecologistas en Milán en la década de 1980 habían sido reclutados a través de contactos personales desplegados en sus entornos privados (familia,

círculos de amistades personales, colegas) o en el contexto de otras actividades asociativas” (Della Porta, Diani, 2011: 158)

Efectivamente, a la hora de considerar los efectos de las redes sociales no debemos quedarnos en el atractivo escaparate que suponen los servicios de comunicación que pueblan internet. Si bien los efectos de las mismas se han manifestado tradicionalmente en campañas de sensibilización y diversas acciones de contestación social¹⁵, sus dinámicas internas nunca han sido tan visibles como hoy. Tengamos presente que vivimos un momento en el que podemos asistir en tiempo real a la puesta en común de miles de ideas a lo largo del ciberespacio, siempre que seamos usuarios de sus inmensas redes sociales virtuales. Si por un segundo imaginamos la génesis de los eventos reactivos generados por las redes sociales durante el siglo XX, podemos visualizar reuniones decisorias y campañas de concienciación infinitamente más alejadas de la eficiencia –al menos entendida con respecto al aprovechamiento del factor tiempo- que las rápidas campañas virales por Twitter. Campañas en las que los motores de búsqueda y los *hashtags* automatizan y simplifican buena parte del proceso de difusión. Dicho de otro modo: mientras la generación de redes sociales fomenta la transformación social, el desarrollo y tecnificación de las mismas puede acelerar exponencialmente su velocidad.

Una buena muestra de que la tecnificación de las redes sociales redundará en una aceleración de sus propios procesos internos, y por tanto de su incidencia en el tejido social, la encontramos en el

¹⁵ Sirvan el citado ejemplo del movimiento ecologista italiano o el movimiento de presión por los derechos de los afroamericanos capitalizada por Martin Luther King en los años 60 como ejemplos históricos de la incidencia de las redes sociales en la era preinternet.

trabajo del finado sociólogo Chuck Tilly y su asistente Lesley J. Wood (2009). El ejemplo nos sitúa en la ciudad china de Xiamen, al sur de la república popular en el año 2007. Debido a la gran capacidad de síntesis de Tilly y Wood, he preferido citar los tres pequeños bloques que ilustran el ejemplo en su estudio *Los movimientos sociales, 1768-2008: desde sus orígenes a Facebook*. (Barcelona: Crítica, 2009) para a continuación realizar un breve análisis de las mismas. En primera instancia, contextualicemos y presentemos este nada desdeñable ejemplo de uso de las nuevas tecnologías como estimulador de la red social:

“En mayo de 2007, un grupo de activistas locales del sur de China que se oponían a la construcción de una fábrica química en la ciudad de Xiamen enviaron varios mensajes de texto desde sus teléfonos móviles. El gobierno local ‘está armando una bomba atómica en la ciudad de Xiamen’, rezaban; provocará ‘leucemia y deformaciones en los bebés’. El mensaje proseguía: ‘¡En nombre de nuestros hijos, actúa! Únete a otras 10.000 personas el 1 de Junio a las ocho de la mañana frente al edificio del gobierno municipal. Lleva en la mano un lazo amarillo. Envía este mensaje a todos tus amigos de Xiamen’ ” (Tilly, Wood, 2009: 189)

El servicio de mensajería móvil (SMS) ya era una herramienta de comunicación consolidada de sobra en 2007, año en internet había dejado de resultar una tecnología novedosa. No obstante, se antoja bastante probable que el uso del SMS por parte del activismo ecologista –que no deja de ser una manifestación de un descontento hacia las instituciones- fuese una medida de razonable prudencia estratégica en un régimen cuyos tentáculos censores se habían

mostrado insaciables incluso con el mero buscador Google (Reinoso, 2006). En cualquier caso, la anteriormente citada función de difusión informativa (Garton-Ash, 2011) se muestra abiertamente en el caso que nos ocupa: la prioridad no se centra únicamente en la convocatoria de manifestación, sino en la necesidad de difusión entre personas del círculo de confianza propio. El corolario del SMS empleado por los activistas (“Envía este mensaje a todos tus amigos de Xiamen”) habla por sí mismo.

A partir de ese momento, las autoridades chinas –si hacemos caso a lo publicado por la prensa asiática de acuerdo con lo escrito por Tilly y Wood- comenzaron a practicar una censura sistemática a alguno de los términos contenidos en el mensaje SMS. El motivo probablemente fuese la intuición o incluso la constancia de que una mutilación en la carga de información a difundir limitaría los efectos pretendidos por los generadores del mismo:

“El *Sentinel* (ndr: el diario *Asia Sentinel*) publicó que, el 29 de Marzo, el mensaje fue censurado mientras algunas voces afirmaban que había llegado a un millón de personas. Las palabras presuntamente censuradas eran, entre otras, *benceno, manifestación, atómica y leucemia*” (Tilly, Wood, 2009: 190)

Sin embargo y pese a la presión de los servicios de *información* del gobierno chino, la convocatoria obtuvo un seguimiento masivo e incluso unas repercusiones que trascendieron la esfera de la telefonía móvil para acceder al campo del ciberespacio. Ni tan siquiera el cierre de determinados blogs y webs que publicitaban y narraban el evento al minuto logró tapan la implicación de una parte

considerable de la ciudadanía, que incluso sustentó la solidificación de la red social ecologista en los propios ataques gubernamentales:

“Con todo, el 1 de Junio, decenas de miles de habitantes de Xiamen se manifestaron en contra del proyecto y para denunciar el historial contaminante de la compañía en la región (...) A medida que los manifestantes avanzaban, subían fotografías, vídeos y mensajes de texto a diferentes blogs (...) Los blogs recibieron millares de visitas y cuando una página era bloqueada, otro bloguero recuperaba esa información para seguir distribuyéndola” (Tilly, Wood, 2009: 190)

Ciertamente, el ejemplo de Xiamen recogido por Tilly y Wood constituye un valioso ejemplo de los efectos de la introducción de nuevas tecnologías de comunicación en la red social en tiempos de transición hacia un libre uso de internet¹⁶. Sin embargo, los propios Tilly y Wood advertían en la misma publicación el peligro de incurrir en la falacia al afirmar que el desarrollo de medios de comunicación de masa accesibles por un usuario estándar es el origen y motivo único de los procesos de reacción, oposición y proposición social:

[conviene] “Evitar el determinismo tecnológico; reconocer que la mayoría de los nuevos rasgos que presentan los movimientos sociales son el resultado de los cambios acaecidos en sus respectivos contextos sociales y políticos, y no el de las

¹⁶ En cierto modo, el caso citado supone la oportunidad de observar el pasado de un modo casi metafórico, aunque cruel. Pese a ser un evento acaecido apenas cinco años antes de la redacción de este trabajo, las especiales circunstancias que rodean el uso de las tecnologías de comunicación en la inmensa pero al tiempo opaca China parecen estar dándonos un ejemplo que bien podría haberse dado durante los primeros cinco años del siglo XXI. Las manifestaciones de protesta por la opacidad informativa del ejecutivo español en las horas posteriores al atentado islamista del 11M en Madrid constituye uno de los más conocidos ejemplos en nuestro país. La misma convocatoria fue explicada por el periodista Arsenio Escolar a través de su página web durante la tarde del 13 de Marzo de 2004 (Escolar, 2004).

innovaciones tecnológicas como tales” (Tilly, Wood, 2009: 194)

Sin ánimo alguno de contradecir tal afirmación en tanto resulta evidente para el autor de este trabajo la absoluta ligazón entre cambios sociopolíticos previos y la deriva de los movimientos de contestación social, sí que cabe puntualizar con forma de pregunta –que tratará de ser respondida a continuación- a la advertencia formulada por ambos sociólogos: si el desarrollo de las naciones es en parte consecuencia de la implantación de la democracia o la laxitud de sus autocracias, ¿no puede acaso el desarrollo tecnológico subsecuente ser un motor hacia la democratización de las mismas?

2.2.2.2 La red 2.0: el desarrollo de internet y su papel en la expansión de las revueltas.

Al revisar en la sección precedente el concepto de red social, hemos hecho hincapié no solo en la funcionalidad que de su implantación se deriva sino también en la efectividad transformadora que emana de ella. A su vez, hemos relacionado el sentido de estas transformaciones derivadas de la generación de redes sociales con los motivos de vinculación, que no necesariamente de contacto. Y, como corolario, hemos sugerido la posibilidad de que el desarrollo de nuevas vías tecnológicas para la comunicación (como bien ilustra el ejemplo de Xiamen recién citado) repercuta en el alcance y masificación de los activismos que emplean las mismas.

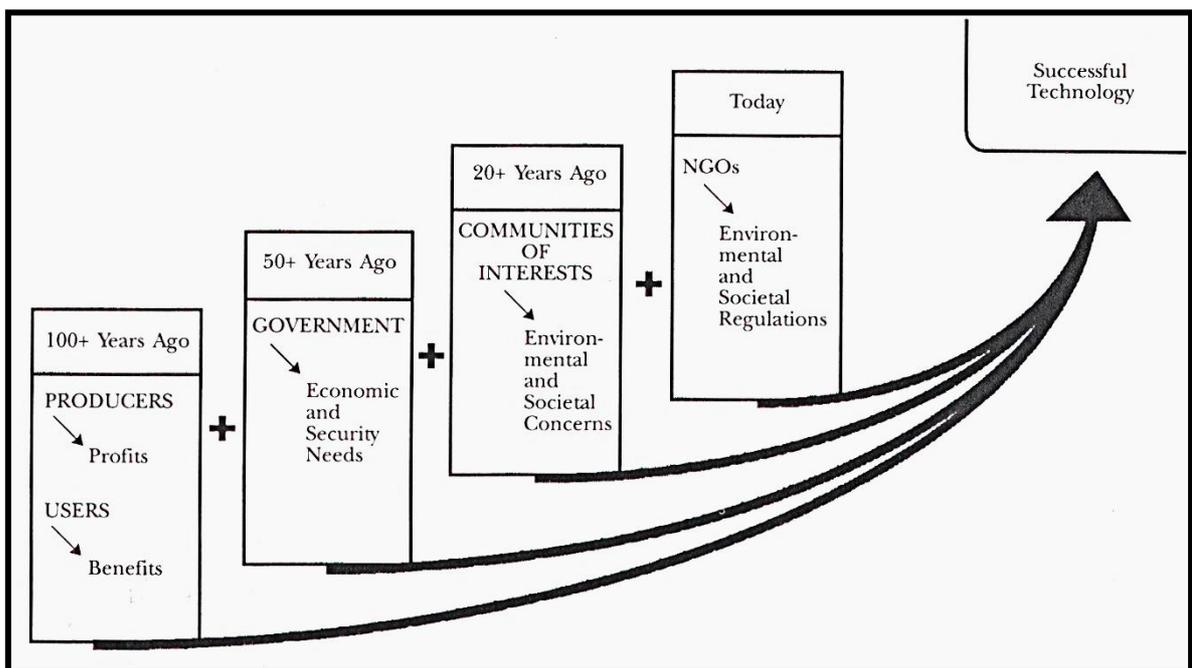


Figura 2. 1. Evolución de la complejidad interorganizativa de acuerdo con F.A. Koomanoff

Fuente: ÇAMBEL, A.B., 1993, *Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity*. Boston [etc]: Academic Press. (p 32)

En cierto modo, esta relación entre la introducción de nuevas variables tecnológicas ya fue sugerida por el analista de sistemas

Frederick Alan Koomanoff (1992), quien sugirió la idea de tecnología provechosa¹⁷ en función de la satisfacción de necesidades por parte de los elementos de un sistema –en este caso social- y de su intervención en el diseño de las regulaciones sobre las cuales se asienta la convivencia humana. Como vemos en la Figura 2.1, el incremento de las poblaciones en el siglo XX y su coincidencia en el tiempo con una serie de avances tecnológicos de alcance en la vida cotidiana –la introducción y posterior consolidación de los *mass media* sin duda poseen este alcance- fomentan una apertura de la gobernabilidad. Una gobernabilidad que se abre en base a la creación de organizaciones (formalizadas o no) que giran a su vez alrededor de intereses compartidos¹⁸.

Para determinar si la introducción de internet en general y las redes sociales en particular ha supuesto –y está implicando- una nueva expansión de la citada gobernabilidad, cabe analizar la penetración de internet en aquellos lugares en los que se están dando fenómenos de protesta. Quizá debido a su carácter transnacional y a su rápida propagación, los países de África y Medio Oriente que participaron –y en algunos casos siguen participando- en las revueltas conocidas como la Primavera Árabe son un buen foco de atención. Si analizamos los datos presentes en la Tabla 2.1, en la que se muestran y cotejan las estadísticas relativas a la penetración de internet en los 19 países¹⁹ de la Liga Árabe en los que se han dado movimientos de protesta ciudadana, comprobaremos

¹⁷ Originalmente *successful technology*

¹⁸ “It has been pointed out by philosopher-engineer Frederick Koomanoff that this has resulted in an increase in the types of formal and informal organizations that share governance” (Çambel, 1993: 31)

¹⁹ Se consideran esos diecinueve estados árabes a partir de las declaraciones de Noam Chomsky en las que considera las protestas en el Sahara Occidental de Octubre de 2010 como el verdadero inicio de las protestas (Bishara, 2011), si bien cabe recordar la pertenencia de este conjunto de asentamientos al estado de Marruecos a Julio de 2012.

como en 13 de ellos (esto es, un 68,42% de la casuística) se da un crecimiento de la penetración de internet en los últimos once años superior a la media de las regiones a las que pertenecen. La distribución de índices no temporales de penetración, no obstante, no parece tener un impacto reseñable, toda vez 11 de 19 países (57,89%) siguen teniendo un déficit de acceso a internet con respecto al resto de países de su región.

Tabla 2.1: Penetración de internet en los países involucrados en la Primavera Árabe.

PAÍS	POBLACIÓN ESTIMADA 2011	USUARIOS INTERNET DIC 2000	USUARIOS INTERNET 31 DIC 2011	PENETRACIÓN ENTRE LA POBLACIÓN	INCREMENTO PENETRACIÓN 1ª DÉCADA S. XXI
ARABIA SAUDÍ	26.131.703	200.000	11.400.000	43,60%	5600,00%
ARGELIA (<P)	34.994.937	50.000	4.700.000	13,40%	9400,00%
BAHREIN (<I)	1.214.705	40.000	649.300	53,50%	1523,30%
EGIPTO	82.079.636	450.000	21.691.776	26,40%	4820,00%
IRAK (<P)	30.399.572	12.500	325.000	1,10%	2500,00%
IRÁN	77.891.220	250.000	33.200.000	42,60%	13180,00%
JORDANIA (<P) (<I)	6.508.271	127.300	1.741.900	26,80%	1268,30%
KUWAIT (<I)	2.595.628	150.000	1.100.000	42,40%	633,30%
LÍBANO (<P) (<I)	4.143.101	300.000	1.083.420	26,40%	264,50%
LIBIA (<P)	6.597.960	10.000	391.880	5,90%	3918,00%
MARRUECOS	31.968.361	100.000	15.656.192	49,00%	15656,19%
MAURITANIA (<P) (<I)	3.281.634	5.000	100.333	3,10%	2006,66%
OMÁN (<I)	3.027.959	90.000	1.465.000	48,40%	1527,80%
SIRIA (<P)	22.517.750	30.000	4.469.000	19,80%	14767,70%
SOMALIA (<P)	9.925.640	200	106.000	1,10%	53000,00%
SUDÁN (<P)	45.047.502	30.000	4.200.000	9,30%	14000,00%
TÚNEZ	10.629.186	100.000	3.856.984	36,30%	3856,98%
YEMEN (<P)	24.133.492	15.000	2.349.000	9,70%	15560,00%
YIBUTI (<P)	757.074	1.400	61.320	8,10%	4380,00%
TOTAL	423.845.331	1.961.400	108.547.105	24,57%	8834,88%
ÁFRICA	1.037.524.058	4.514.400	139.875.242	13,50%	2988,40%
MEDIO ORIENTE	216.258.843	3.284.800	77.020.995	35,60%	2344,80%

Nota. Fuente: elaboración a partir de Internet World Stats [online] disponible en www.internetworldstats.com (datos correspondientes a África en <http://www.internetworldstats.com/stats1.htm>, datos correspondientes a Medio Oriente en <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>)

(<P) Penetración de internet por debajo del promedio de su zona geográfica.

(<I) Incremento de la penetración por debajo del promedio de su zona geográfica.

Esto se puede interpretar de un modo ya apuntado anteriormente: el impacto en el tejido social de nuevas vías de información y comunicación parece relacionarse con fases de expansión exponencial –casi de euforia por el nuevo instrumento– de la implantación doméstica (véase nota al pie nº 12), más allá del hecho de que estas nuevas herramientas se encuentren más normalizadas en los territorios colindantes.

La incidencia de estos guarismos y la coincidencia de un crecimiento superior a la media relativa de sus regiones no se antojan precisamente baladíes. De hecho, adquieren una dimensión todavía mayor al relativizarlos comparando estos índices de crecimiento desde Diciembre del año 2000 hasta el 31 de Diciembre de 2011 con los del resto de regiones del mundo (Tabla 2.2).

Tabla 2.2: penetración de internet en el mundo. Datos divididos por regiones.

REGIÓN	POB. ESTIMADA 2011	USUARIOS INTERNET DIC 2000	USUARIOS 31 DIC 2011	PENETRACIÓN ENTRE LA POBLACIÓN	INCREMENTO PENETRACIÓN 1ª DÉCADA S. XXI
ÁFRICA	1037524058	4514400	139875242	13,50%	2988,40%
ASIA	3879740877	114304000	1016799076	26,20%	789,60%
EUROPA	816426346	105096093	500723686	61,30%	376,40%
LATINOAMÉRICA /CARIBE	597283165	18068919	235819740	39,50%	1205,10%
MEDIO ORIENTE	216258843	3284800	77020995	35,60%	2244,80%
NORTEAMÉRICA	347394870	108096800	273067546	78,60%	152,60%
OCEANÍA	35426995	7620480	23927457	67,50%	214,00%
TOTALES	6930055154	360985492	2267233742	32,70%	528,10%

Nota. Fuente: elaboración a partir de Internet World Stats [online] disponible en www.internetworldstats.com (datos correspondientes a las regiones en <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>)

Comparando ambas tablas, podemos observar que tan sólo un estado de los diecinueve involucrados en la Primavera Árabe –el Líbano para más señas- posee un incremento de la penetración de internet menor que la media mundial en la primera década del siglo XXI, de aproximadamente el doble: un 264,50% en el caso libanés frente a una media del 528,10% mundial. El siguiente caso más bajo es el de Kuwait, que sólo rebasa en poco más de un 105% la media mundial: un 633,30%. El siguiente caso llega a duplicar la media global (Jordania, con un 1268,30% de incremento en la penetración de internet en la primera década del presente siglo), y en algunos casos se encuentran incrementos que reducen el promedio del planeta a la mínima expresión: Irán, Marruecos, Siria, Sudán y Yemen se sitúan en una horquilla entre el 13000% y casi el 16000%²⁰, todo ello en países altamente poblados.

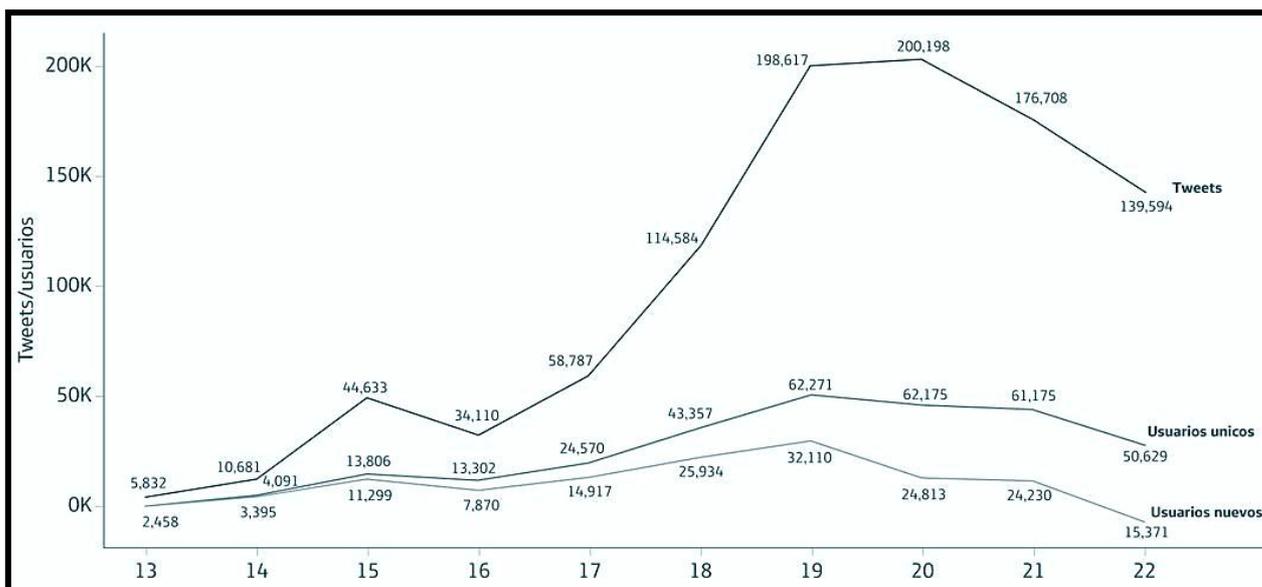
Sin embargo, y pese a que hemos advertido con anterioridad la necesidad de no caer en el determinismo tecnológico (Tilly, Wood, 2009), es inevitable trazar una relación entre crecimiento de internet y movimientos de reacción y protesta social. Ciertamente es, no obstante, que el movimiento objeto de esta investigación pertenece a una región geográfica que ha experimentado un crecimiento de internet inferior a la citada media mundial (ver Tabla 2.2). Sin embargo, y pese a que la movilización social no es patente de los países de la Primavera Árabe, su utilización de internet y las redes sociales sí ha podido servir como un ejemplo a imitar. Máxime cuando Facebook o Twitter, las dos redes comerciales más utilizadas,

²⁰ El caso somalí debe ser relativizado frente a los cinco países citados, dado que pese al incremento de un 53000%, en términos absolutos estamos tratando de poco más de 80000 nuevas conexiones a internet en 10 años. Todo ello en un país con casi 10 millones de habitantes y que tiene, junto a Irak, el índice de penetración de internet más bajo de los países de la Primavera Árabe con un 1,1%.

suponen un impulso a la anteriormente citada función de difusión de la información, y acaban derivando en una mayor participación ciudadana en la vida política de su entorno:

“el uso de redes sociales para informarse incrementa de forma significativa el capital social y aquellas personas que lo hacen tienen mayor grado de compromiso cívico y participan más en política. Efectos estos que no se producen en aquellos ciudadanos que solo utilizan Facebook o Twitter como actividad lúdica. En las redes sociales, muchas de las informaciones que leemos han sido recomendadas por amigos y permiten comentarlas en tiempo real con esos amigos; así el impacto es mayor y la recomendación se convierte en un factor clave para la participación.” (Ferrerías, 2011)

Podemos convenir que el empleo de las redes sociales bajo un enfoque ajeno a lo lúdico puede resultar en cierto modo un método de captación para el movimiento social. Esto es: la red social activista se aprovecha de la capacidad de difusión y aglutinación de la red social virtual. Haciendo una analogía inversa, también podemos deducir que un movimiento social puede nacer en gran medida al calor de una explosión de difusión de información a través de las redes sociales virtuales.



Gráfica 2.1 Tweets publicados y usuarios únicos. Mayo 2011.

Fuente: FERRERAS, E., 2011, "Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter", en Revista Telos [online] disponible en

http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do

Una explosión como la presentada en la Gráfica 2.1, que refleja el incremento de difusión de información dado a partir del día 16 de Mayo en España, puede generar un fenómeno de adhesión masiva a un movimiento social sin necesidad de que este exista previamente, como ya aconteció en el anteriormente comentado caso de Xiamen, en el que se citaba mediante SMS individual a sumarse a un movimiento que contaba con 10000 personas "supuestas"²¹. Por tanto, la fenomenología de creación de un movimiento social como el 15M a través de la difusión masiva de información mediante las redes sociales parece basarse exclusivamente en un fenómeno de adhesión. A través de dicha adhesión, se genera el movimiento en sí.

No obstante, y este resulta un factor capital a la hora de analizar la transmisión de mecanismos de protesta social independientemente de fronteras y culturas, no es de recibo ignorar

²¹ En ningún punto de la crónica presentada sobre el caso de Xiamen (Tilly, Wood, 2009) se menciona que 10000 personas estuvieran esperando a los manifestantes convocados mediante SMS, con lo que deducimos que la transmisión de esta cifra no constituía más que un reclamo.

ya no solo la capacidad de difusión de información de una red social como Twitter, sino también su uso masivo en todo el mundo²². Una circunstancia que deviene fundamental a la hora de comprender el contagio de fenómenos de protesta mediante la ocupación de la vía pública:

“Por otro lado, con Twitter, la inmediatez y rapidez está garantizada y la información fluye de manera global, por lo que también fuera de nuestras fronteras se produjeron adhesiones al movimiento e incluso manifestaciones pacíficas para apoyar la #spanishrevolution. Un par de apuntes al respecto: el día 21 de mayo Spain fue la palabra más buscada en la edición on line del periódico estadounidense The New York Times y el diario Washington Post informaba el día 16 de mayo sobre las manifestaciones del 15-M.” (Ferrerías, 2011)

Dado que los medios de comunicación tradicionales no han permanecido ajenos a las posibilidades de difusión de las nuevas redes sociales virtuales²³, atraídos por la ya citada capacidad de difusión no solo de la información –su producto- sino del nombre –su marca-, se pueden dar casos de realimentación entre la red social virtual y el medio de comunicación. Probablemente portadas como la de El País, medio generalista de alta popularidad, el 21 de Mayo de 2011 (ver Imagen 2.1) contribuyan a estos casos de realimentación de los mecanismos de captación y adhesión en los movimientos sociales.

²² Según un reciente estudio, se estima que antes del 1 de Enero de 2012 existían 383 millones de perfiles de Twitter en todo el mundo (SemioCast, 2012)

²³ De acuerdo con el artículo de Ferrerías (2011), quien se basa a su vez en datos del Instituto Servimedia, entre los principales diarios generalistas del estado español (El País, El Mundo, ABC, La Razón, Público y La Gaceta) sumaban 15 cuentas de Twitter en 2011. La de El País, el diario español online con más *followers* en Twitter, contaba a finales de 2011 con 518993 seguidores.

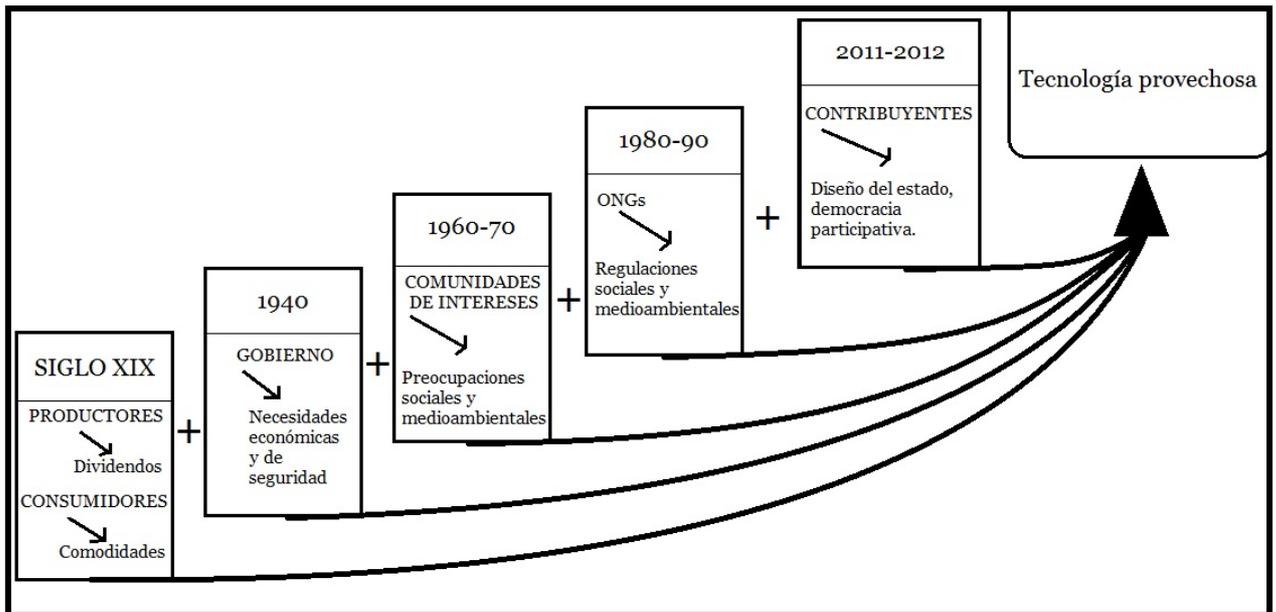


Figura 2.2: Evolución de la complejidad interorganizativa de acuerdo con F.A. Koomanoff (actualización de autor)

Fuente: elaboración propia.

No deseo dejar de admitir que quizá sea este un ejercicio de actualización demasiado evidente. Sin embargo, cabe plantearse antes de revisar la base teórica en la cual se ha enmarcado la siguiente investigación si no podemos acaso figurarnos si la introducción de estas nuevas posibilidades de comunicación entre seres humanos e incluso entre sociedades no puede constituir un nuevo eslabón en la evolución de la complejidad interorganizativa concebida por Frederick Koomanoff, como propongo en la Figura 2.2.

Empero, la obtención de respuestas a las incógnitas acerca de la influencia de los nuevos procesos comunicativos abiertos con la implantación de internet y las nuevas redes sociales, y en especial aquellas referidas a las propias dinámicas de difusión de información escrita por parte de la ciudadanía, no podrán ser respondidas sin antes enmarcar la fenomenología a estudiar dentro de un marco teórico que contemple los fenómenos complejos. Sin

ofrecer esta perspectiva, toda respuesta se quedará en lo meramente especulativo, y su fiabilidad quedará disuelta en un campo entre el ensayo y la utopía literaria.



Imagen 2.1: Portada del diario El País del 21 de Mayo de 2011.

Fuente: http://www.cadenaser.com/recorte/20110521csrcsrnac_1/XLCO/les/Portada-Pais-Sabado-21-mayo.jpg

3. PERSPECTIVA TEÓRICA

3.1 ¿Por qué la Teoría del Caos?

Enfocar una tesis doctoral siempre resulta complejo de por sí. Por consiguiente, enfocar una tesis doctoral que versa sobre los procesos comunicativos generados por las nuevas tecnologías y su capacidad transformadora en el tejido social –generando, recordemos, una alta reactividad social- puede convertirse en una tarea comprometedora para quien la realiza. El abanico de perspectivas posibles que se pueden aplicar a un trabajo de esta naturaleza tan abierta es cuanto menos generoso: Teoría de los Lenguajes, Politología, Estudio de los Movimientos Sociales, Historia del Activismo... Son muchos los nombres que se pueden poner delante de una tesis de la naturaleza de esta. Sin embargo, si debiéramos poner un apellido, ese sería el de la Teoría del Caos –o el del estudio de los fenómenos complejos-, en tanto que supone una perspectiva transversal a múltiples ramas del conocimiento y, por tanto, puede ofrecer explicaciones amplias a eventos interesantes desde varios puntos de vista como el que nos ocupa.

En este capítulo tercero trato de arrojar luz acerca de los fundamentos de una teoría compleja y enigmática desde su mismo nombre. Una complejidad lógica si tenemos en cuenta que nace, precisamente, como intento de describir más que sistematizar los fenómenos complejos que se dan en las múltiples facetas de la realidad. Pero antes de desgranar los fundamentos de esta perspectiva elegida para desarrollar esta tesis doctoral, trataré de justificar el uso de un paradigma nacido y desarrollado al calor de la interdisciplinariedad. Una interdisciplinariedad que desde mis

tiempos de estudiante de primer ciclo he defendido como premisa de análisis de los intrincados y en apariencia insondables fenómenos que nos rodean como seres y como sociedad. Una visión analítica alejada de la sistematización lineal y simplificadora que en ocasiones caracteriza el campo de la investigación, tan centrada en analizar los productos del estudio de campo como meros números (algo que, como se ha visto en el capítulo anterior, no es ajeno a los juicios a los movimientos sociales) como en ocasiones descuidada a la hora de retratar la realidad con una cantidad suficiente de matices.

3.1.1 La interdisciplinaria como necesidad.

Como comentaba en la introducción de este capítulo, mientras la perspectiva de juicio de cualquier faceta de lo experienciable se centre únicamente en el análisis “al peso” de los valores cuantificables de la misma, la comprensión del mundo y de sus experiencias podrá ser catalogada de incompleta. Multitud de fenómenos se abren a la mente humana a cada segundo y, por mucho que la aproximación a los mismos facilite un nivel de detalle aparentemente clarificador, la realidad no es un compendio de compartimentos estancos. Como comentábamos en la primera sección del capítulo anterior, es necesario un nivel de “heterovisión”²⁴ suficiente como para aspirar a comprender –o al menos describir- la naturaleza de los fenómenos observables o teorizables.

Por ello, podemos esgrimir una serie de razones –todas ellas mencionadas por multitud de autores cuyo dominio disciplinar está fuera de cualquier duda- por las cuales enfocar esta investigación y tantas otras desde una perspectiva interdisciplinar. La primera de ellas, y quizá la más importante, es la necesidad de ajustarse a esquemas mentales más amplios como vía para solucionar problemas no tan específicos como globales. Problemas de una naturaleza creciente en un mundo que en no pocos aspectos –el político, el económico, el tecnológico y el comunicativo cuanto menos- es paradójicamente menguante. El finado Lorenzo Ferrer Figueras, quien fuera Profesor Emérito de Matemáticas por la Universitat de València, conformó a finales del pasado siglo un

²⁴ Véase la mención a la conjetura de Von Foerster en la sección 2.1.

grupo de investigación interdisciplinar en el que las matemáticas, la física, la meteorología, las ciencias económicas y la lingüística tuvieron cabida en un proyecto común. Un proyecto que pretendía dar solución a problemas complejos mediante análisis amplios, y que estuvo basado precisamente en la Teoría del Caos. Su alegato a favor de una investigación universitaria de frente amplio e interdisciplinar, contenido en el prólogo de *La Teoría del Caos y sus aplicaciones a la evolución, predicción y control de Sistemas Naturales y Sistemas Sociales* (Ferrer Figueras et al., 2000) ilustra mejor que cualquier palabra escrita por el autor de esta tesis la conveniencia de una perspectiva interdisciplinar:

“La cultura mecanicista (analítica, cartesiana, reduccionista) que impera en nuestra Sociedad y por ende en nuestra Universidad, conduce inexorablemente a la especialización a ultranza, que si bien ha resuelto graves problemas, tiene graves carencias. No es la menor de ellas que nuestros universitarios (empresarios, políticos, sindicalistas, investigadores), con todas las excepciones necesarias frente a un problema de la Sociedad, de la Naturaleza (o de ambas), que es global por su propia naturaleza, y que exige soluciones globales, obtenidas por métodos globales (descomponen el problema en subproblemas hasta que ellos son resolubles en tanto que dichos subproblemas hallan el acomodo del contexto teórico de una especialidad (Área de conocimiento) de la Universitat. Grave error porque es evidente que el conjunto de las soluciones no coincide con la solución global deseada, porque ‘olvidamos’ interrelacionar las soluciones ‘parciales’” (Ferrer Figueras, 2000: 9)

Efectivamente, la solución de problemas complejos es quizá la razón más importante por la que decidir optar por una perspectiva teórica amplia en un estudio de esta naturaleza. No obstante, la intrincada naturaleza de la información como objeto de análisis supone la segunda razón de peso por la cual se ha elegido la Teoría del Caos como perspectiva de este trabajo. Y es que la misma complejidad del corpus condiciona su investigación, obligando a no detenerse en los límites paramétricos marcados por unas u otras subdisciplinas del saber. Si el corpus –620 pancartas de un movimiento social que ha empleado las redes sociales como herramienta no únicamente de difusión sino de metaconstrucción– puede ser estudiado desde campos tan distintos como la estilística, la semántica, la Teoría de la Información o el análisis de nuevas tecnologías, ¿cómo no asumir que el prisma teórico debe ajustarse al polifacetismo del objeto de estudio? En efecto, la información en sí es un concepto cuantificable desde múltiples perspectivas, y es precisamente esta circunstancia la que convierte a la perspectiva de análisis de sistemas complejos –con la Teoría del Caos como exponente– en prácticamente la única válida para cuanto menos describir una amplia gama dentro de las incidencias derivadas de la existencia y difusión del corpus.

En palabras de Majela Guzmán Gómez, investigador de la Universidad de la Habana en la rama de las Ciencias de la Información, dentro de las razones para la interdisciplinariedad en el campo del análisis de esta rama, figura “en primer lugar, el carácter multidimensional de la información, objeto de estudio del campo, que seguirá nutriendo en el futuro la dimensión interdisciplinaria y que se mantiene actualmente como un rasgo

principal” (Guzmán Gómez, 2007: 22). Dicho investigador añade la necesidad de “heterovisión” que Lorenzo Ferrer Figueras (2000) mencionaba en el citado prólogo de su trabajo, recordando que “la información, motor de una sociedad de nuevo carácter para muchos, no puede comprenderse por medio de un pensamiento lineal, porque, gracias a la nueva realidad epistemológica, no es posible buscar soluciones en campos aislados.”(2007: 22)

Si la necesidad de afrontar garantemente la solución de problemas complejos en el seno de la investigación universitaria junto con el reconocimiento de la naturaleza de la información como objeto multidimensional no son suficientes como las dos principales razones para emplear esta perspectiva en un trabajo de esta naturaleza, se puede aducir un tercer motivo en cierto sentido menos pragmático pero quizá más humano. Ali Bulent Çambel, analista de sistemas y físico teórico autor de una de las obras de referencia de este trabajo, añade una tercera razón para buscar una prosperidad humana a través de la cooperación. Cooperación que, sin duda para el investigador turco-italiano naturalizado estadounidense, debe llegar a través de perspectivas de cooperación de las que el academicismo no debe escapar, quizá empleando como idiolecto común la citada Teoría del Caos:

“I believe that society would prosper if we learned together, unshackled from disciplinary ethnicity. To be able to do that we need a common idiolect. Chaos theory is one such mode of communication. An interdisciplinary approach to chaos theory bolstered by nonequilibrium thermodynamics, information theory, and fractal geometry transcends disciplinary lines and

has been found useful in multifarious areas” (Çambel, 1993: xiii)

3.1.2 Los fenómenos complejos y la oportunidad descriptiva.

Tradicionalmente, la palabra *caos* ha sido conceptualizada semánticamente como un ítem pleno de connotaciones negativas, asociadas a lo engorroso, a lo inoperante y a la carencia de sentido²⁵. No es de extrañar, pues, que ensayistas como Georges Balandier en su obra *El desorden: la teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento* (1993) reflexionara acerca de la negatividad vertida en cada una de las apreciaciones de aquello no percibido como ordenado:

“El desorden es visto ordinariamente bajo los aspectos del mal –como este, ‘se propaga’- o de lo inesperado, lo desconocido temido. Es por consiguiente lo que hace irrupción trastornando el orden de las cosas, de los seres, de las ideas. La modernidad parece darle una capacidad de omnipresencia y una virulencia acumulada. Contribuye poco a la interpretación *racional* de las situaciones y los problemas, su lógica propia está confinada en el interior de los saberes científicos” (Balandier, 1993: 175-176)

Quizá esa definición nominal atribuible al caos –lo *desconocido temido*- no sea más que el verdadero motivo por el que

²⁵ Una rápida ojeada al diccionario de la Real Academia de la Lengua (22ª edición) nos ofrece tres acepciones, dos de las cuales resultan ciertamente denotativas de un sentido casi dañino de esta palabra: la primera está asociada a la inexistencia o a la carencia de forma (*Estado amorfo e indefinido que se supone anterior a la ordenación del cosmos*), mientras que la segunda es contundente por escueta (*Confusión, desorden*). Pese a que la tercera, no obstante, arroja pistas de lo que trataremos de desgranar en los capítulos ulteriores (*Comportamiento aparentemente errático e impredecible de algunos sistemas dinámicos, aunque su formulación matemática sea en principio determinista*) queda meridianamente clara la carga semántica negativa que acompaña a la palabra *Caos*. Especialmente al comprobar en el *Diccionario de Sinónimos y Antónimos* de la editorial Gredos (Madrid: 2009) los once sinónimos propuestos: *confusión, desorden, descontrol, desbarajuste, desorganización, desconcierto, maremágnum, guirigay, babel, jungla y anarquía*.

tradicionalmente se realizan tantas asociaciones negativas a lo caótico, a lo complejo. Sin embargo, puede que exista una creciente apertura epistemológica dominada por la sensación de indefensión – o más bien de insignificancia- derivada de la creciente velocidad en los descubrimientos científico, entendiéndose la ciencia en el más amplio sentido de la palabra, al margen de la clásica creencia de que las ramas experimentales son el único bastión del desarrollo científico. Una creciente amplitud de miras fomentada por el incremento de innovaciones tecnológicas como la consabida explosión de las tecnologías de comunicación, cual nos empuja, en palabras de Antonio Escotado (1999: 12) “a un escenario de perfiles todavía borrosos aunque muy distinto, donde las representaciones del orden deben adaptarse a una situación de pluralidad e inestabilidad, no por ello menos eficaz para inventar pautas organizativas y asociativas”.

Y es en esta apertura de los límites de la razón analítica se encuentra precisamente la Teoría del Caos primeramente descrita por Lorenz (1993). Efectivamente, descrita y no exactamente sistematizada puesto que el ánimo con que surge esta teoría –cuyo objeto es, como ya hemos mencionado, analizar las realidades complejas- es sencillamente descriptivo. La aceptación de la complejidad como factor común de una gran cantidad de los sucesos aparentemente inconexos de la realidad –como el movimiento social que nos ocupa- nos lleva a asumir no sólo la necesidad de interactuar con el Caos casi como un mero observador armado de ingentes dosis de ansias de “hetero-visión”²⁶, sino la inutilidad de

²⁶ La cual es en sí paradójicamente inalcanzable, máxime teniendo en cuenta la interconectividad que surge entre todas las facetas de la realidad y los exacerbados efectos que, como podremos comentar en los próximos puntos de este capítulo, pueden tener eventos en apariencia insignificantes.

tratar de poner puertas al campo e, incluso, la altruista autoexigencia de lidiar con las realidades complejas para generar efectos positivos, sean en la escala que sean:

“Se difunde no obstante la idea de que, si bien el desorden no puede encerrarse, es importante identificar sus manifestaciones, de oponerle una línea de defensa, de convertirlo en energía capaz de efectos positivos; de utilizar el movimiento en lugar de dejarlo hacer o padecerlo, sin incluso conocer bien los medios de llegar a él y los riesgos corridos por error y no por pasividad” (Balandier, 1993: 173)

Asumir la conveniencia o la inevitabilidad de *convivir* con el desorden supone, en parte, asumir la incapacidad humana para comprender absolutamente todo de un modo sistemático. La complejidad es, en gran medida, la asunción de unos límites. Unos límites que pueden –y añadido: deben- ser traspasados asumiendo que existen órdenes que se escapan de lo perceptible. El Caos, por tanto, debe ser comprendido como la probabilidad de la existencia de un orden subyacente, más elaborado y en cierto sentido precioso que aquellos que se muestran evidentes:

“Para algunos, el caos es un *subproducto* de la complejidad: en esta, las reglas locales imprimen un orden global, mientras que en aquél, el desorden y la aleatoriedad generan un orden fractal. En ambos casos, pues, lo que se genera a nivel integral es *una estructura ordenada*” (Ibañez, 2008: 100)

Sin embargo, antes de presentar cualquier investigación basada en fenómenos complejos –como el tránsito de cantidades ingentes de información de la pancarta a internet y sus efectos

transformadores- debemos presentar la Teoría del Caos y la misma realidad compleja no como una exuberante conjetura que enlaza filosóficamente diversas disciplinas y subdisciplinas, sino como la intrincada Teoría de Sistemas Generales que trata de vertebrar una perspectiva de análisis en ningún caso simplista:

“La Teoría del Caos es una Teoría de Sistemas Generales, y como cualquier otra Teoría de Sistemas Generales contiene leyes, propiedades, no solamente válidas para todos los sistemas concretos (reales), sino que además, dichas propiedades (por definición de Teoría de Sistemas) son – deben ser- isomorfas. Ello significa que para cualquier problema planteado en un sistema ‘concreto’ (en un Sistema Físico-Químico, un Sistema Acústico, un Sistema Paleontológico, un Sistema Fisiológico, Psicológico, de Teoría de la Educación, Lingüístico,...) existen problemas isomorfos, y que si hallamos la solución de cualquiera de ellos, dicha solución se puede “transferir” a aquellos sistemas, y “deberá ser” la solución de los problemas isomorfos. Ello produciría una economía de investigación envidiable”. (Ferrer Figueras, 2000: 9)

Toda vez presentados los motivos por los cuales emplearemos la lente de los fenómenos como perspectiva analítica para este trabajo, procederemos a sistematizar los diversos elementos de la Teoría del Caos y, en la medida de lo posible, a identificarlos con ciertos elementos que envuelven al corpus de esta investigación.

3.2 Fundamentos de la Teoría del Caos

3.2.1 Complejidad frente a linealidad

3.2.1.1 Definición de Sistema

En secciones anteriores de este capítulo hemos mencionado el concepto “sistema”, y lo cierto es que la importancia del mismo en este trabajo es capital. A la hora de establecer la analogía que sirve como premisa de este trabajo²⁷, no es de recibo hacerlo sin antes definir el citado concepto. Dadas las múltiples acepciones atribuidas a la palabra en cuestión, es compulsorio acotar semánticamente el concepto en torno al que vamos a asociar determinados procesos y abstracciones a partir de los cuales se genera la hipótesis central de esta tesis. Por ello, y teniendo en cuenta la perspectiva analítica adoptada en este trabajo, la definición escogida de entre todas las posibles fue realizada por el biólogo Karl Von Bertalanffy, cuyas obras son consideradas pioneras en el campo que más tarde pasaría a denominarse como Análisis de Sistemas. Quizá por ello sus postulados son reconocidos por varios de los teóricos de referencia de este trabajo (Briggs, Ibáñez o Lorenz) y su obra sigue siendo constantemente reeditada. La definición en cuestión pertenece a una de las últimas ediciones de su obra *Teoría General de los Sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. (2007): “Conjunto acotado de elementos interrelacionados e interactuantes que poseen una misma estructura, dinámica y organización, y pertenecen a un entorno común, tal que posee distintos niveles de organización de los que emergen diferentes propiedades” (2007: 23).

²⁷ Esta es, la visión de los procesos comunicativos generados alrededor del movimiento 15M como pertenecientes a procesos sistémicos.

De esta definición, se desprenden cinco conceptos que se desgranarán y analizarán no solo en el resto del capítulo, sino que aparecerán –mediante identificaciones prácticas con procesos de análisis del corpus- tanto en la sección cuarta como en la sexta²⁸. Dichos conceptos son los siguientes: interrelación, estructura, dinámica, organización y entorno común.

Como veremos en las ulteriores secciones de este capítulo, el análisis de este corpus bajo el prisma sistémico comentado anteriormente establece una serie de premisas, enarboladas en torno a los procesos de interrelación entre elementos –en este caso personas que interaccionan mediante procesos comunicativos- y sus efectos, los cuales se sucederán de un modo estructurado, generando unas dinámicas de transformación²⁹ que a su vez repercutirán en nuevas formas de organización que incidirán en el entorno común.

El análisis de esta sucesión de eventos en el seno del movimiento 15M, atendiendo exclusivamente a la configuración del mismo movimiento en torno a la comunicación mediante cartelería y mensajes en la red social Twitter, supone la oportunidad de describir una realidad altamente compleja y, por tanto, el *leit motif* de este trabajo doctoral. No obstante, toda vez definido qué entendemos a partir de este momento por “sistema”, cabe explicar las principales diferencias entre aquellos simples o lineales y los considerados complejos.

²⁸ Referidas a la formulación de la hipótesis y al estudio y análisis del corpus.

²⁹ Como más tarde veremos, esto es así en el caso de sistemas disipativos como el que centra este estudio.

3.2.1.2 Principios de los sistemas lineales

Toda vez acotado semánticamente el concepto sistémico bajo el cual vamos a analizar el movimiento 15M y corpus dispuesto en este trabajo –en tanto muestra de su actividad comunicativa– procederemos a establecer la primera clasificación entre sistemas. Si bien la cuestión de las clasificaciones se suele determinar a través de cuestiones dimensionales o cualitativas más o menos discutibles, como en multitud de campos de a su vez multitud de disciplinas, esta división sistémica se centra básicamente en las consecuencias derivadas de las interrelaciones entre los elementos de los mismos. Estas interrelaciones nos llevan a dividir entre sistemas lineales y sistemas complejos, si bien veremos como dentro de los propios sistemas complejos se producen subdivisiones en función, nuevamente, de aspectos cualitativos derivados de la observación de las interrelaciones entre sus elementos.

Pese a que nuestro objeto de estudio no se enmarca en absoluto dentro de la categoría de sistemas lineales, resulta pertinente establecer cuáles son las características comunes a este tipo de estructura organizativa, de igual modo que en la próxima sección explicaremos las comunes a los sistemas complejos.

De acuerdo con los paradigmas del Análisis de Sistemas, como bien resumen Vicenç Almenar Terre y Héctor Esteban González a lo largo de su obra *Apuntes de sistemas lineales* (2000), este tipo de sistemas posee tres características básicas: homogeneidad, aditividad e invariabilidad en el tiempo. Procedamos a introducir estos conceptos y a ilustrarlos con un ejemplo basado en la comunicación telefónica, en tanto que la comunicación entre dos

personas –si atendemos a los esquemas propuestos por autores como Saussure (1987) y Jakobson (1984)- se describe tradicionalmente como un proceso lineal:

- *Homogeneidad*: un sistema es homogéneo cuando un cambio en la intensidad de la señal de entrada supone un cambio proporcional en la intensidad de la señal de salida. Esto supone que para una entrada $X[n]$, hay una salida $Y[n]$, igual que para una entrada $kX[n]$ se da una salida $kY[n]$. Esta es una característica fundamentalmente cuantitativa, y que en una conversación telefónica se puede traducir en el número de palabras transmitidas por el emisor y percibidas por el receptor³⁰. Así, si el emisor pronuncia tres palabras, el receptor captará tres palabras. Si el emisor pronuncia nueve en la siguiente fase, el receptor captará nueve.
- *Aditividad*: la característica de aditividad implica que la señal de salida es igual a la suma de las salidas generadas por las diferentes señales de entrada. Si $X_1[n]$ produce $Y_1[n]$ y $X_2[n]$ produce $Y_2[n]$, entonces $X_1[n] + X_2[n]$ producen $Y_1[n] + Y_2[n]$. Empleando la analogía telefónica, esto implica que si dos personas hablan, por ambos lados del teléfono se oirá a dos personas hablando.

³⁰ En esta analogía mediante la comunicación telefónica que empleamos a lo largo de la disección de las características comunes a todos los sistemas lineales, se presupone una idoneidad de las condiciones comunicativas. No hay, por tanto, interferencias de la señal, ruido, deficiencias auditivas o, en definitiva, cualquier tipo de inconveniente que dificulte la transmisión de información entre emisor y receptor.

- *Invariabilidad en el tiempo*: esta tercera característica supone que variar la señal de entrada en el tiempo produce una variación proporcional en la señal de salida. Es decir, si $X[n]$ produce $Y[n]$, entonces $X[n+t]$ produce $Y[n+t]$. Empleando el consabido símil telefónico, esto implica que si el emisor emite un mensaje independientemente de su longitud, volumen o tono –la interjección “¡Hola!” es un buen ejemplo por su sencillez– el receptor oirá siempre el mismo mensaje –“¡Hola!”– independientemente del momento temporal en el que se produzca el evento comunicativo. Por tanto, el factor temporal es irrelevante en los sistemas lineales, dado que toda variación dependerá únicamente de la información de entrada. Las modificaciones que se produzcan en un tiempo t_n serán replicadas proporcionalmente en t_{n+1} .

Durante las primeras décadas de vida de la lingüística teórica, la comunicación humana se concibió como un proceso simple, ciertamente idealizado y ajustado, como hemos ilustrado en esta sección con la analogía de la conversación telefónica, a parámetros de idealización. Ciertamente, la comunicación humana no se limita a una serie de variables simples. Las interferencias pertenecen al campo de lo complejo, no de lo lineal, con lo que su descarte es lógico a la hora de establecer unas primeras líneas de esquematización en una disciplina naciente.

Sin embargo, la evolución de la Lingüística Teórica como disciplina autónoma y su apoyo en la Lingüística Aplicada como fuente de comprobación y por tanto legitimación ha permitido el

nacimiento de diversas teorías³¹ que conciben la existencia de la complejidad en el seno de la comunicación humana. Por tanto, el enfoque de sistematización lineal que ha servido como base al estudio de la comunicación humana supuso, sencillamente, un primer estadio a partir del cual evolucionar hacia un panorama de estudios lingüísticos más pleno de matices. Un escenario en el que investigar aspectos no unidimensionales y conformar una Lingüística General “que se ocupa de investigar la naturaleza de los fenómenos lingüísticos en lo que tienen de común y en lo que tienen de diferente, posibilitando así una teoría general de las lenguas humanas” (Moreno Cabrera, 1994: 28)

Procedamos a continuación a presentar las características comunes a los sistemas complejos, cuya sistematización encaja –si convenimos en que la perspectiva de los estudios de la comunicación humana debe alejarse de la linealidad en tanto esta no describe minuciosamente la realidad- con el análisis que se puede realizar de los procesos comunicativos de un movimiento social.

³¹ Teorías que focalizan en múltiples aspectos y circunstancias, tanto propias como externas, de los eventos comunicativos. Por lo tanto, hablamos de teorías que focalizan en lo cualitativo y que, afortunadamente para el futuro de la comprensión del propio ser humano, tratan la realidad comunicativa como algo multidimensional y heterogéneo. La Relevancia (Sperber y Wilson, 1994), los Actos de Habla (Searle, 1976) o la Cortesía (Brown y Levinson, 1987) son muestras de la lógica apertura analítica de la Lingüística hacia modelos sistémicos no lineales.

3.2.1.3 Principios de los sistemas complejos

En la anterior sección presentábamos los tres condicionantes que todo sistema lineal cumple, ejemplificando mediante una analogía con una situación comunicativa como una conversación telefónica. La dificultad a la hora de entender qué es un sistema lineal resulta ciertamente baja, y sus tres propiedades fundamentales no suponen un escollo a la hora de comprender esta lógica sistémica.

La presentación de los principios comunes a los sistemas complejos no resulta en exceso complicada, como tampoco lo debe ser en un principio la comprensión de los mismos. Partir de la premisa de que en ocasiones se debe aspirar a la descripción y la comprensión de la realidad, pero no a la sistematización –dada la nula infalibilidad predictiva que emana del análisis de este tipo de sistemas³²– es la condición *sine qua non* para la extracción y asimilación del conocimiento. Especialmente en lo referente a determinados aspectos de la realidad como es la comunicación y el lenguaje en si mismo, del que Ricard Morant (1991) afirma lo siguiente:

“El lenguaje es un objeto multidimensional que la ciencia ha analizado desde distintos puntos de vista a lo largo de la historia. Para unos consiste en un conjunto de procesos de

³² En lo que –a juicio del autor– supone un alegato a la amplitud de miras en la búsqueda de la comprensión del entorno humano, Escohotado (1999:124) recuerda que “no conviene (...) olvidar que la mayor parte de nuestra ciencia es *descriptiva* –saber de botánicos, zoólogos, lingüistas, geólogos, astrónomos, etc.–, y que las ramas caracterizadas por su ‘alto valor predictivo’ tropiezan con dificultades colosales para ser mínimamente fieles al mundo de nuestra sensibilidad, al *sentido*. Están hoy como congeladas en su curso, a la espera de que intuiciones físicas propiamente dichas rompan el círculo vicioso de una realidad reducida, cuya validez depende de ser anticipable.

habla, para otros se trata de una función cerebral que puede ser afectada, para otros es una habilidad que puede enseñarse, y para otros tantos un instrumento de comunicación”. (1994: 299)

Así pues, realizada la obligada mención a la heterogeneidad y por ende complejidad de nuestro objeto de estudio, procedamos a advertir los diez principios que según Lewin (citado en Ibañez, 2008: 103-104) son propios de los sistemas complejos:

1. *Comportamiento impredecible*: el sistema evoluciona aleatoriamente debido a la incidencia de determinados factores de su entorno, que bien pueden ser las propias condiciones iniciales del sistema o bien una alta sensibilidad a ciertas situaciones externas.
2. *Numerosas partes constitutivas y una densa red de interacciones y sutiles mecanismos de retroalimentación positiva y negativa*: el no cumplimiento del principio de Aditividad propio de los sistemas lineales y presentado en el punto 3.2.1.2.
3. *Los puntos de control del sistema están dispersos, difusos, en toda la estructura del sistema*: algo que nos conduce a la inexorabilidad de un estudio cualitativo profundo, pues los puntos de control de un sistema complejo no son evidentes en un análisis superficial. En el caso que nos ocupa, factores tan distintos como el tiempo verbal empleado, la complejidad

sintáctica o los campos semánticos constituyen facetas de esos puntos de control³³.

4. *Conectividad*: todas las facetas de un sistema complejo parecen afectarse entre sí, si bien no con una proporcionalidad simple. Esto contraviene el principio de Homogeneidad de los sistemas lineales explicado en el punto anterior.
5. *Autoorganización*: tendencia constante y aparentemente espontánea para producir pautas de comportamiento global dentro de las estructuras de este tipo de sistemas en base a la interacción de los mismos con sus respectivos entornos.
6. *Organización jerárquica*: los cambios aplicados a un elemento o componente del sistema acabará afectando a los elementos restantes y a aquellos conjuntos jerárquicamente organizados, variando su estructura.
7. *Sistemas contexto-dependientes*: variación en función de la interacción con el contexto en el que se inserta cada sistema. Dada esta característica, cada sistema desarrolla una serie de características propias, dependiendo de su entorno. Ibáñez (2008: 104) cita elocuentemente la adaptación de las especies propuesta por Darwin como ejemplo de contexto-dependencia.
8. *Sistemas histórico-dependientes*: de igual modo que los sistemas varían en función de su grado de adaptabilidad al contexto que los envuelve, también varían debido a su

³³ Como se verá en el capítulo 6, concretamente en la sección 6.2, correspondiente al estudio anatómico del corpus.

sometimiento al factor tiempo³⁴. Esto contraviene el tercer principio de los sistemas lineales, el de la Invariabilidad en el tiempo (ver 3.2.1.2).

9. *Irreductibilidad*: debido a la riqueza estructural inherente a los sistemas complejos, reducir sus mecanismos internos a procesos más simples implica incurrir en la falacia. Pese a que determinadas cuantificaciones numéricas parezcan replicarse escalarmente –algo que se agrupa dentro del fenómeno conocido como *fractalidad* y que es síntoma de autoorganización- se podrá hablar de tendencias sistémicas, pero nunca de normas de reducción.
10. *Cantidad de información*: a mayor cantidad de información se produce una mayor cantidad de complejidad. Como veremos en el punto 3.2.3.2, los fenómenos de la naturaleza de los aquí estudiados no muestran una homogeneidad o proporcionalidad entre la cantidad de información y su nivel de complejidad. Esto se debe a que esta dependerá principalmente de la información contenida subliminalmente dentro de la propia información o, lo que es lo mismo, a sus cualidades.

Como podemos deducir de las características compartidas por todos los sistemas complejos, lo que se ofrece como un todo aparentemente incomprensible, en realidad supone un compendio de procesos internos. En algunos casos, estos sistemas “pueden parecer complejos en su superficie, pero quizá estén generados por

³⁴ De este principio emana el concepto de Espacio-fase, que resulta fundamental a la hora de describir con exactitud los procesos comunicativos acaecidos en el seno del movimiento 15M y, por consiguiente, analizar sus consecuencias cortoplacistas (ver 6.6).

un conjunto relativamente simple de subprocesos” (Lewin, 1995: 25). Procedamos en el siguiente punto a establecer qué es el Caos que puede hallarse en los sistemas complejos.

3.2.1.4 Caos en la complejidad y sistemas sociales

A menudo, la diferenciación entre la complejidad sistémica y el Caos se torna considerablemente difícil. En palabras de Lewin (1995), “existe un enorme terreno para la confusión en torno a términos como *caos* y *complejidad*. Para la mayoría de nosotros, *caos* significa azar. En el ámbito de los sistemas dinámicos no lineales, no es así.”(1995: 26). Por ello, y con el cometido de que a partir de ahora los términos *Caos* y *complejidad* no se confundan como sinónimos, consideraremos las siguientes aseveraciones como axiomas:

1. El Caos es un subproducto de la complejidad.
2. La presencia de Caos no implica desorden, sino la presencia de un orden subyacente superior al manifiesto en un sistema o conjunto.

El citado Lewin supo reducir estos axiomas a una aseveración reduccionista pero no por ello inválida al afirmar que “El caos es pues un subproducto de la complejidad, en la medida que se trate de sistemas dinámicos no lineales” (Lewin, 1995: 25). En los sistemas sociales, la multiplicidad de condicionantes impide a sus analistas considerar posible el análisis predictivo en base a un prisma sistémico lineal. No obstante, atendiendo a analistas de sistemas como el ya citado Ali Bulent Çambel, es lógico pensar que existe cierto Caos u orden subyacente relativo a la introducción de factores como el desarrollo tecnológico³⁵:

³⁵ Ver Figura 2.1 y 2.2 acerca de la complejidad interorganizativa en torno a la relación entre desarrollo tecnológico y gobernabilidad propuesta por Koomanoff (1992)

“Complexity is inherent in social and political structures such as families, institutions, cities, the nation-state, and alliances. Regardless of whether these entities are large or small, in general, decision making and governance are becoming more complex as a result of the mounting number of driving forces, such as increasing populations, new technologies, and rising human expectations” (Çambel, 1993: 31)

Como comentábamos en el capítulo anterior al revisar la incidencia de la introducción de precisamente innovaciones tecnológicas relativas al sector de la comunicación, la introducción de pequeños modificadores puede generar cambios notorios en el devenir de las estructuras sociales. Este fenómeno constatable a lo largo de la historia de las sociedades humanas, que además conecta con las características fundamentales de los sistemas complejos según Lewin³⁶, se conoce popularmente como “Efecto Mariposa” y consiste en la nula proporcionalidad entre causa y efecto. Como afirma Çambel (1993: 1), los seres humanos estamos sometidos a este principio de carencia de proporcionalidad entre las variaciones introducidas en nuestro contexto y sus consecuencias, dada la ya citada estructura compleja de todo sistema –social, económico, institucional- en el que nos enmarcamos:

“We are inextricably linked to our natural environment, the social and professional institutions with which we are associated, and even the myriad technological devices that we use. Thus a little push here, a little push there, and major

³⁶ Concretamente, este efecto conecta con la imprevisibilidad (al no existir una relación aparente de proporcionalidad entre cambios introducidos y consecuencias posteriores), pero también con la contexto-dependencia (dado que la introducción de nuevas herramientas comunicativas suponen una variación contextual a la que adaptarse).

events can occur, some for the good, and some not so pleasant. In other words, cause and effect are not proportional. A small effect can have significant consequences; conversely, a major effort might yield very little”.

A partir del reconocimiento de la más que probable persistencia de Caos en la sociedad debemos asumir que es más que probable que nos encontremos con procesos caóticos –y por tanto ordenados más allá de la apariencia- en múltiples contextos de la realidad. Sea el financiero, el parlamentario o el comunicativo, todo subsistema en el cual enmarcar las relaciones humanas se antoja cuanto menos candidato a esconder procesos comprensibles y órdenes subyacentes. Unos órdenes que en última instancia pueden mostrarse superiores al aparente desorden que los caracteriza. Órdenes que, como trataremos de explicar en la siguiente sección, pueden modificar su entorno: es el caso de los sistemas disipativos.

3.2.2 Sistemas aislados y sistemas abiertos

En las secciones anteriores hemos hecho hincapié en la existencia de una división entre lo complejo y lo lineal. Asimismo, hemos comentado lo habitual de las subclasificaciones basadas en los aspectos cualitativos de los ítems –sean sistemas u otros- a clasificar. En la presente sección 3.2.2 procederemos a explicar la clasificación entre sistemas aislados y sistemas abiertos, explicando en primer lugar sus características fundamentales siguiendo el trabajo de Çambel (1993) como esquema organizativo de los postulados de Lorenz (1993) y Lewin (1995).

Sin embargo, es pertinente realizar una aclaración previa. En el campo de la Termodinámica se tiende a realizar una división entre sistemas aislados, cerrados y abiertos en función de si intercambian, respectivamente, ni materia ni energía, energía o materia y energía. En cualquier caso, los sistemas cerrados se ubicarían, pese a la evidente contradicción semántica, en el mismo campo de estudio que los abiertos. Esto es debido a que sí se dan flujos de información que traspasan sus paredes, que resultan permeables a ellos. Çambel define los sistemas cerrados dejando constancia de esta permeabilidad a los intercambios de información:

“Closed systems are surrounded by walls that do not allow the passage of matter, although they allow energy and information to pass through them” (1993: 42)

Por ello, hablar de una división entre sistemas abiertos y aislados resulta coherente pese a que ello conlleve incurrir en una cierta falta semántica al incluir los sistemas cerrados dentro de los

abiertos. No obstante, esta reducción se antoja necesaria, dado que en el seno de esta investigación no se tratarán eventos de intercambio de materia y sí de información. Por ello, a partir de este punto de la tesis reduciremos la dicotomía *Sistemas abiertos/Sistemas cerrados* a sencillamente *Sistemas abiertos*, dada la presencia de intercambios de información en ambos.

3.2.2.1 Características de los sistemas aislados

La principal cualidad de los sistemas aislados y, por tanto, su principal diferencia con respecto de los sistemas abiertos, es su interacción con el entorno, que resulta nula. Como resume Çambel (1993: 41-43), los sistemas aislados poseen cuatro características internas fundamentales.

La primera de ellas es que muros aislantes o adiabáticos envuelven al sistema, de manera que este no puede intercambiar ningún flujo de información o energía con su entorno.

La segunda es que la trascendencia de sus procesos se limita tan solo a sus factores macroscópicos. Es decir: a la hora de analizar este tipo de sistemas, lo relevante es su situación en el entorno, no sus procesos internos a nivel microscópico, dado que la interacción con el entorno –en cuanto a niveles de intercambio- es inexistente.

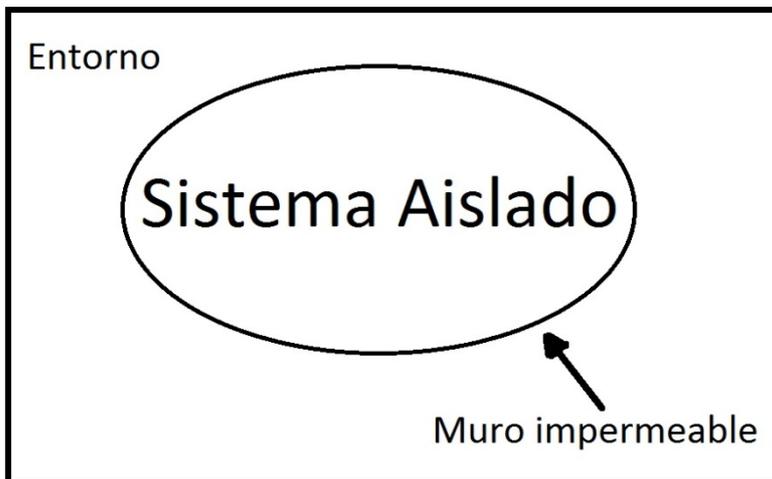


Figura 3.1: Estructura de sistemas aislados

Fuente: elaboración propia

La tercera es que el nivel de equilibrio intrínseco a este tipo de sistemas es absoluto. Como veremos en la sección 3.2.3.2, los

sistemas poseen varias características inherentes que son cuantificables. Una de ellas es el nivel de equilibrio. Dada la inexistencia de un intercambio de energía o información con su entorno, los sistemas aislados se encuentran en un perfecto equilibrio, algo que conduce a su cuarta y última característica fundamental.

Esta cuarta característica es que los sistemas aislados nunca inician procesos irreversibles, algo que conecta con el tercer principio de los sistemas lineales: la invariabilidad en el tiempo (ver 3.2.1.2). Esto implica que los sistemas aislados siempre pueden volver a estadios idénticos a los del instante inicial en caso de iniciar procesos, dado que estos serían siempre reversibles.

Como recuerda Çambel, “In real life there are no true isolated systems, because there is always some sort of leakage” (1993:42). Esto implica que la existencia de los sistemas aislados se reduce al campo de la teoría, pues no se conoce ningún sistema –con independencia de su naturaleza- que no se vea afectado y por tanto no afecte a su entorno. Sin embargo, un ejemplo idealizado de este tipo de sistemas podría ser el de un gas contenido en un recipiente con paredes 100% aislantes. Su interacción con el medio externo sería nula. Si se quiere emplear un símil más próximo a la disciplina que nos ocupa y más alejado de las ciencias experimentales, podríamos imaginar a un ser humano aislado en una habitación en la que el contacto visual (de dentro hacia fuera pero también de fuera hacia dentro) fuese imposible para evitar formas de comunicación no verbal y en el que el aislamiento acústico fuese perfecto. Además, la persona del ejemplo no podría contar con ningún medio de comunicación –fuese unidireccional como la

televisión o bidireccional como internet- en su habitáculo. De ese modo, estaríamos hablando de un sistema perfectamente aislado, puesto que no existiría ningún flujo posible de información entre el entorno y el interior del sistema. No obstante, la naturaleza de las relaciones entre los seres humanos –en cuyo seno se da, como principal dinamizador, la comunicación humana- imposibilita la normalización de situaciones de aislamiento como la del ejemplo empleado. Los sistemas aislados, pues, quedan para el terreno de la teorización, o al menos no parecen tener cabida en nuestro campo de estudio, en el que consideramos que la comunicación personal que puede desarrollar un individuo consigo mismo –también denominada *intrapersonal*- es quizá un terreno más propio de otras disciplinas, dado que “la comunicación intrapersonal es observable si se exterioriza o no se reprime –hablar solos en voz alta, por ejemplo” (Miguel Pascual, 2006: 204).

3.2.2.2 Características de los sistemas abiertos

En el anterior punto explicábamos que las principales características de los sistemas aislados tenían que ver con su inexistente interacción con su entorno –por no decir que experimentaban una dependencia. En los sistemas abiertos, por el contrario, sus características, procesos y estados dependen enteramente de la relación con su entorno.

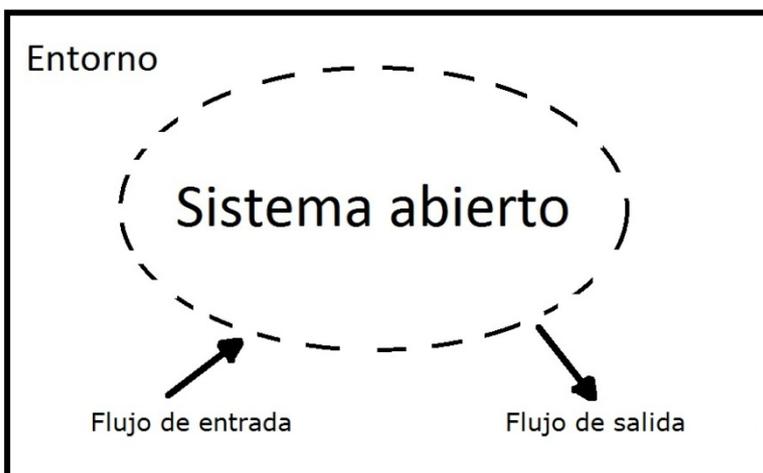


Figura 3.2: Estructura de sistemas abiertos

Fuente: elaboración propia

Atendiendo a la Figura 3.2, podemos comprobar las diferencias estructurales con respecto de los sistemas aislados (ver Figura 3.1). Lo primero que llama la atención es la no existencia de una pared aislante en el sistema, lo que elimina súbitamente la impermeabilidad con respecto de su entorno que sí se da en los sistemas aislados. Como consecuencia, se crean flujos comunicantes entre el sistema y el entorno en el que se enmarca. Revisemos las cuatro principales características de los sistemas abiertos resumidas por Çambel (1993: 42-43):

En primer lugar, las paredes que separan al sistema de su entorno no son adiabáticas, sino permeables. Existen poros en la

misma, con lo que se generan flujos de entrada y salida de energía, material, información o Entropía. Según Ibáñez (2008: 129-130):

“En los sistemas abiertos, el intercambio (los flujos) de materia, energía e información, son *constantes*, por lo que se mantienen en permanente evolución, transformación o cambio; la continua incorporación y eliminación de materia, energía e información con el entorno, hace que los sistemas abiertos, como los seres vivos y las organizaciones sociales, nunca alcancen el estado de equilibrio máximo o Entropía máxima³⁷ mientras dure la vida de dichos sistemas. Se mantienen en un estado de *equilibrio inestable* denominado por Bertalanffy ‘uniforme’ y por Prigogine ‘estructura disipativa’ (porque estos sistemas disipan energía en su forma degradada de calor, es decir, *exportan desorden al entorno*, pero *importan orden del medio*, logrando estabilizar su estructura)”

Resultan ciertamente importantes estas palabras de Ibáñez, dado que en ellas se incide sobre la realidad transformadora de un sistema para con su entorno. Si bien los conceptos *orden* y *desorden* son más apropiados para el estudio de la física de partículas que para la Teoría de la Información, esta aseveración sí que da una idea de la capacidad transformadora de un sistema abierto con respecto al contexto en el que esté enmarcado.

³⁷ Como se verá en la sección 3.2.4.2, la identificación entre Entropía y orden de un sistema no tiene por qué entenderse como un reflejo directamente proporcional de la estabilidad de un sistema, sino que puede comprenderse como directamente proporcional a su inestabilidad o incluso como un indicativo de los índices de intercambio de información. Ello depende de la definición escogida para definirla, que como veremos en la correspondiente sección surgirá de un amplio abanico. En palabras de Ibáñez, “La Entropía, el estado más probable del sistema, es también el más desordenado. Esto se relaciona con el número de complejiones o estados posibles que puede adoptar un sistema. En el desorden existen más estados posibles que el orden. Por eso la Entropía es una medida del desorden” (2008: 29)

La segunda característica de los sistemas abiertos es la importancia de sus procesos no sólo macroscópicos, sino también microscópicos. Esta característica enlaza directamente con lo comentado anteriormente acerca de la necesidad de describir fenómenos complejos en lugar de dar por supuestos los automatismos presentes en sistemas que son asumidos como lineales (ver 3.1.2). A la hora de estudiar un sistema abierto, en tanto se asume su complejidad y se buscan el Caos ordenado en su seno, es necesario el ejercicio de profundización y descripción de sus procesos internos en aras de encontrar sus mecanismos de control³⁸. Los sistemas abiertos, pues, dan lógica a la necesidad de estudiar cualitativamente aquellos fenómenos no reducibles.

La tercera característica de los sistemas abiertos es que, a diferencia de los sistemas aislados, puede encontrarse en estados de desequilibrio. Si en el caso que nos ocupaba en el anterior punto no se producían situaciones de este tipo dada la nula interacción del sistema con su propio entorno, la existencia de poros en las paredes no aislantes del sistema –su permeabilidad- provoca que se incurra en este tipo de estados. Dentro de los estados de desequilibrio se distinguen dos regímenes (Çambel, 1993: 47-48): el *near-to-equilibrium* y el *far-from-equilibrium*. Como explicaremos en el punto 3.2.3.2, correspondiente a la cuantificación del equilibrio, los sistemas complejos caóticos tienden a aproximarse a estados *far-from-equilibrium* en fases de alto desorden interno como consecuencia de la descompensación entre los flujos de entrada y salida.

³⁸ Ver 3ª característica fundamental de los fenómenos complejos en 3.1.2.

La cuarta y última característica fundamental de los sistemas abiertos según Çambel (1993) es que los sistemas abiertos pueden iniciar procesos irreversibles. Al contrario que los sistemas aislados, los cuales no experimentan ningún proceso de interacción con su entorno al no existir flujos de intercambio de energía o información con su entorno, los sistemas abiertos tienden a experimentar procesos caracterizados por la irreversibilidad. Es decir, procesos en los que se transgrede el tercer principio de los sistemas lineales, que es el de la Invariabilidad en el Tiempo (ver 3.2.1.2), y en los que no se puede deshacer ninguno de los efectos generados a partir del primer instante transformador. Es esencial recalcar, no solo por una cuestión de nomenclaturas, que un sistema abierto se considera disipativo en el preciso instante en el que inicia un proceso irreversible. No obstante, y como es lógico, los procesos irreversibles que dan origen a sistemas disipativos en sistemas protagonizados por los intercambios comunicativos entre seres humanos no están caracterizados por la transferencia de energía en su forma disipada de calor como mencionaba Ibañez (2008: 129-130) sino por la transferencia de información.

Una transferencia de información que resulta esencial para la pervivencia de este tipo de sistemas como el que nos ocupa, dado que como advierte Ali Bulent Çambel, “Dissipative systems must receive energy, and information, in order to survive.” (1993: 19-20). Algo que implica, como se deducirá del análisis de los experimentos realizados en el seno de esta tesis doctoral que se encuentran diseccionados en el punto 6, que todo movimiento social está condicionado por la entrada de información en su seno. Todo movimiento social desaparecerá como sistema en el momento en

que deje de entrar información desde el entorno que lo envuelva. Algo que se antoja complicado en un contexto como el actual, protagonizado por el constante desarrollo e innovación de nuevas tecnologías de comunicación, puesto que “en la nueva era de la información y del conocimiento, en una sociedad configurada electrónicamente, toda la información está a disposición de todo el mundo al mismo tiempo” (Caballero Quemades, 2004: 15)

3.2.2.3 El 15M como ejemplo de sistema abierto

Pese a que todavía no hemos descrito con detenimiento las características de los procesos irreversibles que caracterizan a los sistemas abiertos disipativos, como tampoco hemos establecido las pautas para cuantificar los niveles de desequilibrio de un sistema de este tipo, no deja de ser adecuado realizar una revisión de nuestro objeto de estudio para contextualizarlo en esta base teórica que desgranamos en este capítulo 3.

Siguiendo con el sistema de ejemplificación de tipología sistémica mediante figuras, podemos advertir que el movimiento 15M puede encajar dentro de lo que se entiende como un sistema abierto. Para determinar si se puede realizar una analogía entre ambos conceptos, es necesario realizar una comparativa de sus características *a priori* en contraste con las genéricas de ese tipo de sistemas.

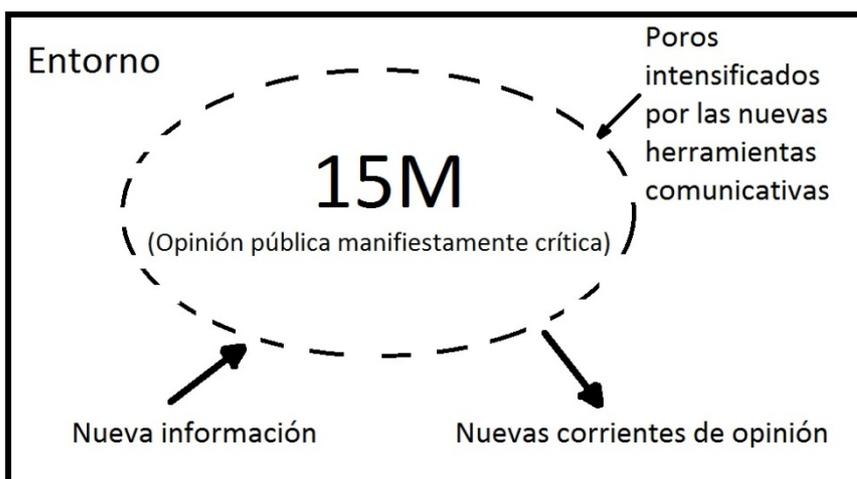


Figura 3.3: Estructura del 15M entendido como sistema abierto.

Fuente: elaboración propia

Antes de realizar analogías entre las características de los sistemas abiertos en general y las características propias del funcionamiento –en términos de manifestación de opinión e

intercambios de opinión- del movimiento 15M, resulta pertinente indicar qué es lo que contiene este sistema abierto. Es decir, cabe responder a la siguiente pregunta: ¿qué es el 15M?

La respuesta a esta pregunta tiene múltiples formas y dimensiones, tantas como perspectivas disciplinares se adopten a la hora de realizarla. Desde el punto de vista de la Teoría de la Comunicación, el 15M bien puede ser entendida como la manifestación de un pensamiento crítico mediante la transmisión verbal de opiniones relativas a determinados aspectos de la realidad social, política y económica. Es decir, el 15M es una acotación o un sector de la opinión pública. Sin embargo, cabe tener en cuenta que este concepto, el de opinión pública, puede ser visto como un “tópico social que, aun manteniendo un núcleo aparentemente común, cada uno la entenderá desde los intereses que defiende, la posición que ocupa en la sociedad, la ideología que subyace a sus planteamientos o la perspectiva científica que utiliza” (Monzón, 2006: 22). No obstante, de entre las siete perspectivas desde las cuales se puede analizar un concepto tan difuso como este³⁹, nos centraremos en la definición relacionada con el enfoque perceptivo. De acuerdo con Monzón (2006: 25), “la opinión pública enlaza directamente con las creencias dominantes de una comunidad, con el clima de opinión y con el control que ejerce la colectividad sobre el individuo”, en clara contraposición con la visión luhmanniana⁴⁰, la cual es entendida como una “estructura temática de la comunicación pública, donde los ciudadanos ya no discuten sobre temas de interés público ni

³⁹ Según Monzón (2006: 23-29), el concepto de Opinión Pública se ha abordado históricamente desde la psicología, los estudios culturales, el racionalismo liberal, la perspectiva *publicística*, la elitista, la institucional y el concepto luhmanniano.

⁴⁰ De Niklas Luhmann.

llegan a ningún consenso, sino que los medios están encargados de ofrecer –y los ciudadanos de aceptar- un conjunto de temas presentados como relevantes que sirven de referente, orientación y reducción de la complejidad social” (Monzón, 2006: 28).

Así pues, consideraremos que el 15M no deja de ser una acotación de una parcela de la opinión pública manifiestamente crítica con determinados aspectos de la gobernación, al menos como núcleo sistémico en el que se dan una serie de intercambios comunicativos. Consideración a partir de la cual podemos realizar una analogía completa con las cuatro características principales que poseen los sistemas complejos abiertos:

1. La pared de naturaleza porosa que envuelve tradicionalmente a todo sistema abierto adquiere una permeabilización extra debido a la introducción de nuevas posibilidades comunicativas⁴¹. La opinión pública no es un sistema aislado, puesto que ya hemos convenido que ningún sistema real lo es, especialmente si tenemos en cuenta visiones de la misma como la luhmanniana (Monzón, 2006: 28). En las paredes del sistema, cuya porosidad es creciente como más tarde explicaremos, entran flujos de información no sólo mediante los clásicos *mass media*, sino ahora además gracias a las redes sociales. Mientras el Flujo de Entrada es constituido por estas ingentes cantidades de información que viajan a través de los medios de comunicación –incluyendo internet- el Flujo de Salida es la traslación de esta información a la opinión pública no

⁴¹ A ser dispuesto en el capítulo 6.

acotada, toda vez procesada por el núcleo del sistema. Sus efectos incidirán en el entorno envolvente, modificándolo y tornando a parte de este en parte formante de este propio sistema abierto.

2. De este sistema no solo hemos de considerar sus factores macroscópicos sino también los microscópicos. Es decir, no sólo hay que ponderar su influencia en la vida pública –la expansión de una mentalidad crítica, la publicitación de ideas o incluso la propaganda desde determinados sectores políticos oportunistas al calor de un movimiento popular– sino también sus procesos de generación y transformación interna. Una consideración en forma de análisis que supone el centro experimental de esta investigación.
3. El 15M como sistema abierto se encuentra en un estado de desequilibrio *far-from-equilibrium*, lo que es lógico dado que: a) es un sistema abierto y por lo tanto interactúa con su entorno y b) como podremos ver en el capítulo 6, el 15M como sistema no es en ningún caso analizable desde una perspectiva lineal dado que es caótico y, como afirmaba Lewin (1995), el Caos es un subproducto de la complejidad⁴².
4. El 15M como sistema abierto ha comenzado un proceso caracterizado por la irreversibilidad, con lo que ha adquirido las características que lo convierten en un sistema disipativo. Dicho proceso irreversible, como será explicado con detenimiento a lo largo de todo el capítulo 6, tiene que

⁴² Citado en 3.2.1.4

ver con la ampliación del propio sistema como núcleo acotado de descontento manifiesto. Es decir: el proceso irreversible que caracteriza al 15M como un sistema abierto disipativo es un proceso de difusión de información enarbolado alrededor de la manifestación de un descontento en torno a determinados conceptos aglutinadores⁴³ cuyos efectos, como mencionábamos en la sección 2.2.2.2, son de conformación de un movimiento crítico mediante adhesión.

A partir del establecimiento de la analogía entre el movimiento 15M y el prisma analítico de los sistemas abiertos, describiremos las tres condiciones propias de este tipo de sistemas: el concepto de Espacio-fase, los estados de desequilibrio y la irreversibilidad de sus procesos. Al igual que en esta misma sección, trataremos de establecer ejemplos basados en los intercambios de información, centrándolos básicamente en el caso del movimiento 15M, pese a que su localización en el marco teórico y comprobación se explicitarán como tales en el sexto capítulo.

⁴³ Conceptos que se manifiestan, como se explica en base al corpus en las secciones 6.2.3 y 6.5.2 – dedicados al papel de la semántica en el 15M entendido como sistema abierto- en forma de campos semánticos.

3.2.3 Espacio-fase, desequilibrio e irreversibilidad

3.2.3.1 El Espacio-fase: el papel del tiempo en el análisis de sistemas complejos

Al realizar una revisión de las propiedades fundamentales de los sistemas lineales (ver 3.2.1.2) observábamos que una de las principales características de este tipo de sistemas era su *invariabilidad en el tiempo*. En la compilación opuesta –la de las características propias de los sistemas complejos (ver 3.2.1.3)- comprobábamos que la *historia-dependencia* de este tipo de sistemas contravenía la citada inmutabilidad, ya que esta implicaba una inexistente influencia del factor tiempo como elemento independiente de la entrada de información. En los sistemas complejos, la incidencia del tiempo supone la generación de dinámicas propias de los sistemas disipativos como el que ocupa estas páginas⁴⁴, Cabe recordar que este tipo de dinámicas, al ser un producto de la interacción con el entorno, en ningún caso sucede en los sistemas aislados y por tanto no disipativos como afirman Bergé, Pomeau y Vidal (1984: 22): “The dynamical properties of dissipative systems are in many ways the opposite of those of conservative systems”.

Consecuentemente, resulta primordial la consideración de la variabilidad de este tipo de sistemas en el tiempo en aras de realizar un estudio con un mínimo de rigor. Como afirma Çambel, es ineludible incluir el factor tiempo en el análisis de los procesos propios de sistemas abiertos, disipativos y por ende dinámicos:

⁴⁴ Ver Ibáñez (2008: 129-130) en 3.2.2.2

“We are accustomed to dealing with two-dimensional planes, eg., the floor we walk on, or three-dimensional space as we move from floor to floor. It is customary to specify the position of a point in rectangular Cartesian coordinates having x , y and z directions. This is insufficient when dealing with dynamic systems because they do not stay put in one place, but move around (...) Lest there is any doubt about this assertion, imagine watching a flock of birds, or a school of fish, and attempting to identify them individually. They constantly change place and vary their velocity” (1993: 44)

La incorporación del concepto *Espacio-fase* tiene una serie de consecuencias inmediatas en la descripción de los sistemas abiertos. En primer lugar, tanto el Flujo de Entrada como el Flujo de Salida requerirán de variables en los diversos espacios-fase. Por ello, el análisis unidimensional de ambos flujos –en este caso de información- no resulta procedente, dado que considerar varios estadios o espacios-fase elimina de raíz la validez de un único análisis. Considerar que el análisis de las corrientes de entrada y salida de información de un sistema tiene un factor tiempo prescindible supone ignorar variaciones cualitativas esenciales en el análisis del mismo. La necesidad de observar y cuantificar toda variación en este tipo de fenómenos es primordial a la hora de retratar el objeto de este estudio, que tienden a constreñir y definir sus características principales con el paso del tiempo:

“We have here a property specific to dissipative systems: the area of any set of initial conditions diminishes on the average in time, which is often expressed by saying that the flow contracts areas in phase-space (...) Of course, knowledge of the

way in which the contraction of areas takes place, and of its speed, are essential for a complete dynamical description” (Bergé, Pomeau, Vidal, 1993: 22-23)

Contemplar pues la dimensión *Espacio-fase* en un estudio de esta categoría nos permite a corto plazo describir la evolución de un sistema en el tiempo. Sin embargo, como se infiere de la cita anterior y como se desprenderá del análisis evolutivo de casos como el que nos ocupa, esta consideración dimensional en lo analítico dejará entrever los factores que condicionan los procesos dinámicos del sistema. En el seno de este estudio acerca de los flujos comunicativos del movimiento 15M, el análisis de la evolución del corpus en el tiempo nos permitirá saber qué factores propios del lenguaje verbal escrito –fonética, morfosintaxis, semántica, lexicografía y retórica– resultan condicionantes principales en la deriva de dichos flujos de comunicación. Estos factores se denominan *Atractores* y serán definidos en la sección 3.2.4.1.

3.2.3.2 Desequilibrio: cuantificación y estado *far-from-equilibrium*.

La consideración habitual del equilibrio lo refleja como un estado de aparente tranquilidad, en el que dos o más fuerzas opuestas se contrarrestan⁴⁵. Según el prisma del análisis de sistemas, es la ausencia de este equilibrio lo que da lugar a procesos dinámicos:

“In the world of complex dynamical systems, it is frequently the equilibrium state that is like a temporary weigh station. Dynamic processes can take place only when the system deviates from equilibrium. Accordingly, it is helpful to comprehend the limitations of equilibrium” (Çambel, 1993: 47)

En sistemas en los que el intercambio entre el núcleo de los mismos y su entorno es de información, la estimación de los niveles de equilibrio en su seno es razonablemente simple. Esta se calcula comparando los procesos de entrada y salida de información en cada Espacio-fase. Expresado en un lenguaje matemático sencillo, la condición para que se dé una condición de equilibrio en un sistema que interactúa con su entorno intercambiando información es la siguiente:

$$X_n/T_n = Y_n/T_n$$

Siendo X_n el Flujo de Entrada de un Espacio-fase T_n e Y_n el Flujo de Salida del mismo Espacio-fase, deduciremos que el sistema estará en equilibrio cuando la entrada de información en el sistema

⁴⁵ De acuerdo con la primera acepción del vocablo *equilibrio* según el diccionario de la Real Academia de la Lengua (22ª edición), el equilibrio es el “Estado de un cuerpo cuando fuerzas encontradas que obran en él se compensan destruyéndose mutuamente”.

sea igual a su salida de información. Así, por ejemplo, estudiando un Flujo de Entrada de 1000 mensajes a lo largo de un Espacio-fase de 20 días⁴⁶ obtendríamos un primer término de $1000/20=50$ unidades. Si el Flujo de Salida del mismo Espacio-fase es de 800 mensajes a lo largo de los mismos 20 días, obtendríamos un segundo término de $800/20=40$ mensajes. Por tanto, dado que $50 \neq 40$, estaríamos hablando de un sistema que no se encuentra en equilibrio.

La conclusión en este tipo de casos en los que $X_n/T_n > Y_n/T_n$ es lógica: el proceso interno del sistema bien absorbe información como coste, bien elimina parte de ella. En casos en los que, por el contrario, $X_n/T_n < Y_n/T_n$, el sistema tiene una capacidad para traducir el flujo de entrada en un flujo de información de salida de mayor intensidad.

Además de este sencillo mecanismo de establecimiento del equilibrio dentro de un sistema, existen parámetros para evaluar el equilibrio *a priori* en sistemas complejos cuyos flujos de entrada son difícilmente cuantificables. Uno de estos parámetros es conocido como el *Número de Damköhler*, y es representado mediante la siguiente ecuación:

$$\square = t_{tr}/t_{rel}$$

⁴⁶ Dado que el objetivo es calcular el equilibrio de un sistema en espacios-fase equivalentes, la condición *sine qua non* para obtener resultados válidos es que las unidades de medida sean las mismas en el Flujo de Entrada y en el Flujo de Salida. Es decir, si medimos la cantidad de información de entrada en la unidad "mensajes", la cantidad de información de salida deberá ser medida exactamente en la misma unidad "mensajes". La misma equivalencia de medidas debe ser empleada para realizar la cuantificación de los Espacios-fase, los cuales deberán de ser expresados en las mismas unidades, sean estos meses, días, horas, minutos, segundos o unidades de medida fraccionaria. La coherencia de los resultados depende de esta rigurosidad en la cuantificación.

De dicha igualdad, aparentemente más compleja que la anterior, debemos explicar sus términos. Así, t_{tr} es definido por Çambel (1993: 50) como el *tiempo de recuperación*, el cual explica mediante la analogía del sistema cardíaco tras una aceleración, recordando que “the *recovery time* is the time elapsed for the raised heartbeat to return to its normal level”. Por su lado, define t_{rel} como el *tiempo de relajación* de un sistema, relacionándolo con la vuelta del mismo al estado de equilibrio: “it is helpful to define the *relaxation time* as the time it takes for an excited system to reach its equilibrium” (1993: 50).

Si el Número de Damköhler todavía resulta excesivamente complejo en este contexto, podemos emplear tres ejemplos propuestos por el mismo Çambel (1987) para el análisis del desarrollo socioeconómico en tres campos distintos: la educación, la ingeniería y el liderazgo laboral. Para ellos, Çambel propone un *Parámetro Educativo* (\square_e), un *Parámetro de Ingeniería* (\square_i) y un *Parámetro de Liderazgo* (\square_l)⁴⁷. Estos se calculan de la siguiente manera (Çambel, 1993: 50):

- \square_e = Tiempo para adquirir la educación / Tiempo para la desactualización de la educación
- \square_i = Tiempo para comercializar la innovación / Tiempo para la desactualización del producto
- \square_l = Tiempo en la oficina / Tiempo para efectuar cambios

Efectivamente, el Número de Damköhler sirve para evaluar el equilibrio bajo una perspectiva descriptiva y en cierto modo

⁴⁷ Originalmente descritos en inglés como *Education Parameter*, *Engineering Parameter* y *Leadership Parameter*. La traducción ha sido realizada por el autor de esta tesis.

determinista, pero no puede ser empleado como un baremo absoluto que nos indique exactamente el devenir de un sistema al incurrir en desequilibrio. Sencillamente, nos indica si un sistema se encuentra *a priori* en desequilibrio bajo la siguiente premisa:

“If this ratio > 1 , then there is sufficient time for the system to equilibrate, whereas the ratio < 1 , then there will not be sufficient time for equilibration; the system is said to be ‘frozen’ ” (Çambel, 1993: 50)

Para comprender las implicaciones del desequilibrio evaluado en un sistema a partir de este parámetro –el Número de Damköhler– podemos emplear el ejemplo del *Parámetro Educativo* (\square_e) descrito en la sección *Parameters to Evaluate Equilibrium* de la citada obra de Çambel (1993: 51):

“In terms of the education parameter, one cannot help but be intimidated by the phenomenal rate of increase in knowledge. Hence the numerator should rise, but, even so, a person who is normally considered to be educated can easily become intellectually illiterate in one field or another. This suggests that the denominator of the education parameter will decrease with time. Whereas the numerator should be increased to ensure proper preparation, this is not feasible, as the cost of education keeps rising. There are two routes to deal with the dilemma: Either the educational system will have to be overhauled or individuals will have to return to school to upgrade themselves”

Es decir, un parámetro de evaluación como es el presentado en estas páginas puede servir al analista-estudioso para plantear un

escenario descriptivo, analizar –en caso de haberlo- las fuentes del desequilibrio y proponer, llegado el caso, determinados escenarios alternativos que solventen la situación de desequilibrio.

En un sistema abierto como el que tratamos de analizar en esta tesis –recordemos, el 15M como acotación de una parcela de la opinión pública manifiestamente crítica con determinados aspectos de la gobernación⁴⁸- estimar si se da una situación de desequilibrio no es excesivamente complicado. Siguiendo con los símiles revisados con anterioridad, podemos proponer un *Parámetro de Incidencia de Información en la Opinión Pública* (\square_{inf}) cuyo coeficiente se obtenga del siguiente modo:

- $\square_{inf} = \text{Tiempo para adquirir la información} / \text{Tiempo para la asimilación de la información}$

Efectivamente, este sencillo cálculo nos daría un resultado $\square < 1$ o, lo que es lo mismo, un indicador de desequilibrio dentro del sistema. Esto se deduce de un hecho lógico: en un contexto en el que los *mass media* se ven reforzados por la normalización de internet y la proliferación de grupos mediáticos en este medio virtual, la cantidad de nueva información se incrementa, no así su disposición temporal, que evidentemente depende del concepto de *noticia*, inexorablemente ligado al de *actualidad*. Ignacio Ramonet (2006: 24) advertía de este incremento de información dirigida por los medios tradicionales en internet:

“De repente, la información es gratuita. Los medios, en Internet, la ofrecen como anuncio: en estos momentos hay más

⁴⁸ Ver 3.2.2.3

de 3000 periódicos y revistas de acceso libre y gratuito en Internet. Sin contar las emisoras de radio y las cadenas de televisión”

Al incrementarse la cantidad de información pero no espaciarse esta en el tiempo, la primera consecuencia será un desproporcionado aumento del tiempo necesario para la asimilación de la misma, dado que a más datos se necesita más tiempo de asimilación.

Así, y teniendo en cuenta la existencia de dos factores *tiempo*⁴⁹ -uno relativo a la disposición de la información y otro al de la asimilación- llegamos a la conclusión de que el denominador es superior al numerador en la igualdad presentada. Esto provoca que \square_{inf} tienda a ser menor que la unidad, lo que nos arroja un estado de desequilibrio.

En los casos de desequilibrio o *nonequilibrium*, podemos apreciar, como mencionábamos en la sección anterior, dos regímenes distintos: el *near-to-equilibrium* y el *far-from-equilibrium*. Las diferencias entre ambos, siguiendo las indicaciones de Çambel, se basan en la linealidad o complejidad de los procesos y puntos de control de los sistemas:

“It is a truism to assert that when there is no equilibrium we have *nonequilibrium*. The point is that there are different classes of nonequilibrium. In particular, we differentiate between two regimes of nonequilibrium. One is *near to equilibrium*. (...) In such near-to-equilibrium regimes, flows

⁴⁹ Nada que ver con el concepto Espacio-fase visto en 3.2.3.1

are linear functions of the forces (potentials). In contrast, in many complex systems the flows are complicated, nonlinear functions of the forces, and we speak of *far-from-equilibrium conditions*” (1993: 47-48)

Como anteriormente hemos comentado, los estados de desequilibrio generan proceso de irreversibilidad en los sistemas complejos. En el caso de la opinión pública, el crecimiento de la cantidad de información disponible y administrada por múltiples vías a la opinión pública es uno de los factores que generan una situación de desequilibrio⁵⁰. Los procesos caracterizados por la irreversibilidad serán sistematizados y posteriormente ejemplificados en la siguiente sección, para ser establecidos con arreglo al corpus en el capítulo 6.

⁵⁰ Junto con este crecimiento de los flujos de información –y que en realidad son a la vez subproducto y motivo de las situaciones de desequilibrio- los factores que generan (y condicionan) las situaciones de *nonequilibrium* se denominan *atractores*. Su descripción se encuentra en la sección 3.2.4.1 y su modelización en el caso central de esta tesis se describe en la sección 6.5.

3.2.3.3 Irreversibilidad

Como se deduce de las dos secciones previas, la incidencia del tiempo en el estado original de un sistema abierto produce dinámicas transformadoras. Estas dinámicas transformadoras provocan modificaciones bien en el Flujo de Entrada o bien en el Flujo de Salida del sistema, en este caso corrientes de información. Dichas modificaciones generan estados de desequilibrio al descompensar la igualdad $X_n/T_n = Y_n/T_n$ (ver 3.2.3.2) e inician, como consecuencia, procesos marcados por la irreversibilidad.

Esta irreversibilidad, de acuerdo con lo dispuesto en la sección 3.2.2.2 –referida a las características de los sistemas abiertos- es la consecuencia de la sucesión de las otras características esenciales de los sistemas abiertos: la permeabilidad de sus paredes no adiabáticas, la existencia de procesos microscópicos de incidencia con su entorno y la ya citada generación de situaciones marcadas por el *nonequilibrium*. La disipación y por tanto no conservación –o al menos transformación- de la totalidad del Flujo de Entrada provoca que, de manera habitual, $X_n/T_n > Y_n/T_n$. Este desequilibrio desencadena una serie de dinámicas –como hemos visto, propias de sistemas abiertos disipativos- que generan pérdidas de energía o información de sus flujos de entrada. Estas pérdidas provocan que el sistema no pueda retornar a sus condiciones iniciales, lo que motiva la categorización de sus procesos como irreversibles:

“Whenever a system undergoes a process, some losses can be expected. Such processes are said to be *irreversible* because we cannot trace them backward without leaving some sort of evidence. Even a good craftsman will leave some marks when

fixing a broken piece of china. Real-life situations are irreversible.” (Çambel, 1993: 54)

Tratar de identificar los procesos marcados por la irreversibilidad en el caso que motiva este trabajo supone asumir *a priori* que parte del Flujo de Entrada o información dirigida a la opinión pública se pierde con respecto al Flujo de Salida. Es decir, parte del corpus de este trabajo⁵¹ se disipa en el tránsito desde su contexto original –las concentraciones ininterrumpidas del movimiento 15M en Valencia y Madrid- hasta su destino en las redes sociales. Esta analogía es posible si se estiman como válidas las aplicaciones de la Teoría del Caos a las disciplinas sociales, las cuales subrayan la necesidad de una continuidad en la entrada de información:

“The processes that real-life systems undergo are irreversible because they are accompanied by losses such as friction, mixing, heat transfer, and unrestrained expansion. For such systems to continue functioning they must receive sustenance in the form of energy. Structures that exist only as long as additional energy is supplied are said to be dissipative. Such structures may be found not only in applications of physics and chemistry, but also in biology and social organizations. Some dissipative systems are self-organizing because they can achieve higher levels of complexity.” (Çambel, 1993: 56)

⁵¹ El cual, tal y como veremos en la sección 6.1, es tan solo una muestra acotada pero que podemos estimar por su volumen -620 lemas- que es representativa del Flujo de Entrada recibido por el 15M entendido como manifestación de un pensamiento crítico mediante la transmisión verbal de opiniones relativas a determinados aspectos de la realidad social, política y económica (ver 3.2.2.3).

Por tanto, el análisis de los procesos disipativos en el seno de los actos de comunicación mediante lemas del 15M supondrá no sólo un estudio descriptivo de la irreversibilidad como producto del desequilibrio en el sistema, sino la posibilidad de analizar los niveles de complejidad auto-organizativa inherentes al mismo. Para introducir dicho estudio de la complejidad, es necesario en última instancia introducir teóricamente los dos modificadores principales dentro de todo sistema abierto disipativo: los Atractores y los índices de Entropía.

3.2.4. Modificadores de los sistemas abiertos

3.2.4.1 La figura del Atractor: una breve categorización

En anteriores secciones mencionábamos la existencia de ciertos elementos o incluso cualidades que condicionaban la deriva de los flujos de energía o información entre los sistemas abiertos y su entorno. Estos condicionantes, los cuales pueden tener varios perfiles en función de sus mecánicas de incidencia en el sistema, se agrupan bajo la denominación “Atractor”. El nombre de este tipo de condicionantes tiene una explicación sencilla, dado que al analizar la evolución espacial de los elementos de aquellos sistemas que presentan tendencias dinámicas, “all trajectories of the phase plane terminate at the origin, which is called, for this reason, an attracting point or *attractor*” (Bergé, Pomeau, Vidal, 1984: 22).

La relación que Bergé, Pomeau y Vidal entablan entre la figura del Atractor y la descripción de una serie de trayectorias en una representación tiene su lógica en el origen de su descubrimiento a finales del siglo XIX (Escohotado, 1999: 71). El matemático, filósofo y físico teórico Henri Poincaré, aplicando los principios de la topología que él mismo había contribuido a inventar, realizó una descripción gráfica tratando de resolver un problema derivado de la interacción de tres cuerpos distintos. Así, tratando de analizar el sistema dinámico formado por la Tierra, la Luna y el Sol, Henri Poincaré describió gráficamente la forma que contiene el flujo de trayectorias de estos cuerpos:

“Cuando uno trata de describir la figura formada por estas tres curvas [descubre que] constituye una especie de red, trama o malla infinitamente espesa; ninguna de las curvas puede

cruzarse a sí misma, pero se repliega de un modo muy complejo para pasar por los nudos de la red un número infinito de veces. Uno queda sorprendido ante la complejidad de esta figura, que ni siquiera puedo intentar dibujar” (Stewart, 1989: 71 en Escotado, 1999: 71)

El resultado de esta descripción de trayectorias se puede apreciar en la Figura 3.4. En ella se expresa la progresión de las diferentes trayectorias de los citados cuerpos (de 1 a 4), y la sección interna de un tramo de la forma resultante (5). Tanto el *centro* de las trayectorias orbitales como el *centro* de la sección interna son dos ejemplos de Atractor.

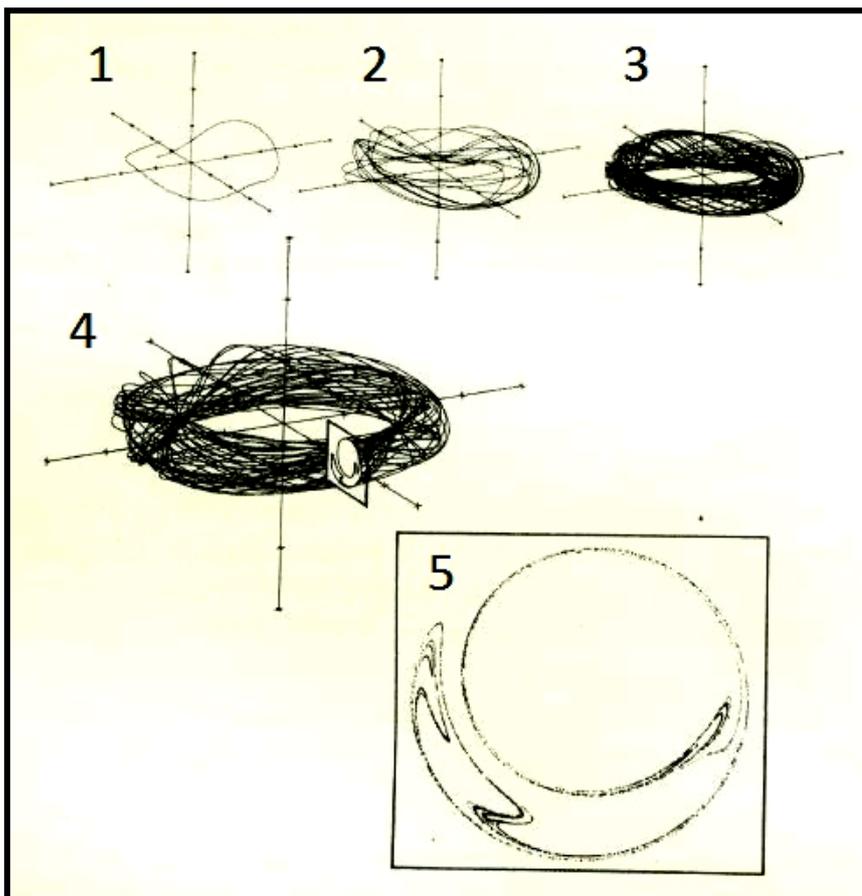


Figura 3.4. Atractores y sección de Poincaré.

Fuente: ESCOTADO, A., 1999, *Caos y Orden*. Madrid: Espasa-Calpe.

1, 2, 3 y 4 representan la evolución de las trayectorias de Tierra, Sol y Luna representadas gráficamente en el espacio-fase.

5 representa una sección de la forma que contiene las trayectorias.

Se pueden establecer símiles para entender el concepto de Atractor previa exposición de sus principales variantes, y la mayoría de ellas referirán a la oscilación de partículas o seres vivos en torno a un punto del espacio en el que se encuentre una fuente de energía que supondrá la aparición de ciertos flujos o trayectorias basadas en la atracción:

“The term ‘attractor’ derives from the observation that if a system in phase space is near an attractor, it tends to evolve towards the state represented by that attractor. Dynamical systems are attracted to attractors the way fireflies are attracted to light. And just as a firefly can come from most any direction and be attracted to bright lights, so a system can start from different sets of points in phase space and still wind up at the same attractor region” (Çambel, 1993: 59-60)

En cualquier caso, el concepto de Atractor trasciende de lo metafórico pese a su alta importancia en los procesos descriptivos de los sistemas disipativos. Un Atractor, pese a ser paradójicamente una serie de puntos que conforman aparentes *zonas muertas* en la representación gráfica de sistemas dinámicos, son en realidad focos dinamizadores de los procesos internos propios de cada sistema no aislado.

“Tras milenios de ser usadas para descubrir *leyes* que gobiernan sobre una naturaleza fundamentalmente pasiva, las matemáticas descubren los *Atractores* o focos activos internos de cada sistema físico. En vez de limitarse a despejar incógnitas en sistemas lineales idealizados, emplean una

técnica iterativa⁵² donde las funciones se realimentan por el procedimiento de volver sobre ellas mismas” (Escohotado, 1999: 85-86)

Ciertamente, el origen de la figura del Atractor se ha evidenciado plenamente matemático según lo citado en esta sección. Sin embargo, a lo largo de todo este capítulo se ha mencionado las múltiples posibles aplicaciones de la Teoría del Caos a disciplinas externas a las ciencias experimentales, o que al menos únicamente se encuentran con estas como un recurso para cuantificar y relativizar sus procesos de investigación. Dadas estas circunstancias, procedamos a describir los tipos de Atractor más asimilables dentro del estudio en el que nos enmarcamos.

- *Atractor de punto fijo*: al analizar el devenir de los mecanismos dinámicos de los sistemas abiertos, la relación entre la estabilidad y el equilibrio de un sistema se hace patente. En los sistemas aislados, máximos exponentes de la estabilidad sistémica dado su aislamiento, el estado de equilibrio es una constante. Sin embargo, comentábamos en la sección 3.2.3.2 que en los sistemas abiertos se dan situaciones de *nonequilibrium*, las cuales oscilan en torno a una horquilla cuyos extremos se encuentran representados por dos regímenes: el *close-to-equilibrium* y el *far-from-equilibrium*. En dichos estados, cabe preguntar si un incremento del desequilibrio –que como veíamos en la citada 3.2.3.2 puede cuantificarse- puede alejar definitivamente al sistema de sus condiciones iniciales. En el caso de que las condiciones

⁵² Del latín *iterare*: “repetir”.

iniciales de un sistema estén presentes en el estudio de su evolución a lo largo del espacio-fase, aun presentándose de manera esporádica pero cíclica, hallaremos en él un Atractor de Punto Fijo. Este es el caso, por ejemplo, del péndulo.

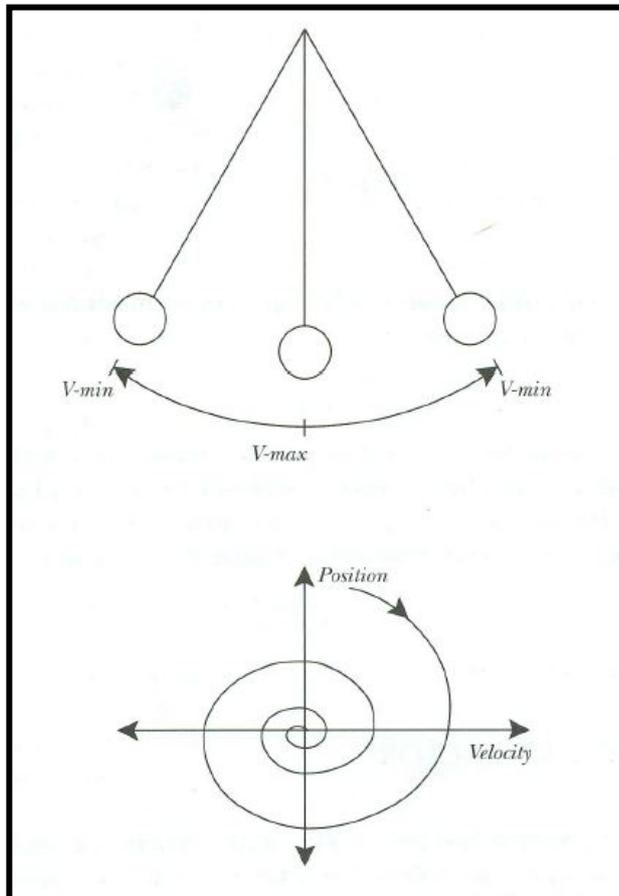


Figura 3.5. Péndulo y Atractor de Punto Fijo.

Fuente: ÇAMBEL, A.B., 1993, *Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity*, p 62.

Como observamos en la Figura 3.5, la existencia de un Atractor de Punto Fijo tiene dos efectos primordiales en los sistemas dinámicos. El primero es la existencia de cierta tendencia a repetir las condiciones iniciales –el péndulo pasa por el punto de inicio, la vertical, cíclicamente- de manera cíclica. El segundo es la paulatina reducción del tiempo empleado por esos ciclos, motivado por los descensos de ritmo al oscilar en torno a las circunstancias iniciales. En el caso de un péndulo

sencillo, el sistema tenderá a volver a las condiciones iniciales –la vertical- disminuyendo la velocidad de aproximación a otras condiciones –la periferia de la vertical- para acelerarse en torno al citado centro. Según Çambel (1993: 59), “Consider a grandfather clock and its pendulum. The pendulum will come to rest at a stable vertical position when the clock mechanism stops. Such stable equilibrium points are called *fixed-point attractors*”. La principal característica de este Atractor de Punto Fijo es su invariabilidad en el tiempo. Es decir, las variaciones en el espacio-fase no modifican en absoluto la incidencia de este tipo de foco de atracción-regulación. En una situación comunicativa, factores respectivos a los condicionantes infraestructurales pueden suponer ejemplos de este tipo de Atractor: en una conversación telefónica, por ejemplo, la incapacidad para establecer contacto visual a la vez que se mantiene una conversación limitará el devenir de la misma, haciendo inválida toda comunicación gestual.

- *Atractor de Ciclo Límite*: como en el caso anterior, la denominación de este tipo de Atractor resulta bastante definitoria. Las descripciones de trayectorias de sistemas incluidas en la Figura 3.6 ilustran este tipo de vórtice de atracción y su efecto. Este, si atendemos a la descripción de Çambel, resulta bastante similar al del Atractor de Punto Fijo: “The dynamics of certain events come to rest at a fixed point. In contrast there are dynamical situations where the system does not come to rest, but moves about in some manner among prescribed limits” (Çambel, 1993: 64). Y resulta

precisamente interesante desde el punto de vista del estudio de las dinámicas comunicativas la existencia de las citadas situaciones dinámicas. En ellas, no se retorna a unas circunstancias iniciales –estaríamos hablando entonces de un Atractor de Punto fijo- sino que se evoluciona de acuerdo con patrones similares repetidos dentro de unos ciertos límites.

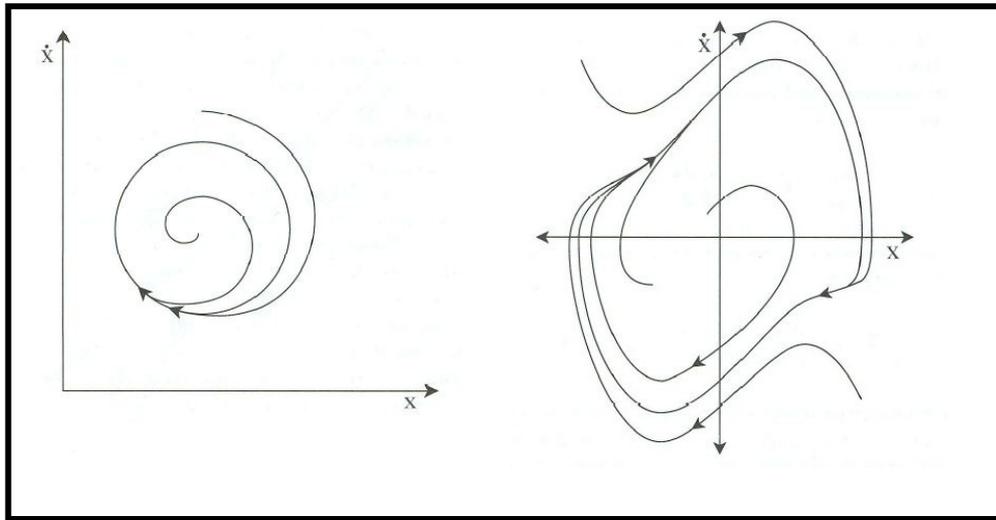


Figura 3.6. Atractores de Ciclo Límite

Fuente: ÇAMBEL, A.B., 1993, *Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity*, p 62.

Si buscamos un ejemplo en lo comunicativo, determinadas conversaciones iniciadas en torno a –o con motivo de determinados *centros* semánticos acabarán tratando otros temas distintos, si bien otros acabarán retornando a la temática original⁵³. Podremos apreciar un Atractor de Ciclo Límite en aquellas conversaciones que retomen el Tema original, teniendo este que ver con lo temático.

- *Atractor Extraño*: el estudio y la búsqueda de este tipo de Atractor en los sistemas disipativos como el que nos ocupa resulta esencial. Como advierte Çambel, “the strange attractor

⁵³ Entendiendo el Tema en su dualidad *Punto Inicial de la Emisión/Meta Proposicional de un discurso* (Van Dijk, 2000: 137-142)

is crucial to dissipative dynamical systems that are aperiodic. Whereas the fixed-point attractor and the limit cycle manifest regularity, strange attractors tend to appear highly irregular” (1993: 69). Esto implica que este tipo de Atractores convierte cualquier estudio en su búsqueda en intensivo, dada la irregularidad con la que se manifiesta:

“One reason (*ndr: por lo que describir este tipo de Atractores resulta especialmente complicado*) is that they are abstract concepts that we do not recognize from experience unless we have fraternized with them on the computer monitor. The second reason for the difficulty is that to describe strange attractors properly there should be appropriate metrics. Because of their peculiar configuration this cannot be accomplished in conventional ways of measurement” (Çambel, 1993: 69)

En el caso que nos ocupa resulta audaz el mero hecho de sugerir una analogía antes de analizar el corpus. Por tanto, no es menos aventurado demostrar la inmersión en la experiencia analítica. No obstante, y a tenor de lo arriba citado, podemos inferir que determinadas peculiaridades cuantificables propias del perfil cualitativo del corpus pueden ejercer un influjo análogo al del Atractor Extraño. Para ilustrar el significado y la capacidad transformadora de este tipo de vórtices de atracción, habitualmente se emplea el conocido como Atractor de Lorenz.

La historia del descubrimiento de este Atractor se remonta a 1960, cuando el matemático y meteorólogo Edward Lorenz sentó las bases de la climatología moderna (Escohotado, 1999:

86-88). Tras comprimir la dinámica de convección (movimiento de un fluido al calentarse) en tres ecuaciones, Lorenz solicitó a su ordenador que imprimiese la representación gráfica de las mismas. El resultado puede apreciarse en la Figura 3.7.

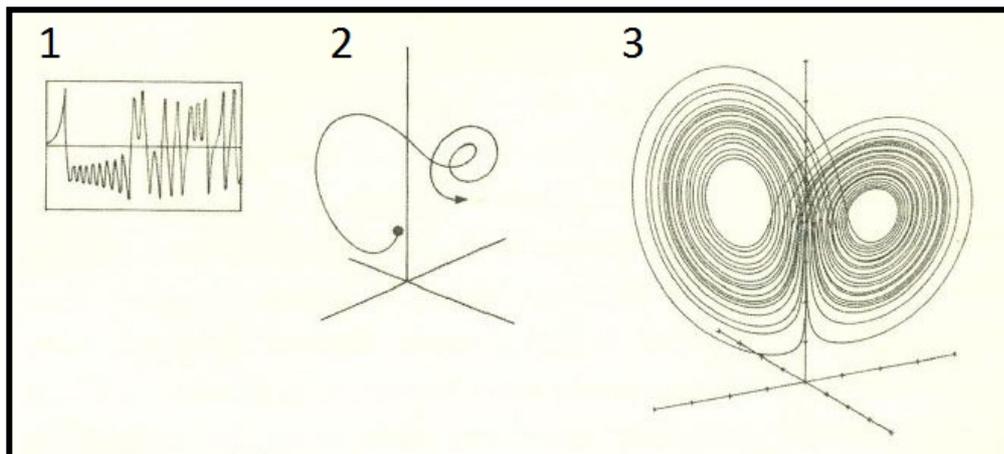


Figura 3.7. Atractor de Lorenz

Fuente: ESCOHOTADO, A., 1999, *Caos y Orden*, p 87.

1: Representación de la dinámica de convección en un plano.

2: Representación de la dinámica de convección en el espacio-fase en el comienzo de su desarrollo.

3: Representación de la dinámica de convección en el espacio-fase en un estadio superior de desarrollo.

La interpretación del resultado de la iteración de las citadas ecuaciones de Lorenz deja entrever una serie de estructuras caóticas. Estas parecen estar enarboladas alrededor de dos puntos que permanecen aparentemente ajenos a la deriva del sistema, pero que al mismo tiempo condicionan los flujos del mismo. La interpretación de Escohotado (1999), al margen de ser accesible, denota la ya citada importancia del análisis exhaustivo de lo cualitativo en los fenómenos complejos:

“La interpretación de esta figura parece clara. El sistema en cuestión –la dinámica convectiva, madre del clima- es un caos estructurante, donde cierto movimiento de complejidad infinita se mantiene vuelto sobre sí, autocontenido o de alguna

manera ‘atraído’ por una forma. Jamás se fuga de ciertas lindes (expresadas por la página del gráfico), jamás se repite (ninguna línea interseca o se superpone a otra) y jamás alcanza un estado estable. Que no hubiera nunca una recurrencia de puntos o series de puntos indicaba desorden absoluto; pero el hecho mismo de que faltase cualquier recurrencia indicaba un tipo nuevo de orden, muy superior en finura estructural” (1999: 88)

La posibilidad de reflejar gráficamente un Atractor extraño propio de las dinámicas de un sistema complejo como es cualquier acto comunicativo abierto resulta estimulante. Sin embargo, esta posibilidad queda descartada al evaluar los medios y los conocimientos a priori de quien compone esta investigación. No es baladí la consideración de Escohotado (1999: 165), quien recuerda que “el atractor climático –la lechuza/mariposa de Lorenz- es una forma caprichosa (como la que corresponde a cualquier evento físico de modo realista), y parece remotísimo el día en que podamos representar con mínima nitidez el atractor político”. No obstante, la pretensión de este trabajo no es reflejar la existencia de ningún Atractor mediante la creación de sesudas ecuaciones y la composición de elaboradas gráficas. El deseo del autor de esta tesis es contribuir al campo de la Teoría de los Lenguajes, con el esbozo de, entre otras, la figura del Atractor en los procesos comunicativos. Unos procesos de intercambio de información que constituyen sistemas que, a su vez, suponen modificadores de otros sistemas más grandes.

Por último, antes de concretar la hipótesis de este trabajo – sugerida a lo largo de todo este capítulo- concluyamos esta revisión

de la perspectiva teórica de sistemas complejos definiendo el concepto que resume cualquier acto de intercambio de información: la Entropía.

3.2.4.2 La Entropía: problemática, definición y cuantificación

3.2.4.2.1 Problemática

A lo largo de toda la sección anterior, hemos sugerido la posibilidad de adaptar el surgimiento del movimiento social 15M a paradigmas propios del análisis de sistemas. Dentro de esa disciplina, hemos realizado una revisión teórica de los postulados fundamentales, obviando conscientemente aquellos aspectos aplicables únicamente en determinadas acotaciones de las ciencias experimentales. Pese a ello, hemos tratado de definir los conceptos comunes a todas las tipologías sistémicas, independientemente de la perspectiva elegida a la hora de estudiar los distintos casos que encajan en el modelo de sistemas complejos. Así, se ha esbozado una dinámica de interacción entre el 15M como sistema abierto y su entorno en base a unos intercambios de información, en este caso información codificada mediante la escritura. Hemos visto como de las descompensaciones y re-compensaciones entre estos flujos de información se puede deducir el estado de equilibrio o desequilibrio del sistema. También se ha argumentado acerca de la tendencia a generar situaciones marcadas por la irreversibilidad como resultante de dichos estados de desequilibrio. Por último, se ha realizado una introducción del concepto de Atractor como motor de las dinámicas irreversibles dentro de este sistema, ilustrando la misma con una categorización de los principales tipos de Atractor. Como conclusión a este capítulo, abordamos la necesidad de describir los resultados de las mencionadas dinámicas internas generadas en torno a los citados Atractores. Esta descripción de los resultados se realiza

acudiendo a la variable de medida del equilibrio de dichos procesos: la Entropía.

A la hora de emplear el término Entropía surge un problema fundamental: la diversidad de definiciones al respecto. El origen de dicha multiplicidad de definiciones emana sin duda del vasto abanico de disciplinas susceptibles de aplicar la perspectiva de sistemas complejos. No obstante, y dado que las diferencias entre las diferentes definiciones se centran en la interpretación que cada disciplina haga del concepto mismo de *Sistema*, cabe centrarse en el aspecto positivo de esta gran variedad. Este aspecto positivo consiste en el abanico de posibilidades que ofrece a todo análisis sistémico que se precie. Un abanico asumible, al menos, por aquellos prismas analíticos que huyen de la excesiva especificidad o categorización de las disciplinas del saber:

“Such a plethora of concepts bearing the same name is not unlike a family that through marriages has spawned a number of highly opinionated individuals who each have his or her own agendas. There is nothing wrong with the diversity, and it is encountered in science although we normally conceive of science as being very specific and categorical” (Çambel, 1993: 128)

En cualquier caso, la existencia de múltiples interpretaciones posibles de la Entropía se centra en la diferencia del objeto a medir: bien energía disipada en forma de calor, bien en forma de material, bien en forma de información cuantificable.

Por otro lado, recordemos que Ibáñez (2008: 129-130) menciona⁵⁴ la identificación y por tanto proporcionalidad directa entre “el estado de equilibrio máximo o Entropía máxima”, algo que como veremos a lo largo de esta sección no tiene por qué interpretarse de este modo, pudiendo establecer que la Entropía máxima se dé en un estado máximo de desequilibrio o, sencillamente, de salida de información.

Sin embargo, la idea subyacente en cualquiera de las múltiples interpretaciones del término Entropía es la deriva entre el equilibrio y el desequilibrio y la generación de dinámicas caóticas en las que, en palabras de Escohotado, “Filosóficamente hablando, la armonía oculta (tras el oscurecimiento inicial) se revela superior a la manifiesta” (1999: 86). Es decir, la Entropía es el concepto que, toda vez definido, permite valorar mediante cuantificación la desviación de un sistema del teórico *equilibrium* inicial. En palabras de Çambel, “the connecting link among the different forms of the entropy is that, one way or another, they are indicative of deviation from equilibrium and chaotic behavior. There is no reason why they must look alike or act alike.” (1993: 128)

⁵⁴ Ver 3.2.2.2.

3.2.4.2.2 Definición

Toda vez asumido que la interpretación del término Entropía es algo que no se reduce a una perspectiva disciplinar, se plantea la necesidad de elegir una definición de entre las más adaptables a los estudios de la comunicación humana:

“We could coin a definition for entropy: ‘Entropy is the ability to reach equilibrium’. Another definition of entropy could be: ‘a measure of chaos’. Still another could be: ‘an indication of transmitting information’. This is why entropy, unlike energy, is not conserved” (Çambel, 1993: 130)

Las dos primeras definiciones revisadas por Çambel se antojan generalistas y quizá demasiado próximas a conceptos genéricos dentro del análisis de sistemas. La tercera de ellas –una indicación de la transmisión de información- se ajusta por el contrario al cometido de esta investigación: comprender la manera en que las redes sociales están cambiando el tejido social a través de la comunicación.

El estudio de la Entropía como medida de la transmisión de la información en el seno de procesos comunicativos no es en absoluto exclusivo de este trabajo. Vicent Montalt i Resurrecció (1994) identifica el incremento de los niveles de Entropía con el crecimiento del desorden⁵⁵ y enmarca el fenómeno de la comunicación humana dentro de los campos en los que esta se manifiesta:

⁵⁵ Un desorden caótico, en el cual emergen dinámicas de procesamiento de información que, como veremos, arrojan órdenes imprevistos pese al aparente *randomness* imperante.

“all phenomena involve, of necessity, an increase of entropy. A system cannot spontaneously become better ordered but can readily become more disordered. Verbal language, as a phenomenon of human communication having to do with the use and exchange of information, is bound to behave like those natural phenomena described and analyzed by scientists” (Montalt i Resurrecció, 1994: 11)

Esta es la relación entre la 2ª Norma General de la Termodinámica⁵⁶ y la comunicación humana según Montalt i Resurrecció. De esta relación se derivan dos conceptos relacionados con esta manera de teorizar la información: la Entropía negativa o Neg-entropía y el ruido. Comentemos brevemente dichos conceptos auxiliares, cuya conceptualización es necesaria para entender definitivamente el concepto de Entropía y poder abordar la ulterior cuantificación de la misma:

- *Neg-entropía*: si entendemos la Entropía, de acuerdo con la definición presentada, como el valor de la información transmitida en los procesos de disipación de un sistema, la Neg-Entropía debe ser comprendida como lo contrario. Es decir, como el indicador de información conservada y por tanto no liberada. En palabras de Montalt i Resurrecció (1994: 16), “negentropy is a necessary condition for a system to produce work”, de lo cual se deduce que los sistemas disipativos pasan por espacios-fase de alta transmisión de información –entrópicos- y espacios-fase de alta conservación –neg-entrópicos- y por tanto menor transmisión de

⁵⁶ Ver Martínez Sancho (63-89)

información. La utilidad de los espacios-fase de alta Neg-Entropía puede entenderse desde el punto de vista de lo comunicativo como los periodos necesarios de asimilación de un mensaje por parte del receptor. Cabe recordar que en contextos comunicativos como las redes sociales – especialmente en el caso de las virtuales- las cantidades de información liberada son ingentes durante ciertos estadios – los entrópicos- , a las cuales suelen suceder periodos de asimilación –los neg-entrópicos- necesarias para continuar con los ciclos subsecuentes. Desde esa perspectiva, Vicent Montalt i Resurrecció destaca factores inherentes a la psique y el bagaje cultural del receptor como motivos de Neg-entropía: “We might continue the list of negentropic sources mentioning important aspects like the cultural background, social and psychological experience –both conscious and unconscious- of the reader, among other things” (1994: 19). Por ende, cuestiones como el trasfondo cultural, la experiencia social y otros factores como los saberes compartidos entre emisores y receptores potenciales serán factores de asimilación y por tanto reguladores potenciales⁵⁷ de los procesos internos de los sistemas.

⁵⁷ Ver las diversas formas del Atractor en la sección 3.2.4.1

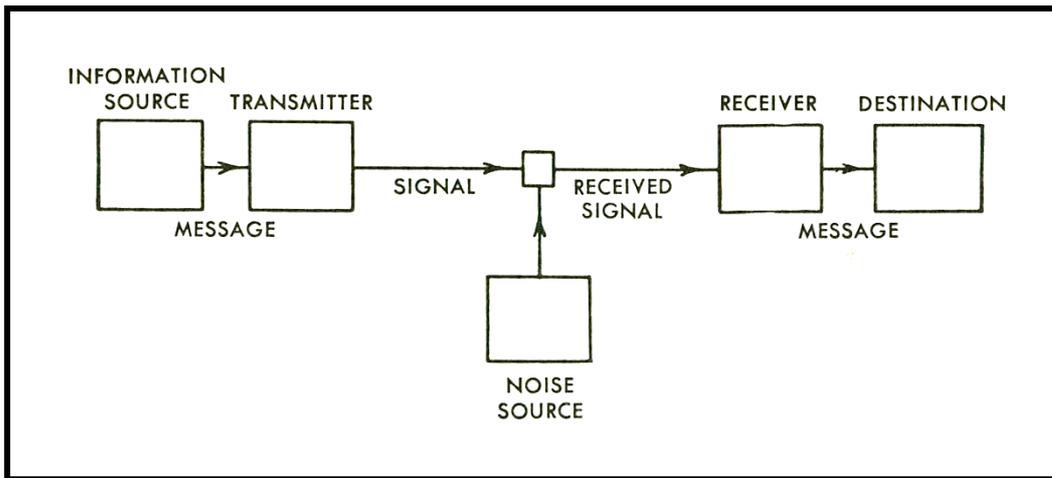


Figura 3.8. Ruido en el diagrama general de la comunicación

Fuente: SHANNON, E., 1969, *The Mathematical Theory of Communication*, p 34

- *Ruido*: si bien este concepto está inevitablemente menos acotado semánticamente que el anteriormente expuesto, la analogía entre su significado clásico y el que recibe en el campo del análisis de sistemas no es complicada. Concibiendo un diagrama explicativo de la comunicación como proceso complejo⁵⁸ -ver Figura 3.8- podemos concebir el *ruido* en el sistema como una fuente de información adicional. Información en un principio no contenida en el mensaje original, pero que no debe suponer, de acuerdo con Weaver (1969) un perjuicio a la transmisión de información, sino en ocasiones un beneficio añadido:

“If noise is introduced, then the received message contains certain distortions, certain errors, certain extraneous material, that would certainly lead one to say that the received message exhibits, because of the effects of the noise, an increased uncertainty. But if the uncertainty is increased, the

⁵⁸ Pese a la aparente linealidad de la concepción comunicativa de Shannon (1969), la interacción con un elemento en un principio no concebido en el seno lineal del sistema como es precisamente el ruido implica una interacción con el entorno, y por tanto un indicativo de complejidad sistémica.

information is increased, and this sound as though the noise were beneficial!” (1969: 19)

De este modo, entendemos que la introducción de ruido en pleno proceso de transmisión de la información original consiste en añadir información, tal vez no relevante en un sentido semántico, pero que puede ayudar a transmitir la información emitida en un principio, como simplifica Escohotado (1999):

“Si un mensaje se ciñe a lo esencial, su contenido en información es máximo y su ruido mínimo. Pero el flujo de mensajes entre emisor y receptor depende de éstos tanto como de su entorno, con lo cual la redundancia o repetición – prototipo de ruido interno- es muchas veces el único recurso para superar otro ruido, esta vez de fondo. Como no hay mensaje sin error –no hay señal que llegue íntegra a su destino-, la alternativa de cualquier comunicación es comprimir (prescindiendo de redundancia) o extender (siguiendo el camino opuesto).” (Escohotado, 1999: 120-121)

3.2.4.2.3 Cuantificación

La definición de la Entropía –y de su opuesto complementario, la Neg-entropía- se advierte imprescindible a la hora de comprender las mecánicas comunicativas de un sistema como el movimiento 15M. Esto se debe especialmente a que su magnitud nos puede orientar acerca del estado de este sistema: si el espacio-fase es Entrópico, el sistema libera más información de la que conserva, mientras que si el espacio-fase es neg-entrópico se está produciendo un mayor grado de asimilación. Por ello, es necesario establecer unas pautas de cuantificación de la Entropía, dado que “modern deterministic chaos generally deals with dissipative structures, not conservative systems. These are not reversible, and the entropy serves as a compass to indicate the direction away from the equilibrium state. (Çambel, 1993: 130)

Efectivamente, la cuantificación de la Entropía es tan necesaria como el cálculo de la trayectoria de un objeto que cae mediante un movimiento impredecible. En ese caso, el objeto interactúa con una serie de factores pertenecientes a su entorno –aire, partículas en suspensión, gravedad- con lo que sistematizamos la caída del objeto como un sistema abierto disipativo. Su cálculo se realizará contando con los contrastes entre las fuerzas físicas agentes en el proceso de caída, y su resultado –al no ser un proceso o sistema lineal- se basará en un cálculo de las probabilidades de caída. En el caso del análisis del movimiento 15M –tomando como objeto de estudio las corrientes de intercambio de información entre sus participantes y sus vías de difusión- la interpretación del resultado no dirá hacia dónde se dirige, pero sí nos ofrecerá indicaciones acerca de su evolución. Esas indicaciones nos proveerán de información

concluyente acerca de si su tendencia es creciente, decreciente o estable en base a la pervivencia de las citadas corrientes. También nos indicarán cuáles han sido los patrones que caracterizan a la información transmitida a través de pancartas y mensajes en las redes virtuales en múltiples dimensiones (ver 5.3). Además nos permitirán observar su evolución con el tiempo (ver 5.4), dejándonos entrever si las prioridades, críticas y proposiciones del movimiento 15M han variado con el tiempo atendiendo al lenguaje empleado como fuente.

Para ello, emplearemos el sencillo cálculo de cuantificación propuesto por Prigogine y compilado por Çambel (1993: 138), quien recuerda que “Prigogine elaborated on this so that not only the entropy increase within the system as demanded by Clausius, but also the entropy Exchange between the system and the surroundings, could be determined”. El cálculo se realiza mediante la siguiente formula:

$$dS_T = dS_I + dS_E$$

Mientras que $\{S\}$ representa la Entropía como concepto, dS_T representa el nivel total de Entropía, producto de la suma entre la cuantía de los cambios entrópicos intrasistémicos (dS_I) y la cuantía de los cambios entrópicos extrasistémicos (dS_E). Expresado de otra manera, la Entropía total es el producto del sumatorio entre el Flujo de Entrada y el Flujo de Salida de cada espacio-fase.

Por definición, $\{S\} \geq 0$, por lo que ninguno de los valores empleados para cuantificar la Entropía de un espacio-fase será negativo. Esto tiene una explicación atendiendo a este trabajo: si el Flujo de Entrada es una cuantía de mensajes que entran en un

sistema y el Flujo de Salida es la cuantía de mensajes que salen de él, es imposible que exista una entrada o salida *negativa* en términos numéricos de mensajes. El silencio, por ejemplo, sería neutro (valor cero) pero nunca negativo.

La cuantificación de la Entropía recuerda por su sencillez al del desequilibrio, con la salvedad de que mientras el segundo se realiza sobre las condiciones iniciales de un sistema, el primero debe distribuirse a lo largo de Espacios-Fase de igual magnitud, sean estos de segundos, minutos, horas, días, semanas, meses, trimestres o años. De esa iteración en la cuantificación extraeremos impresiones relativas a la progresión de los flujos comunicativos. Ilustremos esta situación con un ejemplo:

$$dS_{T_1} > dS_{T_2}$$

Si la Entropía en un espacio-fase T_1 es mayor que la Entropía en un espacio-fase T_2 , esto implicará que el espacio-fase T_2 será neg-entrópico o de contracción con respecto al espacio-fase T_1 . Evidentemente, este es sólo un ejemplo reduccionista: para analizar si un espacio-fase es entrópico –de expansión- o neg-entrópico –de contracción- será necesario contrastar los resultados de todos los espacios-fase observados en la evolución del sistema. Describiendo y comparando los diferentes niveles de Entropía de un sistema a través de sus espacios-fase podremos obtener un perfil no sólo descriptivo sino también en cierto modo determinista del sistema.

4. METODOLOGÍA, OBJETIVOS, CLASIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1 Metodología

La metodología empleada en esta tesis doctoral se ubica a medio camino entre lo cuantificable y lo descriptivo partiendo de la dicotomía de lo cuantitativo frente a lo cualitativo. Por ende, la metodología de esta investigación es mixta debido a las razones mencionadas a continuación:

En primer lugar, el objeto de estudio es un objeto no cuantificable numéricamente, dado que se trata de los procesos comunicativos dentro de un movimiento social. El corpus empleado en este trabajo –de cuya obtención y disposición daremos cuenta en el capítulo 5- supone tan solo un muestreo acotado de un total de 620 lemas empleados en dos ciudades de la geografía española: Madrid y Valencia. Dado que el movimiento 15M se extendió alrededor de toda la geografía española, el valor de los análisis realizados en investigaciones similares podría mostrar variaciones.

Los procedimientos de investigación redactados en la tercera sección del presente capítulo tienen un marcado carácter holístico y multidimensional. Por tanto, esta tesis no está necesariamente acotada a variables numéricas propias de metodologías cuantitativas. De hecho, si atendemos a la mecánica de investigación empleada en el capítulo 6 de este trabajo, uno de los procedimientos fundamentales es profundizar en la caracterización del corpus en busca de potenciales figuras de Atractores (ver 3.2.4.1). El empleo de tales procedimientos corresponde a una metodología susceptible de ser categorizada como cualitativa.

No obstante, con el objetivo de dar una cota significativa de veracidad a esta tesis, el empleo de la estadística se antoja fundamental, especialmente en la interpretación de los resultados. El uso de la estadística será pues descriptivo. Ésta es una herramienta tradicionalmente asociada con las investigaciones cuantitativas. Sin embargo y como se ha mencionado con anterioridad, los guarismos obtenidos corresponden únicamente al estudio del corpus empleado en este trabajo. Sus resultados, por tanto, mostrarán tendencias descriptivas acotadas al mismo. La disposición de estos resultados será numérica y por tanto cuantitativa, pero atenderá a múltiples facetas dentro de los procedimientos comunicativos, lo que es propio de análisis cualitativos.

4.2 Objetivos

4.2.1 Objetivo general

Describir la incidencia de la proliferación de las redes sociales 2.0 y servicios de *microblogging* en el surgimiento de movimientos sociales empleando las manifestaciones escritas del movimiento 15M en Valencia y Madrid como muestra, partiendo de la Teoría del Caos como base teórica.

4.2.2 Objetivos específicos

En primer lugar, mediante la revisión de los lemas del corpus, esta tesis trata de evidenciar patrones propios del lenguaje persuasivo en los flujos de comunicación del movimiento 15M. Además, como podremos ver en la sección 6.2, se tratará de establecer un perfil anatómico del corpus en base a criterios de clasificación fonética, morfosintáctica, semántica, léxica y retórica. Asimismo, trataremos de establecer del mismo modo un perfil anatómico contrastivo del corpus transmitido a través de la red social y servicio de *microblogging* Twitter en base a los mismos criterios recién mencionados.

Por otro lado, trataremos de determinar y fundamentar la elección de las características anatómicas del corpus en aras de establecer las figuras conocidas como Atractores. A través de estas figuras, buscaremos comprobar el calado de los lemas integrantes del corpus como mensaje, describiendo su transmisión a través de la red en el tiempo.

Como consecuencia, trataremos de establecer las sucesiones de fases de expansión y contracción o Entropía y Neg-entropía, buscando evidenciar –si lo hubiera- cualquier patrón lógico entre ellas. Por último se tratará de describir, por último, la posible tendencia del movimiento 15M como conclusión del estudio de sus flujos comunicativos a través de su primer año de vida.

4.3 Clasificación de la investigación

A la hora de catalogar cualquier investigación académica, sea doctoral o no, se puede atender a diversos criterios de clasificación. Dichos criterios se encuentran dispuestos en dos de las obras de referencia de esta tesis, realizadas por Earl Babbie (2000) y Santiago Zorrilla (1997). De entre todas las clasificaciones –que a su vez forman parte de los consabidos estándares de la investigación– concluimos que esta investigación es Descriptiva, Aplicada, De Campo, No Experimental y Longitudinal.

En primer lugar, es una tesis descriptiva pues, de acuerdo con las disposiciones de Babbie (2000: 108-110) este trabajo de investigación trabaja sobre una realidad *de facto*, tratando de buscar una interpretación sobre una base teórica (ver capítulo 3). Esta interpretación debería, en teoría, contribuir al desarrollo de una imagen o representación del fenómeno conocido como 15M, en concreto de sus patrones comunicativos. Esta imagen o representación debe, a priori, contribuir a comprender el 15M como un sistema abierto disipativo en el que su principal relación con el entorno se basa en el intercambio de flujos de información mediante lemas. Estos lemas suponen el corpus de la investigación y el carácter descriptivo de la investigación es consecuencia de la descripción de los mismos.

A su vez, podemos convenir que esta es una investigación Aplicada nuevamente en consonancia con Babbie (2000: 25), dado que una investigación de las características de la presente no se centra en el paradigma del conocimiento por el conocimiento. Uno de los principales ánimos de esta investigación es la comprensión del

alcance de la implantación de nuevas tecnologías de la comunicación y la descripción de los procesos comunicativos generados a partir de la misma (ver 4.2). Asimismo, una de las premisas de este trabajo se centra en la aplicación de la Teoría del Caos y del análisis de sistemas complejos en el campo de la lingüística. Esta tesis no es una fuente de teorización, sino más bien de aplicación de paradigmas teóricos a una serie de nuevas situaciones consecuencia del desarrollo tecnológico humano.

Atendiendo a la metodología de observación empleada en esta investigación, sincronizada en el espacio y en el tiempo con el fenómeno del cual parte el corpus –el movimiento 15M- podemos catalogar a la investigación dentro de esta categoría como De Campo, en oposición a la Documental (Babbie, 2000: 257-284). Pese al lógico empleo de postulados teóricos que, como hemos comprobado en el capítulo anterior, parten de paradigmas creados en el último tercio del siglo XX, la investigación se ciñe en su aplicación al momento presente.

Si bien a partir del corpus inicial emanará un subcorpus restringido como veremos a lo largo del capítulo 6, el trabajo se realiza a partir de un corpus cerrado. Debido a este trato del objeto de investigación, que no padecerá ninguna manipulación a lo largo del proceso de investigación –ni él ni sus variables- concluimos que esta tesis es No Experimental (Babbie, 2000: 218-224).

Por último, el hecho de centrar el estudio en un periodo extenso de tiempo convierte este trabajo en el fruto de una investigación Longitudinal en oposición a lo Transversal (Babbie, 2000: 82). Si bien la recolección del corpus se produce durante el

primer mes de vida del movimiento 15M, el seguimiento de los lemas a través de la red social Twitter se produce durante un año⁵⁹. El estudio del potencial transformador del movimiento 15M y la rigurosa aplicación del paradigma de análisis de sistemas complejos exige tener en cuenta el concepto espacio-fase, o lo que es lo mismo, la evolución del mismo a través del tiempo.

⁵⁹ Realmente, el estudio se realiza durante un año y un día, finalizando el 16 de Mayo de 2012. El motivo es simple: las manifestaciones realizadas con motivo del primer aniversario del movimiento comenzaban el 15 de Mayo de 2012, pero la afluencia de gente y la evidente resaca tras toda manifestación multitudinaria provocaron que la difusión de los lemas, como veremos a lo largo del capítulo 6 –y en concreto la sección 6.6 y sus subsecciones- continuara hasta el día 16 de Mayo de 2012.

4.4 Formulación de hipótesis

Considerando las circunstancias contextuales que rodean al movimiento 15M como objeto de estudio y la base teórica empleada, esta investigación parte de los siguientes axiomas:

- A₁: el movimiento 15M puede ser estudiado bajo el prisma del análisis de sistemas como un sistema abierto.
- A₂: como sistema abierto, el 15M interactúa con su entorno a través de la transmisión de flujos de comunicación verbal bidireccionales centrados en la expresión de juicios sobre aspectos multidimensionales de la sociedad.

Dada la naturaleza de este trabajo y de los axiomas de partida, se plantean las siguientes hipótesis alternas:

- H_{A1}: El aparente desorden presente en los flujos de comunicación del movimiento 15M a través de los lemas plasmados en pancartas y *tuits* revela, tras un estudio cualitativo pormenorizado, la existencia de un orden subyacente descriptible estadísticamente.
- H_{A2}: La generación de este orden obedece a la influencia de diversos Atractores que producen procesos dinámicos caracterizados por la irreversibilidad. Estas figuras de atracción serán definidas al establecer los perfiles contrastivos del corpus –lemas expresados en pancartas- como Flujo de Entrada y del subcorpus –lemas del corpus original transmitidos vía Twitter- como Flujo de Salida.
- H_{A3}: El estudio de los ciclos de expansión-contracción de los flujos de comunicación durante un periodo de un año determinará la tendencia de crecimiento o de agotamiento del

movimiento 15M como sistema abierto siempre que muestre la existencia de dinámicas relacionadas y cuantificables.

Como contrapartida, se plantean las siguientes hipótesis nulas:

- H₀₁: El aparente desorden presente en los flujos de comunicación del movimiento 15M a través de los lemas plasmados en pancartas y *tuits* revela, tras un estudio cualitativo pormenorizado, la nula existencia de un orden subyacente describable estadísticamente.
- H₀₂: Al no existir un orden subyacente describable, la figura del Atractor no tiene incidencia a la hora de modelar los flujos de comunicación propios entre el sistema y su entorno. El corpus como Flujo de Entrada y el subcorpus como Flujo de Salida no mostrarán, por tanto, ninguna dinámica concreta. La transmisión de lemas propios del movimiento 15M a través de la red no obedecerá por tanto a ningún perfil cuantificable.
- H₀₃: El estudio de los ciclos de expansión-contracción de los flujos de comunicación durante un periodo de un año no será concluyente a la hora de determinar la tendencia de crecimiento o de agotamiento del movimiento 15M como sistema abierto dado que no mostrará la existencia de dinámicas relacionadas y cuantificables.

5. CAPTACIÓN DEL CORPUS: METODOLOGÍA DE CAPTACIÓN Y GENERACIÓN DEL SUBCORPUS

5.1 Metodología de captación

El corpus de este trabajo está compuesto por un total de 620 lemas expuestos durante el primer mes de vida del movimiento 15M, concretamente en el periodo que transcurre entre el domingo 15 de Mayo de 2011 –día de la manifestación a nivel nacional- y el fin de semana del 18 y 19 de Junio de 2011, en el que se produjo una manifestación a nivel nacional conocida como 19J⁶⁰. Durante ese periodo, se recopilaron una cantidad en un principio indeterminada de lemas en dos plazas ocupadas por el movimiento 15M: la Plaza del Ayuntamiento de Valencia y la Puerta del Sol de Madrid, si bien la cantidad de lemas recogidos en la localización madrileña es sensiblemente inferior. Ello es debido a que esta captación se produce con motivo de un viaje no planeado a la capital del estado, mientras que mi presencia en la Plaza del Ayuntamiento es prácticamente diaria a lo largo del citado periodo.

La compilación de corpus está motivada, en un principio, por un ánimo recopilador más cercano a la curiosidad personal que a cualquier perspectiva académica. No obstante, el proceso de planteamiento académico de los lemas recopilados surge tras sendas conversaciones con mi profesor de la asignatura de Tendencias Literarias en el Máster de Investigación en Lenguas y Literaturas de la Universitat de Valencia, el Dr Evelio Miñano, y con mi antiguo profesor de Lingüística Externa durante la licenciatura en Filología

⁶⁰ Las “acampadas”, no obstante, habían sido desalojadas o desmontadas previamente. La Plaza del Ayuntamiento fue desalojada concretamente el 12 de Junio.

Inglesa y uno de los directores de esta Tesis, el Catedrático Ricard Morant. Ambos me aconsejan emplear los lemas recopilados con un ánimo más allá de lo notarial.

En primera instancia, todos los lemas fueron anotados en un bloc de notas, y algunos de ellos fueron fotografiados por mí mismo. A medida que el tiempo avanzaba a lo largo del citado mes, procedí a buscar fotografías de los lemas en las plataformas de almacenamiento fotográfico *Flickr* y *Tumblr*, además de en la red social *Facebook*. No obstante, si bien he de admitir que el registro fotográfico de todos los lemas hubiese dado una mayor rigurosidad a este trabajo, también he de reconocer que el origen no intencional de su recopilación imposibilitó la recogida de todos los lemas en formato gráfico. Sin embargo, destaca una circunstancia común a las dos plazas de las que obtuve el corpus empleado en la tesis: en todos los casos, los colectivos que sostuvieron las estructuras de ocupación –las “acampadas”– trataron de conservar todas las pancartas posibles mientras duró la ocupación. En el caso de la Plaza del Ayuntamiento de Valencia, estas reposaban en el banco de la citada plaza ubicado justo frente a la puerta del consistorio. Algo similar ocurría en la Puerta del Sol, donde la gigantesca proporción del asentamiento –aproximadamente cuatro veces mayor que el caso valenciano– provocó que se dispusieran no uno sino varios repositorios de cartelería. Además de ello, y como se puede apreciar a tenor de las diferentes imágenes que se exponen en el capítulo 6, no pocos carteles decoraban la Plaza del Ayuntamiento de Valencia y la Puerta del Sol de Madrid al margen de sus lugares de almacenaje. Todo ello convirtió durante aproximadamente un mes a ambas plazas en auténticas exposiciones. Lamentablemente para el ánimo

recopilador, las inclemencias del tiempo y las puntuales intervenciones de la Policía Nacional echaron a perder muchos carteles y con ellos muchos lemas, algunos de los cuales quedan inmortalizados en este trabajo.

El número de lemas recopilados originalmente rondaba los 900, si bien su número se redujo a 620 tras eliminar todos aquellos que estuvieran repetidos literalmente. Sólo aquellos que coincidieron carácter por carácter fueron reducidos a un lema. Así, lemas ciertamente similares entre sí aparecen en la recopilación final, así como lemas que aparecen contenidos en otros lemas. Para la confección de este trabajo, la repetición de slogans hubiera supuesto un falseamiento de la descripción estadística mediante la cual se pretende ilustrar la existencia o no de dinámicas caóticas en los flujos de comunicación del movimiento 15M.

Tras eliminar los lemas repetidos, se produjo a su ordenación alfabética, si bien la presencia de números, símbolos algebraicos (+, -...) y la especialmente significativa presencia como primer carácter de la almohadilla⁶¹ (#) hace que finalmente se haya considerado la inclusión de ambas categorías al final, considerando este tipo de caracteres como signos adicionales. Su disposición en el primer anexo de este trabajo viene introducida por corchetes, para que su localización resulte más sencilla para el lector. Así, hablaremos del lema [012] o del lema [012]“Ahí está la cueva de Alí Babá” en lugar del lema “Ahí está la cueva de Alí Babá”.

⁶¹ Como veremos más adelante, el uso del carácter conocido como almohadilla (#) resulta sintomático de la introducción de caracteres propios de las nuevas tecnologías en la escritura tradicional. La arroba (@) es quizá el ejemplo más tradicional, pero como veremos en este trabajo, no el único.

El corpus aparece íntegramente como Anexo 1 en el capítulo 8 de la presente tesis.

5.2 Metodología de estudio y generación del subcorpus

Dado el carácter descriptivo de esta tesis, el proceso de investigación ha partido del estudio de un corpus cerrado. Es decir, a partir de la recopilación y el posterior descarte de lemas ya repetidos, el proceso de análisis se ha realizado cerrando cualquier posibilidad de entrada de nuevo material. La confección del perfil descriptivo se ciñe pues a los 620 lemas que constituyen el corpus cerrado.

No obstante el proceso de seguimiento del corpus a través del tiempo ha consistido en comprobar cuáles de los slogans del mismo eran compartidos mediante el servicio de *microblogging* Twitter. Para ello, se ha empleado la herramienta online Topsy.com, herramienta que constituye un potente rastreador de mensajes públicos en las redes sociales.

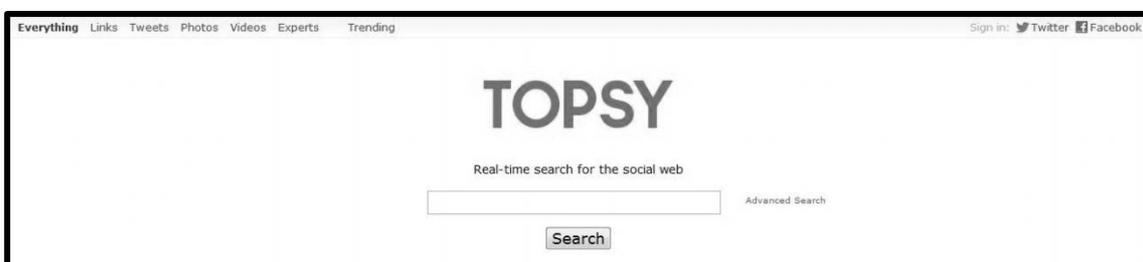


Imagen 5.1: Portada de la herramienta online Topsy

Fuente: <http://www.topsy.com>

Mediante este buscador, ciertamente similar al popular Google en su forma (como se puede ver en la Imagen 5.1) pero cuyo motor de búsqueda se ciñe a las redes sociales, ha sido posible realizar un rastreo acotado en el tiempo dentro de la propia red Twitter. Realizar la misma búsqueda desde el propio motor de la red social arroja resultados insuficientes, dado que su buscador interno tan solo ofrece resultados recientes. Google, por su parte, es un buscador

orientado en un principio a usuarios comunes de internet, que ofrece una variedad de resultados que varían en función de la ubicación geográfica del ordenador desde el que se realiza la búsqueda. Por todo ello –y por las recomendaciones de diversos Community Managers- se realizó la elección de este buscador.

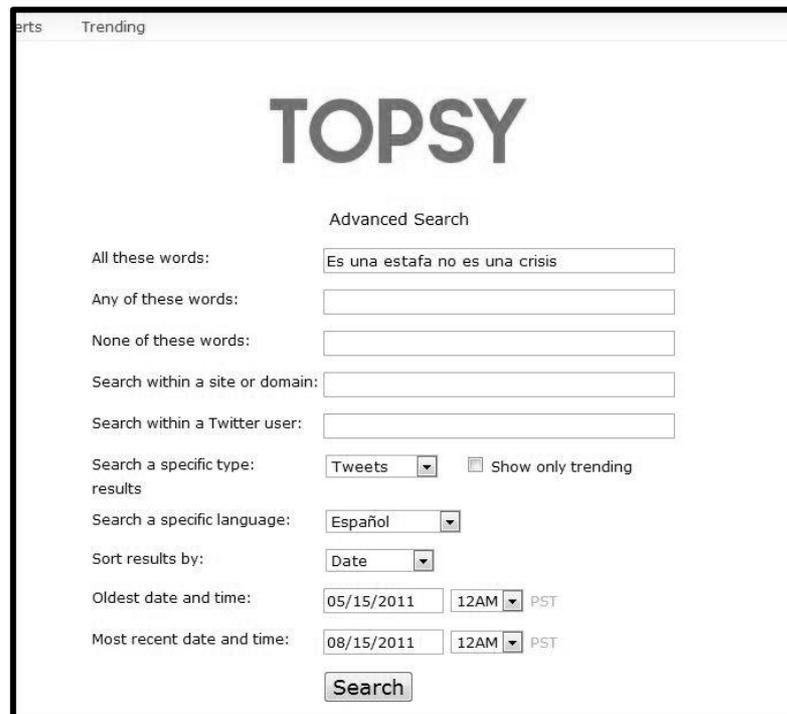


Imagen 5.2: Búsqueda avanzada en Topsy (ejemplo)

Fuente: <http://topsy.com/advanced-search>

El proceso de búsqueda mediante Topsy es fácilmente descriptible. Como se puede ver en la Imagen 5.2, el empleo de la búsqueda avanzada –cuyo botón se sitúa a la derecha de la línea de búsqueda genérica apreciable en la Imagen 5.1- es intuitivo: se debe escribir el lema a rastrear, elegir la opción “Tweets” para acotar la búsqueda a Twitter.com, seleccionar el idioma, solicitar una disposición por fecha y por último acotar las fechas de inicio y fin de muestreo.

Tras introducir los datos en la pantalla de búsqueda avanzada de Topsy, los lemas difundidos en la red social Twitter aparecen

dispuestos de una manera cronológica, dado que así es como se ha solicitado al motor previamente. La Imagen 5.3 ilustra una búsqueda de ejemplo, del mismo modo que aparece en la Imagen 5.2. En este caso, no solo aparecen los lemas que únicamente constan del texto introducido, sino que contienen los diferentes elementos introducidos en la línea de búsqueda. Para realizar una búsqueda restringida de los lemas transmitidos literalmente, basta con entrecomillar (“”) el lema en el buscador.



Imagen 5.3: Búsqueda avanzada en Topsy: disposición de resultados (ejemplo)

Fuente:

<http://topsy.com/s?type=tweet&order=date&mintime=1305410400&maxtime=1313359200&q=Es+una+estafa+no+es+una+crisis>

Tras observar los slogans dispuestos en los resultados de la búsqueda, se procede a la apertura del link en una pestaña o ventana adicional, para no perder la referencia del resultado total de búsqueda⁶² en caso de fallo. Su apertura se realiza realizando clic derecho sobre el pájaro que aparece bajo el lema, a la izquierda de la fecha de emisión. En caso de que el enlace se encuentre disponible,

⁶² Algunos enlaces pueden estar no disponibles al tratar de abrirlos si la cuenta es cerrada, algo poco habitual. Otros, sin embargo, pueden aparecer como eliminados si la cuenta del usuario fue bloqueada por comportamiento irregular, eliminada por el usuario o si, sencillamente, el usuario cambió su nombre.

el navegador web abre el enlace dirigiéndonos al *tweet* correspondiente, como se puede apreciar en el ejemplo de la Imagen 5.4.



Imagen 5.4: Búsqueda avanzada en Topsy: *tweet* capturado (ejemplo)
Fuente: https://twitter.com/cayo_lara/status/102676000067956736

Todo lema ha sido buscado mediante acotación temporal y empleando las dos variantes: la literal y la no literal o alterada. En el proceso de seguimiento –distribuido por trimestres como veremos a lo largo del capítulo 6- se han dado 377 coincidencias o lemas empleados en pancartas y en *tweets* a lo largo del primer año de vida del movimiento 15M. Por el contrario, un total de 243 lemas no fueron reproducidos a través de Twitter atendiendo a los resultados arrojados por el buscador Topsy. En esos casos, la nulidad de resultados se presenta con una pantalla análoga a la presentada en la Imagen 5.5.



Imagen 5.5: Búsqueda avanzada en Topsy: lema no trascendido (ejemplo)

Fuente:

<http://topsy.com/s?q=Aceptamos%20todo%20tipo%20de%20donaciones%20excepto%3A%20dinero%20%2F%20alcohol%20%2F%20trajes%20&type=tweet>

Aquellos slogans que sí tuvieron una trascendencia en lo virtual conforman el denominado subcorpus, el cual se encuentra añadido como Anexo n^o2 en el capítulo 9 de la presente tesis. El motivo por el cual se genera este subcorpus es doble: por un lado, constituirlo otorga una facilidad a la hora de estudiar estos lemas por separado, y por otro concuerda –como veremos a lo largo del capítulo 6- con la analogía entre el movimiento 15M y el análisis de sistemas abiertos.

En cuanto a su ordenación, se produce del mismo modo que el corpus: de manera alfabética. De hecho, el subcorpus no es más que una selección del corpus en virtud de una de sus múltiples cualidades: la trascendencia virtual. De hecho, su disposición mantiene los números de referencia del corpus, de manera que un lema mantendrá el mismo número de identificación en el corpus y en el subcorpus, independientemente de que existan faltas de correlación numérica entre lemas. Variar el número de referencia podría producir problemas a la hora de citar las consignas durante el

trabajo, y haría necesario el establecimiento de una convención adicional. Por ello, el lema [045] “Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado” mantendrá el número de referencia en el corpus y en el subcorpus. De ese modo, la citación de los lemas para su descripción resultará uniforme, no generando la necesidad de explicaciones o acotaciones adicionales.

6. ESTUDIO DEL CORPUS BAJO LA PERSPECTIVA DE LOS SISTEMAS COMPLEJOS

6.1 El corpus como evidencia de actividad en un sistema abierto.

Tal y como fue descrito en el capítulo 3, si atendemos a la perspectiva de análisis de sistemas complejos, el movimiento 15M puede enmarcarse dentro de los parámetros de los sistemas abiertos. Al menos en lo que a procesos de intercambio de información se refiere, ya hemos descrito con anterioridad las consideraciones de las que se parten a la hora de describir la actividad del movimiento durante su primer año de vida. En primer lugar, definíamos al movimiento 15M como “acotación de una parcela de la opinión pública manifiestamente crítica con determinados aspectos de la gobernación, al menos como núcleo sistémico en el que se dan una serie de intercambios comunicativos” (ver sección 3.2.2.3).

Dentro de esta definición, nuestro interés se centra especialmente en los siguientes tres puntos: el Flujo de Entrada, el incremento de la permeabilización en las paredes del sistema y el Flujo de Salida.

Dada la naturaleza de esta tesis, que como comentamos en el capítulo 4 puede ser clasificada como una investigación De Campo basada en un proceso de seguimiento Longitudinal, los procesos de recopilación, descripción, análisis y deducción se centrarán en los Flujos de Entrada y de Salida. La descripción de los procesos de permeabilización o incremento de la porosidad en las paredes del sistema se abordará desde una perspectiva más teórica en este capítulo.

6.1.1 15M como generador de Flujo de Entrada: el corpus

Al hablar de generación de un Flujo de Entrada de información al seno del sistema, la referencia de información generada que manejamos en este estudio es un corpus recogido directamente, como ya se ha comentado, de una cartelería expuesta en punto concreto de la vía pública. Dada la naturaleza formal del corpus en su contexto, cabe remontarse a la consideración esencial del cartel no como pieza artística o publicitaria, sino como medio de comunicación. En este sentido, el cartel como instrumento es un soporte difusivo de información, independientemente de su contenido:

“el cartel, en sus orígenes, no es más que un medio gráfico-textual para informar, dar a conocer y publicitar (...) En este sentido, hoy podemos ver cómo cada etapa histórico-cultural ha logrado articular su propio sistema de informar, dar a conocer y persuadir. En una palabra: incitar al deseo o publicitar” (Coronado e Hijón, 1997: 31-39)

De la afirmación de Diego Coronado e Hijón se desprenden dos hechos. El primero, la presencia de trazas de persuasión en el lenguaje. Por supuesto, esta presencia se ve reflejada en dimensiones de diversa naturaleza de las que daremos cuenta en el capítulo 6.2. No obstante, el carácter apelativo de un cartel de la naturaleza que nos ocupa se da por sentado. Observando el lema [562] “Únete, a ti también te roban” (ver Imagen 6.1) podemos percibir esta apelación al observador: el uso de formas imperativas (“únete”), el señalamiento deíctico de la segunda persona (“a ti (...) te roban”) o

incluso el empleo del adverbio de modo “también” para reflejar igualdad o relación con el plural omitido de primera persona.



Imagen 6.1: [562] "Unete a ti tambien te roban"

Fuente: corpus

El segundo hecho que se desprende de la afirmación de Coronado e Hijón (1997: 31-39) es la variación de las vías de persuasión en el lenguaje de los carteles con respecto a las fases históricas en las que se han visto utilizados. Por supuesto, todo movimiento social que es tildado como “antisistema”, como ha sido etiquetado el movimiento 15M desde su nacimiento, surge con un evidente carácter dialéctico. Buscando una reacción tras el proceso de inferencia propio de la recepción del mensaje, en el mensaje exhibido en un cartel en tiempos de convulsión social persiste un marcado signo ideológico. Un sesgo que, como afirma Voloshinov (2009: 49), otorga un carácter al cartel que es reaccionario frente a la ideología o régimen dominante:

“Este carácter internamente dialéctico del signo se da hasta sus últimas consecuencias durante las épocas de crisis sociales y transformaciones revolucionarias. En las condiciones normales de vida social esta contradicción implícita en cada signo ideológico no puede manifestarse plenamente, porque un signo ideológico es, dentro de una ideología dominante, algo reaccionario y trata de estabilizar el momento inmediatamente anterior a la dialéctica del proceso generativo social, pretendiendo acentuar la verdad de ayer como si fuera la de hoy. Es lo que determina la capacidad refractante y distorsionadora del signo ideológico dentro de los límites de una ideología dominante” (Voloshinov, 2009: 49)

No obstante, la relación entre el signo ideológico subyacente en el cartel y la ideología predominante no oculta que este carácter dialéctico ha estado presente en la elaboración de cartelera persuasiva con fines políticos. La subversión de esta idea de

incitación no altera más que el sesgo ideológico de la comunicación mediante carteles. Sin embargo, no modifica los frutos de la intencionalidad tras la confección de la pancarta, e incluso deja translucir semejanzas –no casuales, como veremos en 6.2.3.3- entre carteles de tendencia reaccionaria frente al poder y carteles precisamente diseñados con fines totalmente opuestos. La obediencia o la disidencia son, como podemos apreciar en las imágenes 6.2 y 6.3, objetivos finales que llegan a resultar indiferentes en cuanto al aspecto formal de un cartel.



Imagen 6.2: Cartel de reclutamiento para la 1ª Guerra Mundial diseñado por James Montgomery Flagg.

Fuente: American Treasures of the Library of Congress
(<http://www.loc.gov/exhibits/treasures/trm015.html>)



Imagen 6.3: [579] "Vote for yourself"
Fuente: corpus

Habida cuenta de la época de confección de la pancarta de James Montgomery Flagg que vemos en la Imagen 6.2⁶³ y considerando el periodo de generación del lema [579] del corpus inmortalizado en la Imagen 6.3, cabe admitir que la producción de cartelería persuasiva responde a una serie de automatismos que

⁶³ Producido por el artista gráfico norteamericano James Montgomery Flagg (1877-1960), el famoso cartel del Tío Sam fue empleado por el gobierno norteamericano como reclamo patriótico en la Primera y la Segunda Guerra Mundial, y se basó en un diseño previo del británico Alfred Leete, empleado para reclutar soldados en 1914, durante los primeros meses del primer gran conflicto internacional. El uso de un personaje anónimo que recopilara los valores nacionales ha tenido gran calado entre diseñadores de cartelería política. Fuente: <http://www.loc.gov/exhibits/treasures/trm015.html>

dependen considerablemente del estado de crispación o alerta social de los contextos en los que se generan.

No obstante, revisiones desde un punto de vista comunicativo se antojan contumaces y poco concretas si tratan de focalizar sobre cuestiones como la interpretación historicista o puramente sociológica. El objeto de esta tesis es mostrar las pautas comunicativas que se generan en torno al movimiento 15M, por lo que resulta conveniente recordar cual es el objetivo de cualquier medio de comunicación de masas. Y conviene hacerlo no solo atendiendo al presupuesto de intención persuasiva del emisor, sino además atendiendo a la descripción del proceso comunicativo en si. De acuerdo con Román Gubern, la comunicación de masas

“no consiste exactamente en la transmisión de significados, puesto que los significados son personales, sino en la transmisión de mensajes (estímulos) que generan en su destinatario la aparición de determinados significados, debido al aprendizaje que determinados estímulos suscitan regularmente en los miembros de la comunidad lingüística los mismos significados (lenguaje común)” (Gubern, 1974a: 136-137)

De acuerdo con Gubern, la comunicación de masas depende enormemente del papel del receptor, que hemos de suponer aleatorio en el contexto del que parte el corpus de esta tesis. Como veremos en la sección 6.2.3, del aprendizaje de los citados estímulos emitidos por el cartel y –de manera asociada- del bagaje cultural del receptor dependerá la decodificación de la información presente en la pancarta. El uso de una imagen de tal impacto visual como es la de

una figura de autoridad señalando directamente al lector⁶⁴ genera en el mismo un condicionante adicional al de la palabra escrita⁶⁵. El condicionamiento de la respuesta a mensajes masivos es, por tanto, un punto diferencial entre la comunicación mediante cartelería y la comunicación escrita habitual. La alta arbitrariedad en cuanto a la figura del receptor –su identidad, su ideología o sus referentes culturales son desconocidos- potencia el signo ideológico de la pancarta, independientemente de si este se relaciona directamente con un partido político, sindicato o plataforma.

Consideradas pues la carga persuasiva del mensaje contenido en un cartel y la mecánica condicional del proceso de creación en base a la potencial interpretación de la pancarta, es pertinente realizar una consideración acerca de su emplazamiento. Como se ha explicado en la primera sección del capítulo 5, la totalidad de los 620 lemas recopilados en esta tesis fueron recogidos en plazas céntricas del estado español. En ellas, además de la exhibición de una gran cantidad de cartelería, se produjo una ocupación visible del espacio público. El impacto visual de conglomeraciones de varios miles de personas en diversos momentos puntuales del nacimiento del 15M –especialmente durante el desarrollo de sus primeras asambleas- tiene un valor simbólico considerable. Sin embargo, cabe plantearse si la exposición de mensajes escritos en entornos tradicionalmente superpoblados de carteles con finalidades mayoritariamente comerciales es una estrategia eficiente en términos de transmisión

⁶⁴ Mientras que el personaje empleado por James Montgomery Flagg en el cartel de la Imagen 6.2 es el ya citado Tío Sam –personaje que simboliza el carácter norteamericano- el usado por el anónimo autor del cartel de la Imagen 6.3 encarna a V, personaje central de la novela gráfica de Alan Moore “V for Vendetta”, símbolo del anarquismo y, desde hace algunos años, del ciberactivismo.

⁶⁵ Como veremos en la sección 6.1.3, el empleo de las redes sociales facilita la adición de recursos de impacto visual, como imágenes o vídeos, más allá del uso de la imagen en la cartelería física.

de información. El entorno urbano, cabe recordar, no es únicamente un medio saturado de información en movimiento, sino que además los medios de los que disponen los anunciantes logran dotar de un evidente atractivo visual a sus mensajes.

A este respecto, es de recibo considerar que un cartel no supone *per se* un elemento extraño en un entorno en el que existe un predominio de la actividad comercial. No obstante, cabe considerar dos circunstancias al respecto. Por un lado, el entorno de un centro urbano se encuentra consolidado a nivel perceptivo por quien habitualmente lo transita, con lo que cualquier estímulo nuevo posee opciones de llamar la atención del receptor. Por otro lado, dado que la cartelería comercial forma parte del mobiliario urbano, el receptor potencial está en principio predispuesto a la observación de mensajería escrita en el mismo. Como afirma Jury (2007: 65),

“El anuncio o letrero escrito a mano por un aficionado llama la atención porque, al parecer, lo diferente o lo inesperado nos atrae por naturaleza. No obstante, las señales deben captar la atención por el motivo para el que se crearon y lo cierto es que, en el entorno comercial urbano, el público está muy bien adaptado a recibir los mensajes como se le dirigen”

Una prueba visual de la coexistencia de mensajes manuscritos recientes en un entorno caracterizado por la comunicación persuasiva como trasfondo lo vemos en la Imagen 6.4. En ella, apreciamos los lemas [070], [175], [234], [392] y [419] pegados sobre una oficina del Deutsche Bank. En la ventana sobre la cual los manifestantes dispusieron sus mensajes (en clara alusión al capital alemán del banco) se exponía al menos una pancarta publicitaria de

la entidad. Pese a la coexistencia de carteles de diverso origen e intención, y pese a la sobresaturación de mensajes, la información escrita por los pertenecientes al movimiento 15M posee un atractivo basado no solo en la novedad con respecto al entorno, sino en la predisposición al mensaje escrito de los transeúntes que ha sido apuntada por Jury (2007).

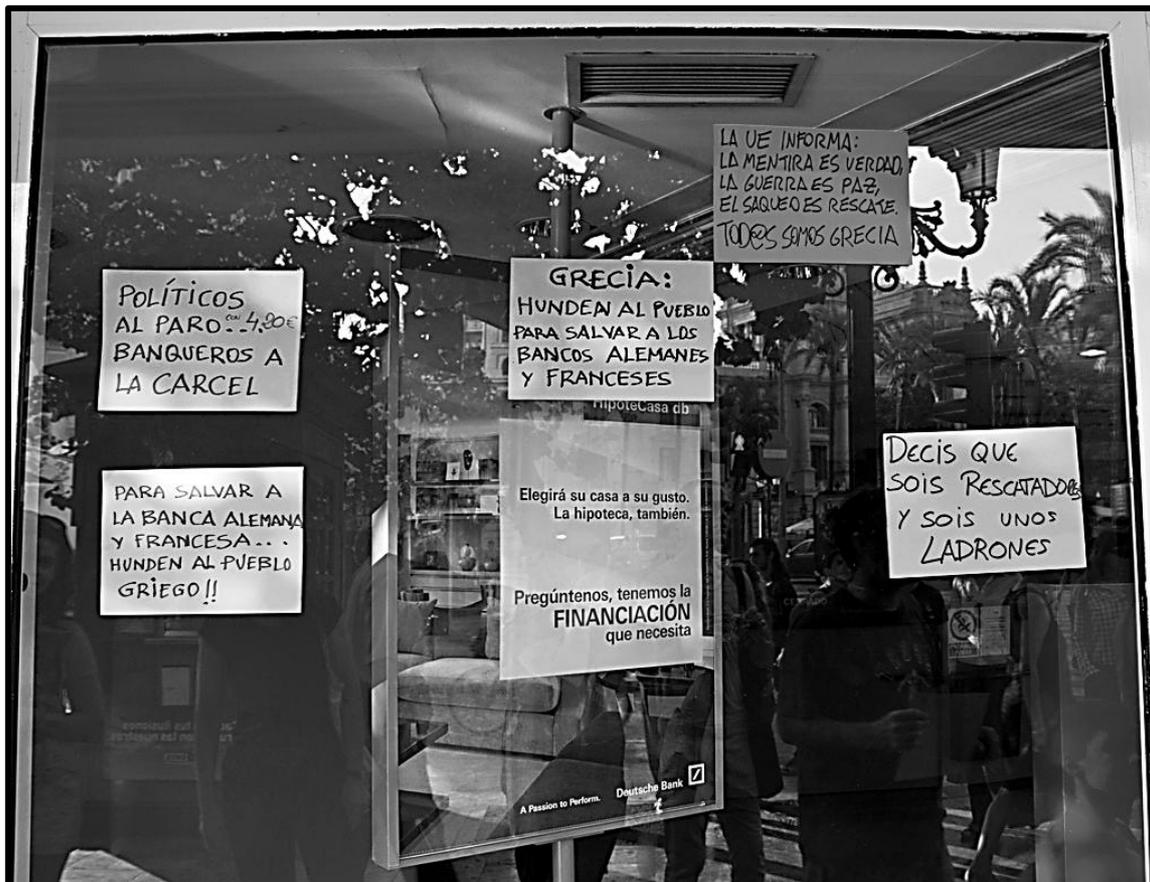


Imagen 6.4: Lemas [070], [175], [234], [392] y [419]

Fuente: corpus

La Imagen 6.4 supone, además de un ejemplo de coexistencia de mensajes de distinta naturaleza y propósito en un entorno urbano, un ejemplo de saturación de información visual. Como ya se ha mencionado, el corpus está extraído de un núcleo urbano en el que abundaban los carteles de este tipo. Por ende cabe preguntarse, toda vez asumida la presencia masiva de reclamos escritos como

característica inherente al centro de una ciudad, si la misma circunstancia que genera una predisposición a la captación de mensajes no supondrá a su vez un problema añadido a la misma. En palabras de Román Gubern (1974a: 352-353), existen dos claves propias a la información difundida que inciden directamente sobre las posibilidades de discriminación positiva de la misma en un entorno plagado de estímulos visuales:

“Ante tal avalancha de estímulos, los órganos de recepción de cada ciudadano operan selectivamente y en esta operación discriminatoria seleccionan: (a) los de mayor agresividad psicológica (es decir, aquellos que por su originalidad e imprevisibilidad consiguen abrirse paso entre una masa de estímulos banales), y (b) aquellos que coinciden con los intereses o refuerzan las convicciones del receptor”

La distinción de mensajes dependerá, como ya hemos mencionado anteriormente, de una serie de propiedades no solo presentes en el cartel, sino también propias al receptor. El entorno, además, juega también un papel significativo en este proceso de difusión masiva. La agresividad psicológica presente en el cartel no solo dependerá por tanto de la forma del mensaje y del criterio del receptor potencial, sino que su ubicación en el espacio puede suponer un incentivo extra a la captación del mensaje. El lema [076] “Democracia actual” se antoja poco atractivo e incluso falto de referencia si únicamente analizamos su forma. Sin embargo, escoger la ubicación del mismo de un modo que esta suponga un estímulo agresivo al receptor provoca que, como en el caso de la Imagen 6.5, sea prácticamente inevitable fijar la atención en la pancarta, por pequeña que esta sea.

El principio que describe el citado proceso de captación de la atención o discriminación positiva del receptor hacia el mensaje dispuesto es denominado como selectividad activa.



Imagen 6.5: [076] “Democracia actual”
Fuente: corpus

De acuerdo con las palabras de Rudolf Arnheim (1986), la selectividad activa supone una característica de la percepción visual. En esta radica una de las primeras vías de interpretación de la realidad y, por tanto, de la información visual. De hecho, se puede afirmar de acuerdo con ello que este proceso supone la primera barrera de selección de la información dispuesta por parte del receptor, suponiéndose previa a la decodificación del mensaje:

“La selectividad activa constituye un rasgo básico de la visión, como lo es también de todo otro interés inteligente; y la

preferencia más elemental que se advierte es la que despiertan los cambios del medio. El organismo, a cuyas necesidades se ajusta la visión, naturalmente se interesa más por los cambios que por la inmovilidad (...) El cambio está ausente en las cosas inmóviles, pero también en las que repiten la misma acción una y otra vez o perseveran en ella constantemente” (Arnheim, 1986: 34)

Por tanto, de la noción de selectividad activa se infiere que no todo mensaje dispuesto en un entorno saturado tendrá una difusión idónea. Ello encaja con la definición de Ruido expuesta en la sección 3.2.4.2.2 de acuerdo con lo teorizado por Shannon (1969) acerca de la perspectiva matemática de la comunicación. Toda aquella información que no resulte relevante en un entorno como el abordado en este estudio puede ejecutar una función equiparable a la del Ruido.

Sin ignorar el papel de los mensajes que puedan ser considerados como Ruido a tenor de sus características poco atractivas, cabe considerar más variables presentes en el corpus. Una de ellas es el uso de diferentes lenguas en la confección de carteles. El uso del catalán en un lema como [438] “Prohibició de les “persones jurídiques”. Responsabilitat als culpables de la crisis!!!” tiene fuertes implicaciones identitarias. Este hecho es especialmente significativo en un estado como el español, con una riqueza de lenguas como la que lo caracteriza. El factor de distinción pero también de inclusión presente en el uso de una lengua de concentrada localización geopolítica en el estado español puede suponer también un incentivo a la selectividad activa por parte del receptor:

“hablar la misma lengua, o una variedad de dicha lengua, es una manera simple y efectiva de identidad y solidaridad; hablar una lengua diferente, o una variedad de esa lengua diferente, es igualmente una manera efectiva de distinguirse uno mismo de otros individuos o grupos” (Burke, 1993: 91)

Sin embargo, el uso de lenguas diferentes de la común a la totalidad de los territorios del estado no restringe sus implicaciones al factor de identidad. Empleando una lengua alternativa en un cartel se puede realizar una clara alusión no a la identidad nacional sino al sesgo ideológico a través, como en el caso del lema [195] contenido en la Imagen 6.6, de una nada velada referencia cultural.



Imagen 6.6: [195] “Indignez-vous Merci Stéphane Hessel”

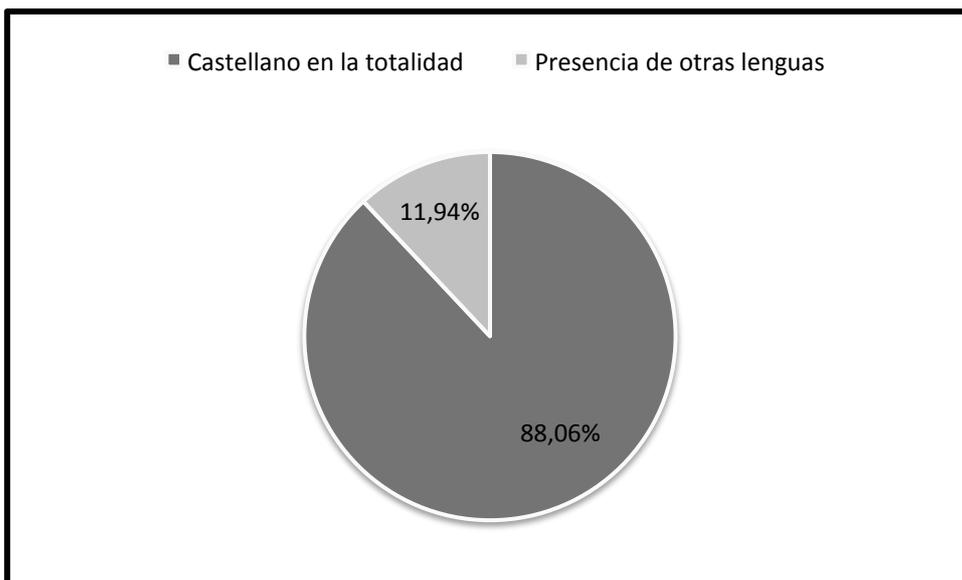
Fuente: corpus

La referencia al autor francés Stéphane Hessel, autor de “Indignaos” (Barcelona, Destino: 2011) obra que contribuyó a etiquetar el movimiento 15M de cara a la prensa nacional e

internacional en sus primeras fases, supone como es evidente una referencia ideológica en tanto que también se menciona su obra. Pero además, el empleo del francés en el lema [195] supone el empleo de una de las lenguas oficiales de la Unión Europea, escenario común –en diversos grados– de los efectos de la crisis financiera de este inicio de siglo XXI. Por tanto, el empleo de una lengua foránea en este contexto específico supone, a tenor de las citadas palabras de Burke (1993), un ejercicio de lenguaje inclusivo mediante el uso de una lengua que no es oficial del estado español.

El uso de lenguas distintas al castellano, no obstante, es algo ciertamente minoritario: 546 lemas de un total de 620 aparecen íntegramente en castellano. Esto reduce el empleo de lenguas alternativas al castellano, como expresa la Gráfica 6.1, a un 11,94% del corpus, convirtiendo al empleo de otras lenguas un instrumento rayando lo anecdótico, al menos en la casuística empleada. Sin embargo, al margen de proporciones en el seno de un corpus académico, lemas como [027] “Arbeitslosigkeit macht frei” y [098] “Ein volk, ein Reich, ein euro”⁶⁶ poseen una fuerza de captación evidente.

⁶⁶ En castellano, “El desempleo os hará libre” y “Un pueblo, un imperio, un euro”.



Gráfica 6.1 Uso del castellano frente a otras lenguas.

Fuente: elaboración propia

Si el uso de diversas lenguas es un fenómeno reconocible dentro de este corpus, también resulta medianamente evidente –en diversos grados y estilos- el uso del humor en el mismo. Una de las múltiples vertientes del humor se fundamenta sobre el principio de Disonancia Cognitiva de Leon Festinger (1975). Este principio se manifiesta cuando existe una contradicción entre la exposición de un hecho y el simultáneo acontecimiento de su opuesto. Ello provoca una desorientación de un breve lapso de tiempo en el receptor, en quien se generará una relativa sensación de desasosiego que deberá ser mitigada. Generalmente este tipo de disonancias se emplean para señalar y denunciar cierto tipo de realidades que generan una molestia solventable con un pequeño gesto al alcance del receptor. Por ello, este efecto de disonancia es empleado con fines comerciales, buscando el impacto, por ejemplo, en anuncios de televisión.



Imagen 6.7: [418] "Político escuchándote"

Fuente: corpus

El humor basado en el principio de Disonancia Cognitiva se aprecia claramente en pancartas como la dispuesta en la Imagen 6.7, en el que se percibe claramente una ironía visual: pese a tener una característica común con la figura del político (la vestimenta), es un chimpancé quien no solo no escucha, sino que además se tapa los oídos intencionadamente. Este tipo de humor se basa en la formulación de “una preposición explícitamente expresada en el enunciado es desmentida por una información situacional o contextual implícita, pero que los interlocutores conocen” (Torres Sánchez, 1999: 7). El humor presente en una pancarta resulta, como todos aquellos instrumentos de captación de la atención, en la inclusión de un factor diferencial: un reto cognitivo.

No obstante, la eficacia de este tipo de recurso como método de captación de la atención en esta variante de la comunicación de

masas se encuentra supeditada al hecho de que emisor y receptores compartan un saber enciclopédico. En palabras de Chiaro (1992: 12) “when a comic situation is too culture-specific it will not be seen as amusing outside the culture of origin”, lo que provoca que casos como el lema [364] “Nobody expects the Spanish revolution” (Imagen 6.8) vean sensiblemente reducido el número de receptores potenciales que decodifiquen la información contenida en la pancarta.



Imagen 6.8: [364] “Nobody expects the Spanish revolution”
Fuente: corpus

Dicho lema supone un caso de parasitismo con variación, fenómeno que describiremos en el capítulo 6.2.3.3. En este caso, el lema parte de una sentencia del grupo humorístico inglés Monty Phyton. La sentencia “Nobody expects the Spanish Inquisition”,

enmarcada en un sketch en el que se bromea con el medievo español, exige al receptor potencial la constancia de la existencia de dicho número cómico. Si bien el estado de agitación social parece suponer un incentivo para desarrollar nuevas formas de conexión en la comunicación de masas con sesgo ideológico, casos como el citado suponen una evidencia acerca de la necesidad de consideración de un bagaje cultural compartido. Esta circunstancia será abordada con detenimiento en la citada sección 6.2.3, en la que analizaremos la recurrencia temática y los casos de parasitismo en el corpus.

Dadas las consideraciones, podemos concluir esta sección con varios presupuestos de cara a la descripción anatómica del corpus, a la espera de analizar la generación de poros en las paredes del movimiento 15M entendido como un sistema abierto y el funcionamiento a grandes rasgos de los lemas a través de Twitter. Por un lado, asumimos el carácter persuasivo de los lemas que conforman el corpus, como también damos por supuesto que las épocas de conflictividad social contribuyen a dotar de un carácter dialéctico a la comunicación de masas. Como consecuencia, consideramos que la prioridad de los actos que se enmarcan en la comunicación de masas es captar la atención del receptor, el cual es altamente arbitrario. Por último determinamos que la captación de un número aleatorio de receptores depende, en un principio, de la habilidad del generador del cartel y emisor de dotar a su pancarta de un atractivo como estímulo visual. La ubicación, la búsqueda del impacto psicológico, el empleo de imágenes y el uso de mecanismos que desemboquen en una disonancia cognitiva convertirán a cada cartel en candidatos no solo a ser captados, sino a ser decodificados

y, en última instancia y como se apunta en la sección 6.1.3, trascender la esfera física hacia el ciberespacio.

No obstante, no hemos de olvidar que el propósito de quienes generaron las pancartas que conforman el corpus no era meramente comunicativo. Su objetivo, como se apuntó en la sección dedicada a la descripción de las estrategias de difusión de los movimientos sociales en el siglo XXI (ver 2.2.2.1) no es otro que la difusión de la existencia del movimiento y la persuasión para la inclusión del receptor en el mismo. Si el cartel electoral entendido en su variante más económica deja clara la intención persuasiva con el clásico “Vota”, el cartel propagandístico de los movimientos sociales del siglo XXI –sirva el movimiento 15M como ejemplo- posee un objetivo idéntico, si bien emplea técnicas visiblemente distintas. Si la adhesión supone la primera prioridad de un movimiento social en tanto es garante de supervivencia (ver 2.2.2.2), se puede trazar una línea entre la confianza de los partidos políticos en perpetuar un sistema de democracia representativa y la reafirmación en la propia insistencia del manifestante (ver Imagen 6.9).



Imagen 6.9: [340] “No pienso vivir en un país como este y no pienso marcharme”
Fuente: corpus

6.1.2 Permeabilización de las paredes sistémicas mediante las redes sociales e influencia en los *mass media*.

En el capítulo 3, reservado a la explicación de la base teórica conocida como Análisis de Sistemas Complejos, establecíamos la posibilidad de realizar una analogía entre los eventos comunicativos producidos en torno al movimiento 15M y lo que se entiende como un sistema abierto. Si en la sección anterior de este capítulo hemos introducido las características de origen del Flujo de Entrada en tanto muestra de comunicación de masas—presencia de carácter persuasivo y de un signo ideológico, adaptabilidad a contextos de crispación social, carácter dialéctico y búsqueda de la captación de la atención del receptor- en esta sección se plantea el análisis de las consecuencias de la apertura de poros en las paredes del sistema con el desarrollo y consolidación de nuevas herramientas de comunicación.

Si bien la relación entre el uso masivo de las redes sociales ya fue apuntada —con sus convenientes apuntes estadísticos- en el capítulo 2.2.2.2, es necesario plantearse si existe una relación entre la información visual como la exhibida en la cartelería del corpus de este trabajo y la comunicación de masas. Si recordamos las palabras de Voloshinov (2009) citadas en la anterior sección, en las que se hacía referencia al carácter dialéctico de la comunicación visual, podemos intuir que, ciertamente, puede existir una relación entre un tipo de comunicación que requiere de un receptor activo pese a la aparente arbitrariedad en la captación de la atención y la implantación de vías de comunicación que permiten establecer diálogos al instante.

Si el carácter de la comunicación visual mediante pancartas fuese intencionadamente unidireccional como sucede en la cartelería electoral, podríamos presumir un impacto menor en el receptor al margen de la intención de voto. La incidencia de este tipo de comunicación visual viene dada por su intencionalidad, la cual se limita a la acción de votar como fin último:

“La finalidad principal del eslogan político consiste en apelar al votante para fomentar el voto. En los mensajes de propaganda política, la función movilizadora desempeña un papel destacado. Su objetivo fundamental es buscar adhesiones, llamar la atención y provocar simpatías. Se observa, en este sentido, una tendencia, cada vez más creciente, hacia mensajes desideologizados. Se acercan al eslogan de marca comercial y representan la propuesta, el tono de la campaña y la posición relativa con respecto a los adversarios” (Peña Jiménez y Ortiz Sobrino, 2011: 566)

Dada la nula interactividad al margen de la respuesta en un plebiscito que se generaría de la exhibición de una cartelería no oficial –y por tanto, no auspiciada por los medios de comunicación masivos- el interés de unos receptores sin posibilidad de establecer un diálogo decaería, dificultando la pervivencia de un movimiento social al menos en lo relativo a su difusión.

Sin embargo, la información visual posee un margen de desarrollo siempre al margen de aquella que es previsible por institucional. En la comunicación mediante carteles subyace, a tenor de las palabras de Costa (1998: 35), una tendencia hacia lo bidireccional, hacia lo interactivo:

“la información visual encarna el tránsito entre la comunicación unidireccional y reactiva (...) hacia la comunicación bidireccional, interactiva, en el sentido de la autodidaxia, donde hay un juego entre los mecanismos de inducción-deducción, por los que el individuo deja de ser receptor pasivo ante los estímulos que le llegan, para ser intérprete, actor y protagonista”

Efectivamente, la comunicación visual parece animar al receptor a desarrollar una estrategia no solo de interpretación, sino de deconstrucción e incluso de reconstrucción. El carácter dialéctico de la comunicación visual alcanza, con la popularización de las nuevas tecnologías de la comunicación, un abanico de recursos superior al jamás tenido: es posible compartir no solo mensajes escritos, sino vídeos, imágenes y presentaciones de alto impacto visual.

En el año 2001, David Crystal planteó la posibilidad de que el lenguaje verbal en su variable escrita experimentara variaciones dada la proliferación de internet. En la aceptación de lo impredecible en esta cuestión, Crystal apuntaba el advenimiento de un hecho capital para entender la relación entre la comunicación visual y el ciberespacio: la creación de nuevos recursos para facilitar la interacción:

“no hay forma de predecir si esta nueva situación de uso del lenguaje utilizará las antiguas normas conversacionales o si inventará nuevas técnicas estilísticas para facilitar la interacción, ni cual será la combinación adecuada de nuevas y viejas normas para que resulte más eficaz” (Crystal, 2001: 25)

Efectivamente, internet ha acabado provocando el desarrollo de nuevos recursos estilísticos para facilitar la interacción como ya apuntaba Crystal en 2001. Viendo el ejemplo del lema [618] presentado en la Imagen 6.10, el uso de un carácter de poca utilización como es la almohadilla (#) ha supuesto esa innovación relativa al incremento de las posibilidades de interacción.

Este símbolo, dispuesto como primer carácter en una palabra de un cartel, supone un estímulo para el receptor. Este estímulo puede ser descrito como una sugerencia no demasiado subliminal para aquellos acostumbrados a navegar en una de las redes sociales –concretamente, servicio de *microblogging*- más populares del ciberespacio: Twitter. De acuerdo con el funcionamiento de este servicio de publicaciones en 140 caracteres, los temas son etiquetados mediante la adición de la almohadilla, lo que se entiende por *hashtags*. Los diez temas más comentados a nivel nacional o global –la plataforma Twitter permite discriminar al respecto- aparecen en un listado denominado “Trending Topics” para que los usuarios puedan consultar la información relativa a dichos temas. Así, la generación de *hashtags* es una estrategia habitual en cualquier colectivo: desde fans de un artista hasta usuarios que, de manera individual, pretenden comunicar con mayor eficiencia acerca de las cuestiones más dispares: lamentar el fallecimiento de una celebridad, celebrar la victoria de un equipo deportivo o ahondar en una salida de tono de un usuario muy popular de la red.

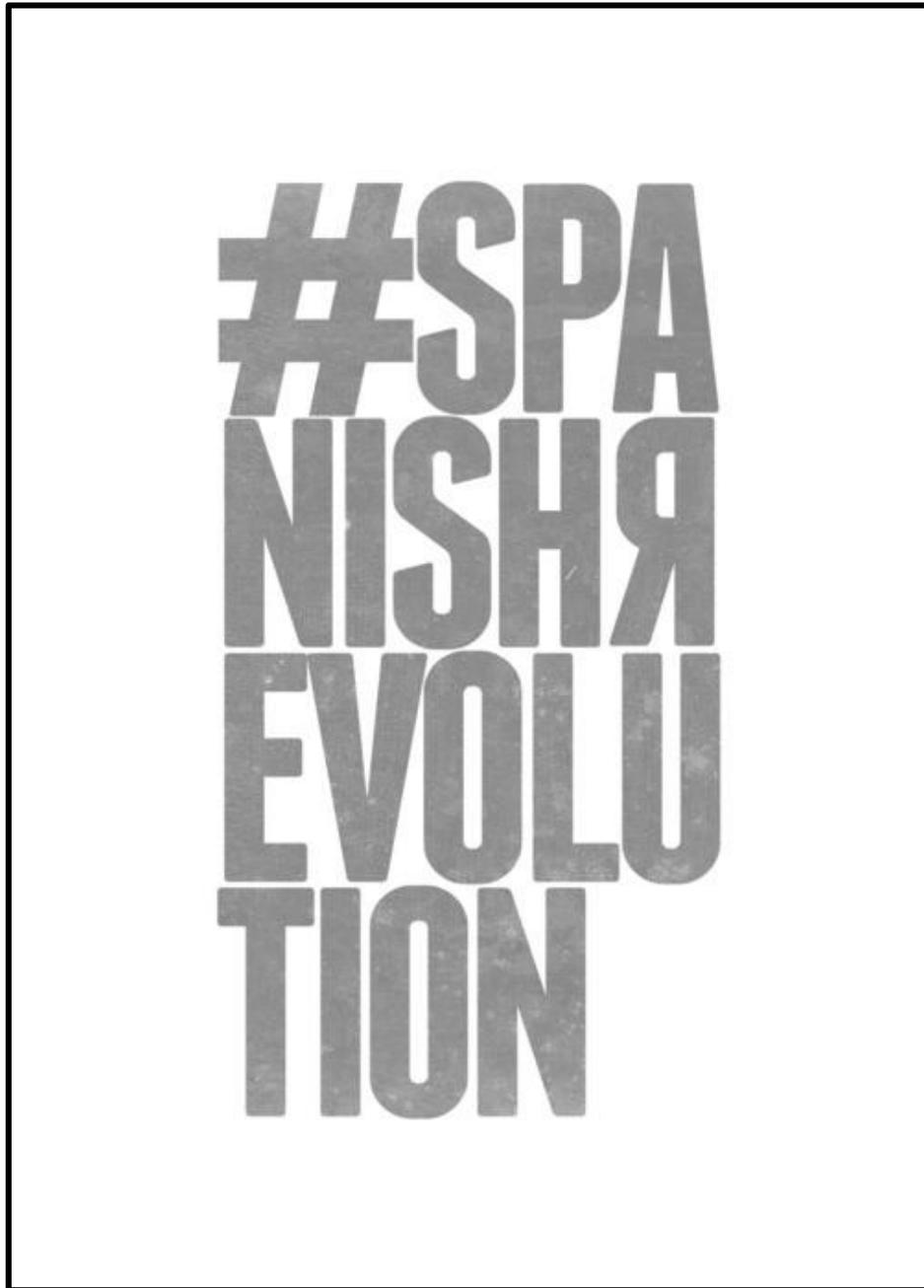


Imagen 6.10: [618] “#spanishrevolution”

Fuente: <http://vocesconfutura.tumblr.com/post/6352480273>

No obstante, para comprender el funcionamiento de la herramienta instrumental basada en el carácter #, es conveniente acudir a definiciones como las dispuestas por expertos en esta red social. Kate Bussmann (2011: 271), quien define el *hashtag* de la siguiente manera:

“Any string of uninterrupted letters or numbers that begins with #. Hashtags automatically become links –click on one and you’ll get a timeline of tweets that include it. They’re handy if you want to follow everything that’s being said about a particular subject. Anyone can make a new one, but users generally settle on one or two hashtags quickly and organically”

Parece evidente por tanto que el desarrollo de nuevos marcos comunicativos no solo amplía las posibilidades de establecer conexiones entre individuos, sino que genera herramientas dentro del propio lenguaje. En este caso, tan reduccionista como la categorización a través de la adición de un carácter extra.

La creación de instrumentos que favorecen la difusión de un mensaje en este tipo de comunicación de masas provoca una serie de nuevas situaciones dignas de estudio. La cantidad de implicaciones que la comunicación mediante redes sociales produce en relación a las relaciones humanas no es baladí. Ello nos remite a las condiciones generadas en un entorno caracterizado por la exposición de elementos de comunicación visual, en las que se da un tipo de un tipo de disposición que, como ya hemos mencionado, posee una esencia dialógica. Como afirma Escavy-Zamora (2008: 114) "esta situación, con ser compartida, lo es pro-indiviso, con una zona de intersección y parcelas propias de cada interlocutor, de modo que en la acción comunicativa opera un juego de acomodación y agresión mitigada en pos del espacio comunicativo”.

De esta consideración con respecto a la comunicación visual podemos deducir que, ciertamente, existen paralelismos entre la

exposición de información mediante la cartelería no comercial y la utilización de las redes sociales virtuales como medio de difusión de masas. Ambas parten de una esencia dialógica, ambas padecen restricciones en la parcela comunicativa propia—la pancarta y el cajetín de publicación de Twitter son limitados- y ambas generan, como consecuencia, una serie de dinámicas cuya consecuencia es la expansión o la constricción de la información liberada.

Sin embargo, cabe plantearse un posible carácter casual en la utilización de recursos propios de la red social Twitter en la cartelería del 15M. Si tenemos en cuenta los precedentes de organización en las revueltas de la Liga Árabe mencionados en la sección 2.2.1 y ejemplos como el presentado en la imagen 6.10, la casualidad no parece un factor a tener en cuenta. La intencionalidad, y más habida cuenta del uso eminentemente informativo que el usuario medio de Twitter otorga a esta plataforma:

“The brevity of a tweet, maximum 140 characters, lends itself neatly to headlines and reportaje of fast-moving events. Even if you don’t tweet yourself, you can use it as a news aggregator, following any individual or organization you’re interested in, or searching by subjects using hashtags. The retweet function means that news and information is easily and quickly disseminated (...) We log in to follow unfolding events in real time, reading instant reports from the ground and incisive and funny commentary by our friends and experts” (Bussmann, 2011: 2)

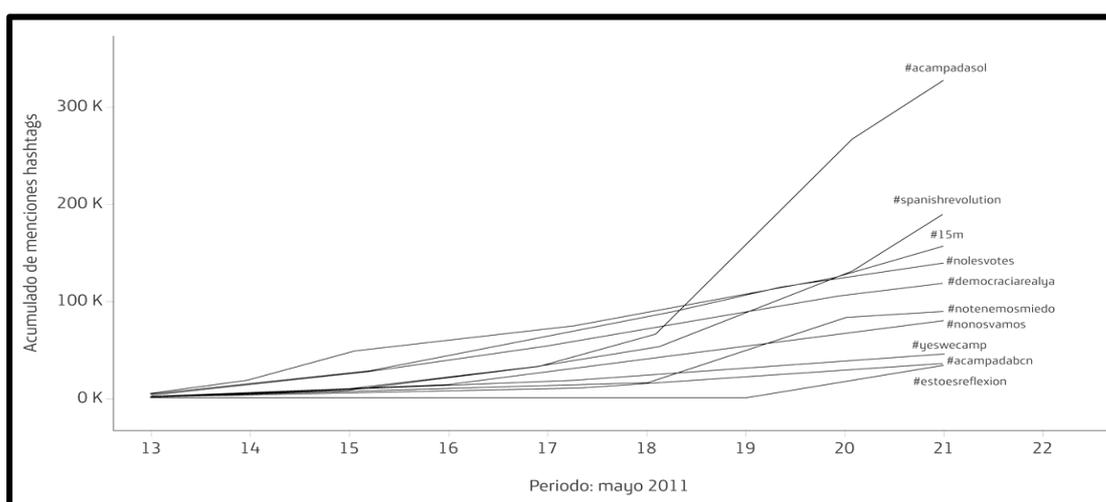
Por todo lo expuesto, podemos deducir que la anteriormente citada abertura de poros en las paredes del sistema –si entendemos

un sector creciente de la opinión pública como el núcleo de este sistema (Monzón, 2006: 25)- no es otra cosa que la generación de vías de transmisión de información. Vías que desarrollan un instrumental propio basado en la adición de elementos –en este caso, un símbolo presente en el teclado de cualquier ordenador o teléfono móvil- y que contribuyen a elevar el ritmo de difusión de cualquier información. El empleo intencionado de este instrumento asociado a hashtags en lemas como [589] “...y sin embargo, se #15Mueve”, [590] “...y esto es sólo el principio #15M #19J”, o [614] “#Estamoshartos” refleja una intencionalidad inequívoca de difusión no solo de las reclamaciones del movimiento 15M, sino de sus eventos programados⁶⁷.

De dicha intencionalidad sí que se puede desprender cierto impacto, o al menos se puede trazar una línea entre la difusión de una cartelería visual, su salto al ciberespacio y su incidencia en la opinión pública. Para analizar esta incidencia, uno de los mejores indicadores es cuantificar la aparición del movimiento 15M en la prensa escrita durante sus primeras fechas de vida. Primeramente, debemos atender a la Gráfica 6.2, en la que se aprecia el incremento de la recurrencia a los *hashtags* #acampadasol, #spanishrevolution, #15M, #nolesvotes, #democraciarealya, #notenemosmiedo, #nonosvamos, #yeswecamp, #acampadabcn y #estoereflexión durante el periodo entre el 13 y el 22 de Mayo de 2011, fecha de las elecciones municipales en la mayoría de comunidades autónomas del estado español. Si bien algunos de ellos ya habían sido lanzados

⁶⁷ El *hashtag* #19J hace referencia a la manifestación del 19 de Junio de 2011 promovida por las plataformas integradas en el movimiento 15M. El empleo de la almohadilla antes de la fecha de la convocatoria es una señal de instrumentalización basado en la categorización para favorecer la posterior difusión de cualquier información relativa al evento.

con anterioridad a la manifestación del 15 de Mayo por ser producto de las asociaciones convocantes –Democracia Real Ya y No Les Votes fueron dos de las asociaciones convocantes de la manifestación original- al menos cuatro de ellos son producto de las acampadas en las plazas céntricas de cada ciudad, acampadas espontáneas y no organizadas las citadas asociaciones. Así, los *hashtags* #acampadasol, #spanishrevolution y #acampadabcn son producto de los propios integrantes del movimiento social. Y su despegue parece centrarse en la fecha del 18 de Mayo de 2011. A partir de ese punto de inflexión, los *hashtags* relacionados con el movimiento 15M y sus plazas ocupadas se incrementaron en uso, por lo que adquirieron la suficiente relevancia como para ejercer una atracción en Twitter. Los usuarios, durante el periodo del 13 al 22 de Mayo de 2011, supieron de la existencia de este movimiento de protesta porque la información relativa al mismo estaba siendo categorizada con eficiencia, y ello llevó a su popularización a través del instrumento #.

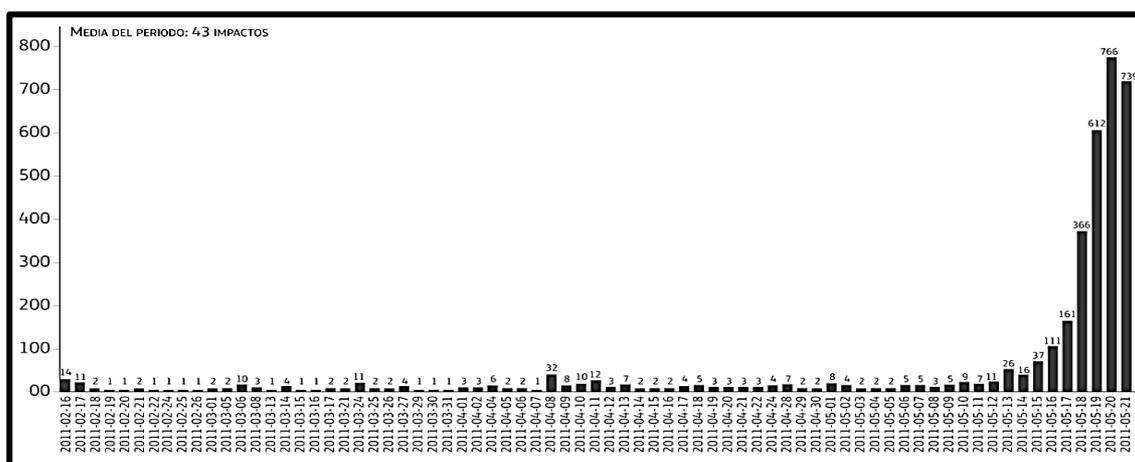


Gráfica 6.2 Hashtags más utilizados por el movimiento 15M. Evolución del 13 al 22 de Mayo de 2011.

Fuente: FERRERAS, E., 2011, "Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter", en Revista Telos [online] disponible en

http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do

En palabras de Noam Chomsky e Ignacio Ramonet, el medio de comunicación “construye la actualidad, provoca el choque emocional y condena prácticamente a los hechos huérfanos de imágenes al silencio y a la indiferencia” (1995: 88). Por ello, es no se puede afirmar categóricamente que el impacto en las redes virtuales, específicamente en Twitter, implique una incidencia en la opinión pública mas allá de los usuarios de la citada red social. Para ello es necesario analizar la presencia de información relativa al movimiento 15M en medios de comunicación. En la Gráfica 6.3 apreciamos que el número de noticias relacionadas con el 15M⁶⁸ parece estable hasta el día 18 de Mayo, fecha en que el número de noticias en la prensa generalista española relativas al movimiento 15M se incrementa notablemente, alcanzando su cénit el día 20 de Mayo.



Gráfica 6.3 Noticias sobre el 15M por fecha de publicación en la prensa generalista española

Fuente: FERRERAS, E., 2011, “Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter”, en Revista Telos [online] disponible en

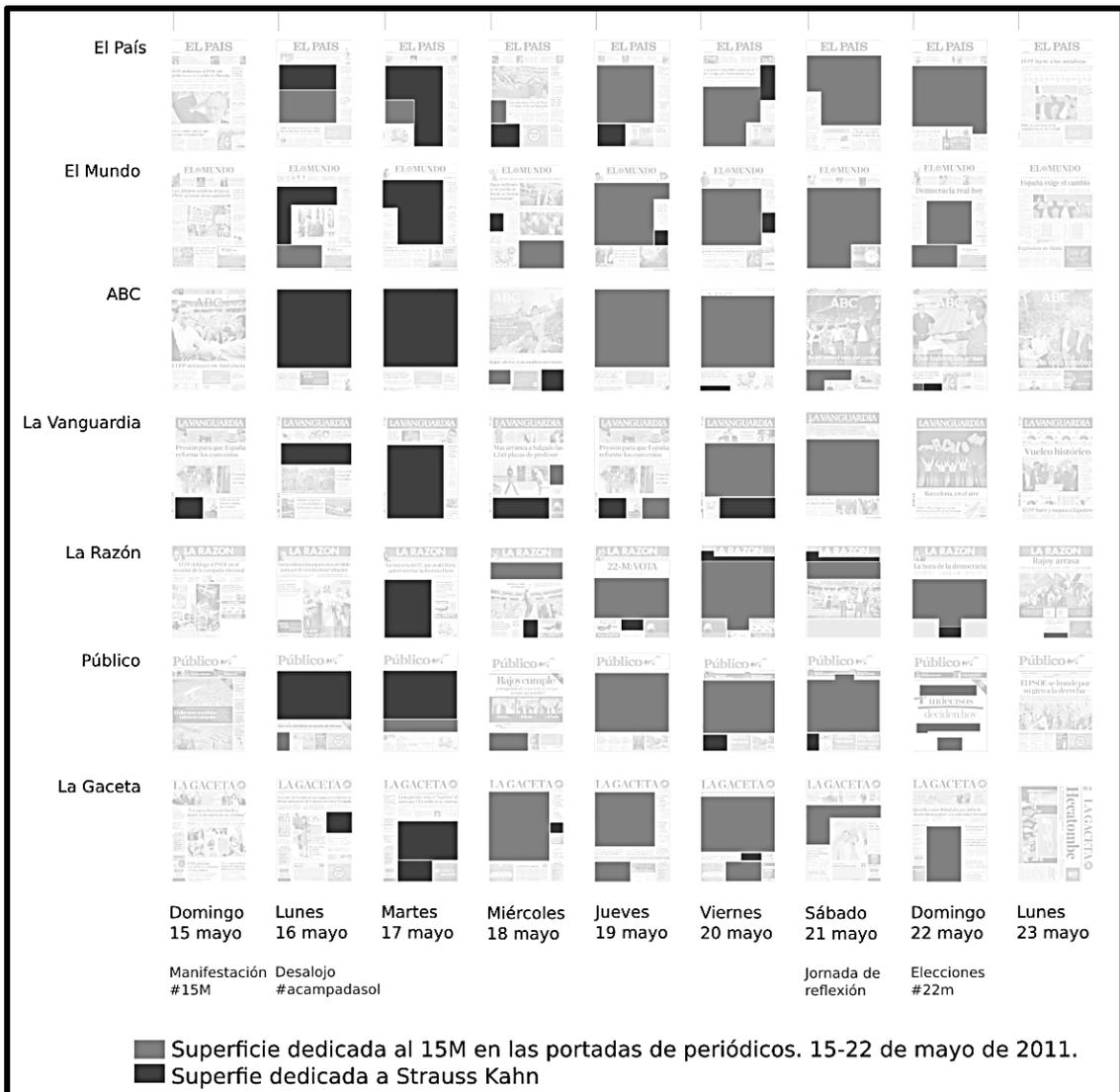
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do

Comparando los periodos presentados en la Gráfica 6.2 y la Gráfica 6.3, apreciamos un hecho destacable: el día 18 de Mayo se

⁶⁸ Debido a que existen noticias con meses de anterioridad al 15 de Mayo, podemos inferir que estas hacen referencia a los movimientos y asociaciones que generaron el movimiento: Democracia Real Ya, Movimiento No les Votes, Juventud Sin Futuro, Plataforma Contra la Corrupción...

produce un incremento proporcionalmente significativo (casi se triplica el número de noticias acerca del movimiento), pero es el día 19, y no el 18, cuando la prensa generalista cede su espacio a lo que acontece en las calles y en las redes sociales. Esto se puede ver en la disposición del espacio ocupado en las portadas de los principales periódicos nacionales, como podemos ver en la Gráfica 6.4. En ella se compara el espacio destinado al movimiento 15M en las portadas de los principales diarios generalistas del estado con una de las noticias más relevantes en aquel entonces: la detención del exdirector del Fondo Monetario Internacional, Dominique Strauss-Kahn, por delito sexual.

Ciertamente, en la Gráfica 6.4 se aprecia una tendencia similar a la observada en la Gráfica 6.3: mientras que la presencia de información relativa al movimiento 15M –gris claro– se equipara en superficie a los titulares sobre Dominique Strauss Kahn a partir del día 18 de Mayo, es el día 19 cuando la información relativa al movimiento Indignado se incrementa sustancialmente en las portadas de los diarios generalistas españoles, coincidiendo con una súbita reducción de la dedicada al por aquel entonces director del FMI.



Gráfica 6.4 Movimiento 15M y Strauss Kahn en las portadas de periódicos generalistas españoles del 15 al 22 de Mayo de 2011.

Fuente: Numeroteca [online] disponible en http://numeroteca.org/wp-content/uploads/2011/05/15m-portadas-9_dsk1.png

De todo ello podemos inferir que el movimiento 15M como noticia no fue únicamente provocado por la existencia de la noticia en sí. Es decir: la ocupación de plazas en el estado español no fue noticia hasta el 18 de Mayo, pese a iniciarse el día 16, dos días antes. De hecho, en la Gráfica 6.4 vemos reflejado el primer desalojo de la acampada en Puerta del Sol el día 16 de Mayo. Por lo tanto, la noticia se consideró noticia a posteriori, cuando los lemas ya habían saltado de las pancartas a la red. Sirva la Imagen 6.11 como ejemplo. En ella,

el lema [134] es reflejado en un tweet, con la adición de los *hashtags* #spanishrevolution y #acampadasol, el día 17 de Mayo de 2011.



Imagen 6.11: [134] “Error del sistema”

Fuente: <https://twitter.com/borjiviri/statuses/70594977696186368>

La prueba de que existe un nexo instrumental que sitúa el origen de la pancarta no se encuentra únicamente en el empleo de *hashtags* acompañando al lema –lo cual denota una estrategia de difusión clara en la red virtual- sino en el enlace ubicado en el tweet, concretamente entre el lema [134] y los *hashtags*. Dicho enlace nos redirige a un expositor de fotos virtual (ver Imagen 6.12). En él, se destaca la foto –obviamente realizada entre el 15 y el 17 de Mayo de 2011- de tres manifestantes sosteniendo una pancarta en la que se aprecia el lema [134] “Error del sistema” acompañado de un *hashtag*, concretamente #spanishrevolution.



Imagen 6.12: Captura de pantalla de link asociado al link presente en la Imagen 6.11

Fuente: <http://lockerz.com/s/102501202>

La intencionalidad, por ello, parece presente en la generación de una cartelería. En pleno siglo XXI, cualquier dispositivo móvil se encuentra equipado con una cámara de fotos, y es cada vez más habitual que las tarifas de los servidores telefónicos incluyan una suscripción a internet. Por ello, la intención de muchos de los manifestantes, al menos aquellos que crearon pancartas como la que podemos apreciar en la Imagen 6.11, parece ser la visibilidad. Una visibilidad no solo de cara a potenciales receptores en la vía pública o en la red virtual, sino una visibilidad entendida como clásica mediante la *presentificación* en los medios de comunicación. Los medios de impacto visual, como la televisión o la prensa escrita, fueron el objetivo preferente. La interpretación a posteriori de los medios de comunicación, como relata Pinilla García (2011: 201) en un apunte que merece la pena ser rescatado, depende de la situación sociopolítica en conjunción con el sesgo ideológico de cada medio:

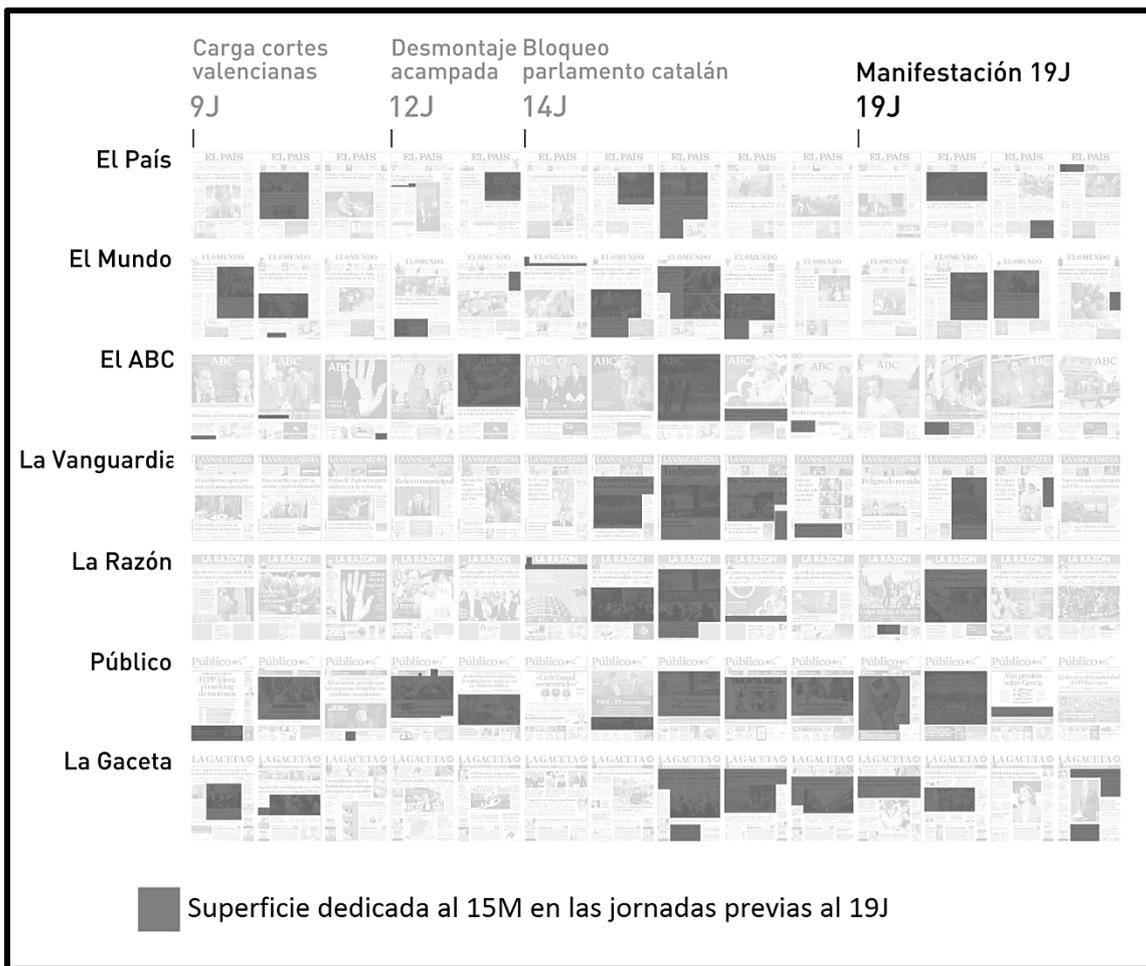
“en una descripción del movimiento –exponiendo sus ideas, relatando la logística seguida para construir el campamento, narrando el día a día del mismo–, El País alude fundamentalmente a sus repercusiones en materia electoral, haciendo continuas referencias a la situación del PP valenciano –acosado por la corrupción que los indignados denuncian– y reproduciendo las declaraciones de destacados líderes provinciales de los principales partidos (PSOE, PP, IU) donde éstos intentan atraerse el apoyo de los “indignados”. En resumen, El País valora el 15-M en clave electoral y El Mundo, aún relacionando el movimiento con las inminentes elecciones, acentúa su carácter de movilización política transformadora cuyo final resulta tan incierto y nebuloso como su inicio”

Pese a que hemos visto que los índices de popularización de un evento mediante las TIC pueden condicionar la difusión de noticias a corto plazo, también tenemos indicios –como los presentados por Pinilla García (2011)- de que siempre existirá un sesgo ideológico no solo en la campaña de información del movimiento social (Voloshinov: 2009) sino en la interpretación de los medios. No obstante, no parece haber una capacidad manifiesta de los medios de comunicación tradicionales para no hacer referencia a aquello que se publicita mediante la red, al menos en la prensa escrita. Esto ya fue apuntado por Carvajal Rivera (2008: 107) en el seno de su investigación acerca del tratamiento informativo de los atentados del 11M por parte de la prensa escrita en España:

“la prensa escrita en general no cuenta en su organización interna con protocolos de actuación precisos frente a situaciones complejas, de crisis social y sobre todo de orden

político, sino con procedimientos generales que pueden afectar su rol natural de informadores acreditados y de orientadores responsables de la opinión pública, entendiendo que su misión es actuar como asesores independientes para sus lectores que, como ha quedado comprobado por la alta demanda periodística en los días del 11-M, buscan en sus páginas saber lo que ocurre y qué opinan los propios periódicos sobre ello”

En cierto sentido, las situaciones de crispación social y la generación de noticias no esperadas en lo sociopolítico al margen de lo programado y/o anunciado por las instituciones parecen atraer de una manera súbita pero variable a la prensa escrita. Tal vez a través de una interpretación similar los creadores de lemas como [590]“...y esto es sólo el principio #15M #19J” insistieron con la adición de un instrumento aparentemente efectivo en la confección de sus carteles. A tenor de lo expresado en la Gráfica 6.5, este recurso –contar con lo virtual en la esfera física para poder llevar lo físico a la esfera virtual- siguió funcionando a corto plazo, pues esto conllevó una dosis de visibilidad en los medios generalistas y, posiblemente, un incremento en las posibilidades de adhesión.



Gráfica 6.5 Movimiento 15M y en las portadas de periódicos generalistas españoles del 9 al 19 de Junio de 2011.

Fuente: Numeroteca [online] disponible en http://numeroteca.org/wp-content/uploads/2011/11/15m-22j_6.png

Por ello, todo parece indicar que sí se puede trazar una línea entre la comunicación visual masiva ejecutada mediante la exposición de carteles en plazas españolas y los medios de comunicación. En ella encontraríamos el tránsito necesario entre ambos puntos de origen y destino en la red social Twitter y en determinadas plataformas accesorias para la disposición de material visual y audiovisual –sirvan Lockerz o la plataforma de vídeos Youtube como ejemplos. Estos tres puntos parecen constituir aquello que apuntábamos al principio de la sección: conductos o poros generados en las paredes del movimiento 15M entendido como representación de un sistema abierto. La tendencia de esta

idealización de un determinado sector de la opinión pública no es otra que la expansión mediante la interacción con aquellos sectores de la opinión pública que se encuentran en principio apartados del núcleo del movimiento. Y la mecánica parece regirse por un principio simple: la obtención de información visual en la calle y la difusión hacia el resto de la opinión pública, redes virtuales mediante, de parte de la información expuesta en carteles.

Veamos en la sección 6.1.3 qué consecuencias sobre el tejido social parecen generarse del empleo de la red social Twitter como generador de un Flujo de Salida.

6.1.3 Twitter, Flujo de Salida e influencia en el tejido social

Como hemos descrito en las anteriores secciones, el lenguaje persuasivo se encuentra implícito en la comunicación visual mediante carteles y su difusión a través de la red. El establecimiento de cierto tipo de comunicación bidireccional mediante la integración no solo de lo físico –el cartel- en la esfera virtual –el *tweet*- sino de lo virtual en lo físico –la colocación de *hashtags* en la cartelería- implica la apertura de poros en las paredes del sistema en forma de vías comunicativas. Difundir cierta información para convertirla en noticia y forzar así su difusión a través de los medios convencionales ha sido una estrategia que, atendiendo a los recientes acontecimientos en los países de la Liga Árabe, no ha sido inventada por el movimiento 15M, sino más bien empleada. Analizando el historial de Twitter compilado por Kate Bussmann (2011), las revueltas en Egipto se revelan como la primera puesta en práctica de este tipo de estrategia como piedra angular de un proyecto de movilización social. Esta estrategia, espoleada por los acontecimientos de naturaleza similar acontecidos en Túnez, fue combatida por las autoridades del régimen depuesto de Hosni Mubarak. La búsqueda de la perpetuación de esta herramienta virtual de difusión y la subsecuente asunción de la importancia de la misma es retratada en la obra *The Twitter Year* (2011):

“Inspired by the Tunisian demonstrations that succeeded in ousting 23-year dictator Zine el-Abidine Ben Ali from power on 14 January, ordinary Egyptians began to realize they might be able to do the same. Beginning on 25 January, thousands of protesters flocked to the aptly named Tahrir [liberation] Square calling for resignation of Hosni Mubarak, who had

been president for four decades. The government responded with violence that left more than 300 people dead. They also shut down access to social media networks, including Twitter (which protesters were using to organize), mobile phone networks and all Internet service providers, bar the one used by the stock exchange. Protesters managed to tweet anyway, by calling in messages to friends abroad or trading an interview with foreign media for time on their satellite links” (Bussmann, 2011: 26)

A tenor de las estrategias de negociación de los manifestantes egipcios para obtener acceso a Twitter relatadas en la anterior cita, el movimiento de protesta egipcio concibió la existencia de este medio de transmisión de información como la oportunidad de llevar a cabo dos funciones: informar acerca del desarrollo de eventos y persuadir del apoyo al movimiento de protesta.



Imagen 6.13: Ejemplo de *tweet* informativo emitido en las revueltas egipcias.

Fuente: <https://twitter.com/3arabawy/status/36076960090161154>

La función informativa que se puede apreciar en la Imagen 6.13, correspondiente al *tweet* de un activista egipcio emitido el 11 de Febrero de 2011, relata un acontecimiento en la plaza de Tahrir: “los protestantes están volando cometas a gran altura para hostigar a los helicópteros militares”. De un modo similar, el *tweet* reflejado en la Imagen 6.14 informa sobre una petición efectuada por la organización de la Acampada Sol. Si bien en ambos casos se expresa cierto sesgo ideológico – el emoticono “:D” y la interjección “¡Bien por la organización!” son muestras de una cierta significación de los emisores con los movimientos de protesta- la principal función comunicativa presente en los mensajes es la informativa.



Imagen 6.14: Ejemplo de *tweet* informativo emitido en las protestas del 15M.

Fuente: <https://twitter.com/palzaga/status/71517735284244480>

La función informativa se evidencia lógicamente en este tipo de contextos: eventos noticiables en un contexto tecnológicamente propicio provocan la necesidad de compartición de la vivencia. De

acuerdo con la investigación de Gutiérrez Atala y Zurita Arriagada (2012: 38), de esta coincidencia surge el concepto de la e-conciencia:

“Así aparece la e-conciencia, una habilidad cognitiva donde el usuario comprende el papel de las TIC en la sociedad de la información. Se refiere a la familiaridad que tiene una persona con estas herramientas, vale decir, si sabe que pueden ser perjudiciales o benéficas. Este concepto se basa principalmente en el entendimiento del conocimiento como insumo de valor que se enriquece cuando se comparte.”

La segunda función es la que caracteriza al corpus de este trabajo y, consecuentemente, al subcorpus. El motivo de esta predominancia se encuentra principalmente en la naturaleza del mismo: un subcorpus generado a partir de una cartelería.



Imagen 6.15: Ejemplo de *tweet* con intención persuasiva emitido durante las protestas de 2011 en Egipto

Fuente: <https://twitter.com/mosaaberizing/status/35355767469113344>

Partiendo de los ejemplos dispuestos en la Imagen 6.15 y 6.16, parece demostrarse en un momento anterior al 15M la intencionalidad mencionada en la sección anterior: introducir la

información emitida mediante un cartel tangible en la esfera virtual para generar adhesiones a través de conductos comunicativos. Efectivamente, esta función propagandística no es exclusiva del movimiento 15M. Sus integrantes, a tenor de la casuística, imitaron no únicamente el uso de las redes sociales como herramientas de difusión de información, sino también la estrategia propagandística de los protestantes egipcios.



Imagen 6.16: Captura de pantalla de link asociado al link presente en la Imagen 6.15

Fuente: <http://yfrog.com/gyyoigi>

Esta imitación de estrategias de difusión de información puede relatarse con el concepto de “meme”, desarrollado por Richard Dawkins, quien plantea el mecanismo de copia de ideas fructíferas como una fuente de herencia más allá de la biológica:

“un nuevo tipo de replicador ha surgido recientemente en este mismo planeta. Lo tenemos frente a nuestro rostro. Se

encuentra todavía en su infancia, aun flotando torpemente en su caldo primario, pero ya está alcanzando un cambio evolutivo a una velocidad que deja al antiguo gen jadeante y muy atrás” (Dawkins, 1997: 251)

Si esta idea –la de conjugar dos esferas comunicativas en un principio antagónicas como la física y la virtual- resulta fructífera y por ello se replica, es por la capacidad para generar en una audiencia masiva una imagen interna de fuerte impacto. La generación de este tipo de imágenes constituye uno de los puntales del lenguaje persuasivo, especialmente en aquel que se difunde de manera masiva. La percepción de aquello difundido en unas condiciones de alcance elevado (por ejemplo, en directo por la televisión en *prime time*) tiene un mayor alcance a nivel emocional que aquellas difusiones de un alcance restringido:

“Aunque nuestras imágenes internas no siempre son de naturaleza individual, cuando son de origen colectivo las interiorizamos tanto que llegamos a considerarlas imágenes propias. Por ello, las imágenes colectivas significan que no solo percibimos el mundo como individuos, sino que lo hacemos de manera colectiva, lo que supedita nuestra percepción a una forma que está determinada por la época.” (Belting, 2007: 15)

Tomando como premisa que un medio de comunicación de masas genera una imagen colectiva, hemos de presumir que si el medio informa y persuade en tiempo real, la imagen colectiva tendrá un alcance mayor. Si además de la contundencia de esta imagen colectiva tenemos en cuenta la suma del empleo de medios tradicionales de comunicación visual y la entrada en liza de nuevos

medios de difusión de un mensaje de impacto, obtenemos que esta mezcla recursiva posee una propiedad de autorreplicación difícil de medir. Esta propiedad, según describe Torres Nabel (2009), se fundamenta en el desarrollo de una visión del mundo como conjunto que insta a quienes se mantienen fuera del sector activo de la opinión pública a implicarse:

“Este mismo mecanismo parece operar en los acontecimientos implicados en twitter. Una primera hipótesis al respecto explica él como a partir de un tópico discutible y sobretodo un tópico con cierto grado de popularidad, en este caso dada por la misma aplicación, determinándolo como “tema en boga” (trend topic), se produce un efecto de contagio en los usuarios, al verse influenciados a participar de dicho tema hasta volverlo un acontecimiento; evidentemente esto no pasa con todos los trend topics, solo algunos logran tener cierto grado de consecuencias.” (Torres Nabel, 2009: 68)

Efectivamente, el efecto de contagio mencionado por Torres Nabel es la consecuencia más destacable de las redes sociales en general y de Twitter en particular. Este mecanismo de contagio parte del enfoque del estudio de la sociedad como conjunto de redes, y mediante él se explican los ejercicios de transmisión de información y de influencia, concepto inextricablemente ligado a la persuasión que hemos mencionado caracteriza al corpus y subcorpus de este trabajo. Este mecanismo de contagio es sistematizado en el estudio de Torres Nabel acerca del impacto de Twitter en la vida política mexicana. Sus aspectos constitutivos son tres según el citado estudio: la capacidad de contacto del emisor, la disonancia cognitiva dirigida al receptor y un contexto en situación de desestructuración:

“el mecanismo de contagio parece constituirse a partir de tres aspectos clave (Gladwell, 2000): 1. los transmisores del mensaje, se trata de actores de una red social que tienen mayores contactos sociales, una posición estructural privilegiada, mayor carisma personal y que deja sentir su influencia. 2. el agente infeccioso, el mensaje de todo contacto social debe implicar una disonancia cognitiva (Festinger, 1957), lo cual crea una explosión emocional que provoca, la dominación de ellas por el raciocinio. 3. el contexto, este debe de estar caracterizado por el desequilibrio estructural, definido como grado de anomia, el cual se constituye con un entorno carente de respeto a las reglas de intercambio social y más profundamente de deficiencia en la constitución de las reglas mismas (Goertzel, 1994). En el caso de los acontecimientos ocurridos en twitter se cumple con estas tres características para que se diera el contagio” (Torres Nabel, 2009: 68)

Adaptando lo propuesto por el citado estudio sociológico, podemos tratar de establecer una analogía entre los tres aspectos clave propuestos por recogidos en él y los que generaron y condicionaron el contagio en las redes del movimiento 15M. En primer lugar, la capacidad de contacto del emisor es alta no per se, sino tras invertir tiempo en difundir información y un mensaje con un marcado sesgo propagandístico. El empleo del *hashtag* de promoción de cuentas #FF⁶⁹ y la cortesía de la que se parte en este tipo de redes sociales favorece que el abanico de contactos sea generalmente creciente. El ejemplo apreciable en la Imagen 6.17

⁶⁹ “#FF: Follow Friday. When users often recommend other users to their followers. Sometimes also written out as #followfriday” (Bussmann: 2011)

resulta ilustrativo de lo que supone una campaña de promoción en la red (A) y la consecuencia en forma de recomendación mediante un *hashtag* que forma parte de la mecánica de cortesía de Twitter (B).



Imagen 6.17: Tweet generado por cuenta dependiente de @democraciarealya (A) y tweet posterior de promoción de seguimiento de @democraciarealya y #15M (B)
Fuente: <https://twitter.com/dryvalladolid/status/67550947102044160> (A) y https://twitter.com/alejandra_abad/status/68999909583491072 (B)

En segundo lugar, el empleo de una disonancia cognitiva no solo en la generación de buena parte del corpus sino también en la confección de lemas ajenos a él ha quedado retratado con anterioridad. Su efectividad reside en la necesidad de una resolución de la citada disonancia a partir del estímulo cognitivo emitido en origen. Tras la generación del mensaje, “El propagandista despierta sentimientos de disonancia (...) A continuación, el propagandista ofrece una solución, una manera de reducir la disonancia y recuperar nuestra autoestima: hacer una donación, votar a un líder que solucione el problema, etc” (De Santiago Guervós, 2005: 29). En

tercer y último lugar, el contexto desestructurado mencionado por Torres Nabel (2009) se da por sentado en una situación de crisis económica que afecta con porcentajes elevados de desempleo y todas sus consecuencias al ciudadano medio. A este respecto, Voloshinov (2009) advertía de las posibilidades adaptativas de la comunicación visual en entornos sociales problemáticos. A tenor de lo expuesto en esta sección, la movilización social y el uso de comunicación visual en su seno han experimentado una adaptación a las nuevas posibilidades de difusión en los últimos tiempos. Los mecanismos empleados en el caso de Xiamen (ver 2.2.2.1) y más recientemente en Egipto y el resto de países de la Primavera Árabe son la confirmación de esta creciente adaptabilidad. El movimiento 15M resulta otro ejemplo similar como se tratará de demostrar en los siguientes capítulos.

Si bien podemos intuir esta relación, bien es cierto que la fidelidad descriptiva se alcanza precisamente mediante el estudio exhaustivo y detallado. Para analizar el potencial de contagio de la comunicación visual del movimiento 15M y discernir los factores que convierten al mensaje contenido en una pancarta en una información atractiva susceptible de ser compartido, es conveniente atender al análisis anatómico del corpus en su conjunto. En él, se establecerá un resumen descriptivo de las características de los 620 mensajes conformadores del corpus en su conjunto que servirá como base para formular un perfil conjunto. A posteriori, se analizará la población del corpus trascendida a la red social Twitter, y se establecerá un perfil concreto de ese segmento que denominamos subcorpus. A través del contraste de los dos perfiles anatómicos y del estudio de la trascendencia virtual durante el primer año de vida del

movimiento 15M, perfilaremos las dinámicas de expansión de este sector crítico de la opinión pública. Todo este proceso será abordado en las siguientes secciones del capítulo 6.

6.2 Estudio anatómico del corpus como Flujo de Entrada

A la hora de establecer un perfil conjunto de los 620 lemas que aparecen en el corpus, se han tenido en cuenta los siguientes niveles de análisis: fonético, sintáctico, semántico, léxico y retórico. El nivel de estudio gráfico –mediante el cual podríamos analizar el grosor y color del trazo empleado en los carteles- y el nivel de análisis del empleo de la imagen han quedado excluidos del establecimiento del perfil del corpus.

El motivo por el que se atienden a las cinco categorías incluidas en el perfil anatómico y por el que se excluye cualquier análisis de naturaleza gráfica es por la naturaleza generadora del subcorpus: si se está tratando de establecer un perfil de los procesos comunicativos entre el medio físico y el medio virtual, aquellas características no transmisibles de un medio a otro no servirán para establecer un perfil coherente de coincidencias entre un medio y el otro.

Las descripciones y perfiles estadísticos de los cinco niveles de análisis establecidos en este trabajo están sustentados sobre un estudio exhaustivo por niveles, estudio realizado lema por lema. Estos análisis de marcación no se han dispuesto a lo largo de la versión impresa de este trabajo debido a motivos de extensión, pero pueden ser consultados en los archivos de Excel dispuestos en el soporte digital adjunto a este trabajo. Las instrucciones de consulta y las convenciones empleadas se encuentran dispuestas en el Apéndice 3.

6.2.1 Nivel fonético

A la hora de analizar la presencia de la fonética en el corpus, ha de atenderse principalmente a dos factores: el uso de las mayúsculas o minúsculas y el empleo de signos de interrogación y/o exclamación en los lemas presentes en el corpus.

No obstante, la primera característica se encuentra dentro de los factores no transmisibles desde el medio físico que supone la pancarta hasta el medio digital, donde los lemas se difunden a través de la plataforma Twitter. Los cánones de escritura establecidos en la red admiten ciertas peculiaridades y otorgan a la escritura en mayúscula ciertas denotaciones de descortesía. En cualquier manual de *netiquette* o convenciones de escritura en la red se aprecia la insistencia en el uso de las letras minúsculas. Como Mendoza (2006) recuerda en su manual de estilo online, “Las letras MAYÚSCULAS se pueden usar para sustituir acentos o para enfatizar, pero NO escriba todo en mayúsculas pues esto se interpreta en la red como que ¡USTED ESTA GRITANDO!”. Por ello, y pese a que la alternancia entre la minúscula y la mayúscula en la cartelería del corpus merece una revisión, debemos tener en cuenta que el uso de las mayúsculas no puede establecerse como un condicionante o Atractor Potencial en el análisis que proponemos, dado lo forzoso de su transformación por una cuestión de estilo en la red.

No obstante, la predominancia del uso de la letra mayúscula en eventos comunicativos de la naturaleza del que nos ocupa arroja una contradicción si atendemos a un factor como es la legibilidad. Como en cualquier tipo de evento de protesta, la letra mayúscula es

mayoritariamente empleada. Sin embargo, atendiendo a su alto contenido en trazos ascendentes y descendentes, la letra mayúscula ofrece menos facilidades a la legibilidad, ante todo en mensajes largos.

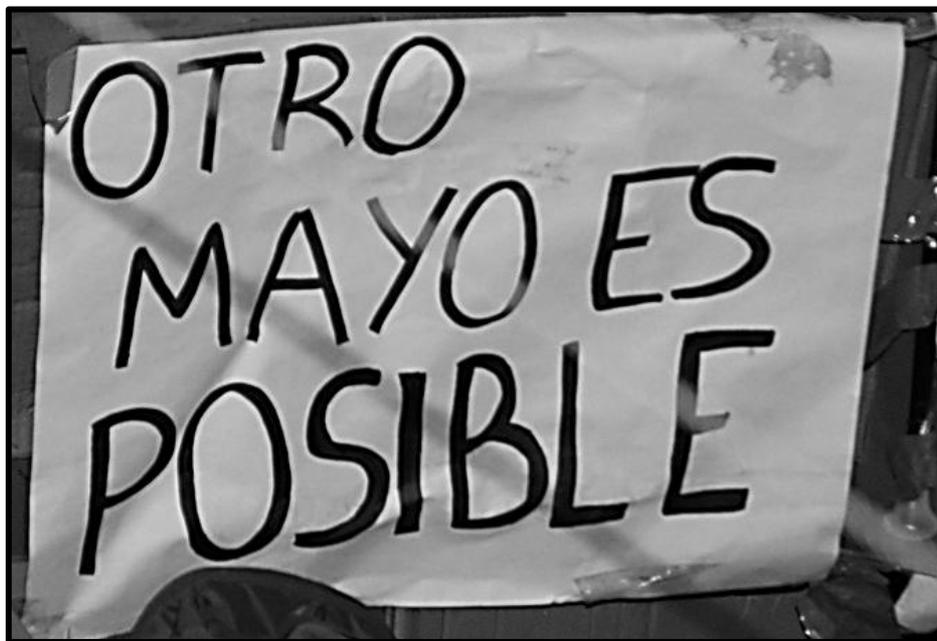


Imagen 6.18: [388] “Otro Mayo es posible”
Fuente: corpus.

El experto en diseño y desarrollo web Luciano Moreno (2004) recuerda que el uso de un tipo de fuente u otro está estrechamente relacionado con la extensión del mensaje a emitir:

“las mayúsculas son mucho más difíciles de leer que las minúsculas, por ello no son recomendadas para textos largos sino para palabras sueltas. Su capacidad de resaltar dentro de un texto le hacen un recurso muy valioso para captar atención sobre un elemento de información” (Moreno: 2004)

El empleo integral de la mayúscula en carteles o pancartas suele denominarse Estilo Romano, dado que este uso es análogo al dado por el Imperio Romano a los caracteres capitales. Dada la

distancia que media entre el diseño de cualquiera de estos carteles inscritos en piedra y el concepto actual de ergonomía visual, resulta poco habitual contemplar mensajes extensos escritos en mayúsculas. siendo habitual estampas como las presentadas en la Imagen 6.18 y la Imagen 6.19. Ambas suponen un ejemplo acerca del empleo de las mayúsculas en mensajes cortos, y de las minúsculas reservado a producciones más extensas. La contundencia y la legibilidad parecen ser los dos principales condicionantes a la hora de emplear caracteres de un tipo u otro.



Imagen 6.19: [494] "Si los políticos hacen el payaso, los payasos tendremos que hacer política"
Fuente: corpus.

También podemos inferir que las características gramaticales de cada lenguaje en particular pueden contribuir a la preferencia de uso de una de las dos modalidades tipográficas sobre el otro. La producción en lengua española, al igual que otras lenguas románicas

como el portugués, italiano, francés o catalán, admite un uso habitual de la subordinación. Por el contrario otras lenguas, generalmente de origen germánico, se caracterizan por una extrema reducción de ítems léxicos en el conjunto de la oración. Es en las comunidades de uso de esas lenguas donde el empleo de las mayúsculas en este tipo de carteles está más generalizado, algo apreciado por tipógrafos como Paul Renner:

“el hecho de que la composición en escritura romana antigua nos resulte hoy día algo extraña y solemne no necesita explicación; lo asombroso es que se use de modo cotidiano en los países de habla inglesa, sobre todo en la propia Inglaterra. Allí se considera especialmente legible, atendiendo a la brevedad de las palabras en ese idioma y al hábito generalizado de utilizarla”. (Renner, 2000: 27-28)

Sin embargo, no debemos olvidar el motivo por el cual el uso de los caracteres mayúsculos está enmarcado dentro del terreno del análisis fonético: el énfasis o el grito escrito. Las productoras de la pancarta visible en la Imagen 6.20 muestran el lema [329] “No hay pan p’a tanto chorizo”. Este lema es conciso y ha resultado uno de los coreados durante las manifestaciones que han formado parte del calendario del movimiento 15M. Por ello se puede considerar que bien pudieran haber realizado este cartel teniendo en consideración –no necesariamente de un modo inconsciente- la citada relación entre la tipografía mayúscula y el grito. La mutación de la preposición “para” hacia su forma vulgar “p’a” favorece un recorte silábico que ayuda a encajar el lema en un patrón rítmico 4x4, clásicamente empleado en las marchas de protesta.



Imagen 6.20: [329] “No hay pan p’a tanto chorizo”
Fuente: corpus

No obstante, hemos de tener en cuenta que el empleo de las mayúsculas como énfasis o grito escrito no es exclusivo de pancartas o comunicación electrónica, sino que la deformación gráfica del mensaje escrito ha sido recurrente en ciertas subdisciplinas artísticas e incluso por algunos autores literarios de contrastada tradición e influencia. Por ello, el empleo de la mayúscula – independientemente de que su uso no sea restringido ni posea una serie de convenciones que se respeten más allá de la esfera virtual– puede ser considerado como medianamente habitual:

“por supuesto, la deformación del texto para comunicar oralidad no es un recurso exclusivo del chat, en la literatura también hay múltiples ejemplos (Lawrence, Steinbeck, Joyce, y un largo etcétera), y en otros medios como el cómic su utilización es muy común” (Yus, 2010: 185-186)

La otra herramienta de énfasis escrito al margen del uso de las mayúsculas que sí puede ser constatada y considerada como valor

anatómico en este estudio –en tanto que es trascendente en un sentido virtual- es el uso de la exclamación. Hay que recordar la naturaleza tonal del carácter dual “i/!”, que no puede ser transcrito fonéticamente *per se* pero que varía el tono de la oración comprendida entre ambas variantes (o de la sentencia precedente en el caso de lenguas que únicamente emplean la acotación final “!”). El uso de estas marcas es denotativo de cierto grado de apelación en el acto comunicativo, en tanto que “la fuerza exclamativa está vinculada a la condición de sinceridad del acto de habla” (Alonso-Cortés, 1999: 43). Por ello no es impropio situar tal recurso al nivel del uso de la mayúscula, documentado como recurso pseudo-fónico en manuales de convenciones escritas en la red.

En el corpus encontramos un total de 59 casos de marcación a este respecto. Esto es, 59 casos de los 620 posibles –lo que supone un 9,52% del total- incorporan la exclamación en cualquiera de sus variantes: simple ([031] “¡Basta!”), múltiple ([018] “Anem espai, ¡¡perque anem lluny!!!”, [316] “No ah los rreqortes hen ehdukacion ¡¡Que le recorten al borbón!!”), como convención extranjera contextualizada ([405] “Peoples of Europe, rise up!”) o como convención extranjera asimilada a la lengua propia ([434] “Prensa libre!!!”).

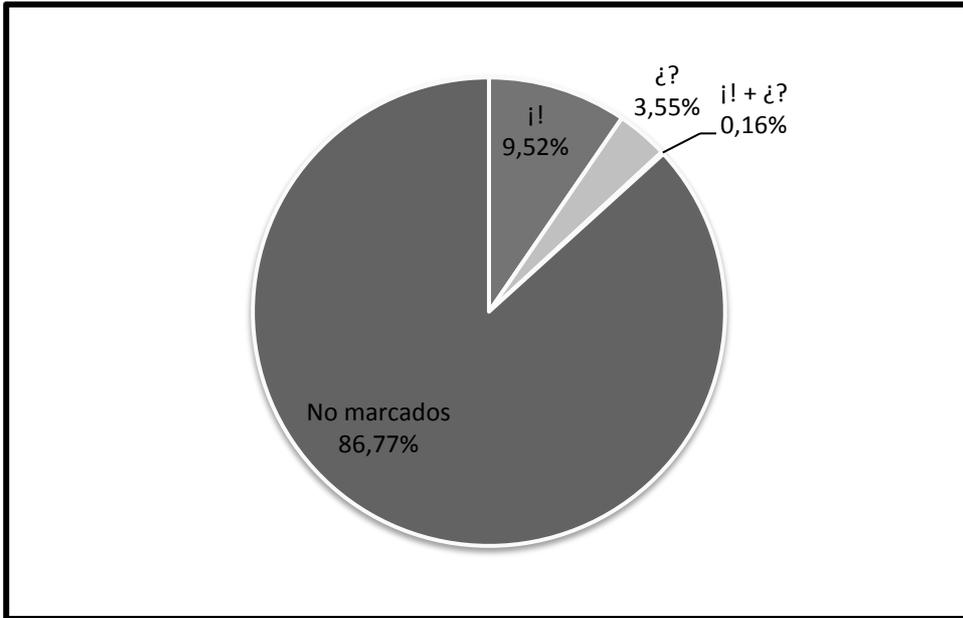
Dada la naturaleza de variación tonal cuya intencionalidad podemos captar en los 59 casos marcados como uso de la exclamación, en este estudio también se ha contado con el uso de la marca de interrogación “¿/?” como una marca fonética. De acuerdo con Alonso-Cortés (1999: 62), existen paralelismos entre las líneas de entonación exclamativa e interrogativa. A través de estas similitudes entre ambas entonaciones, y por tanto de ambos usos en

la escritura, podemos justificar la consideración que otorgamos al uso de la marca de interrogación:

“esta línea melódica tiene en común con la entonación interrogativa pronominal el descenso del cuerpo de la línea melódica, y su final grave. El paso de la oración interrogativa a la exclamativa resulta natural. No es extraño que haya casos intermedios entre exclamativas e interrogativas pronominales, y que una pregunta pueda ser simultáneamente exclamativa”

Dentro del corpus encontramos únicamente 22 casos de uso de la interrogación (un 3,55%) como recurso de énfasis. Entre ellos predomina la variante simple ([056] “¿Cri\$í\$? ¿Qu€ cri\$í\$?”, [390] “¿Para esto lucharon nuestros abuelos?” o [492] “Si la política es un chiste, ¿por qué no nos hace gracia?”) pero también encontramos casos aislados de uso como convención extranjera contextualizada ([585] “Who watches the watchmen?”) o como convención extranjera asimilada a la lengua propia ([567] “Vas a esperar a que todo cambie o a luchar por ello?”), si bien estos dos casos resultan todavía más marginales en términos cuantitativos.

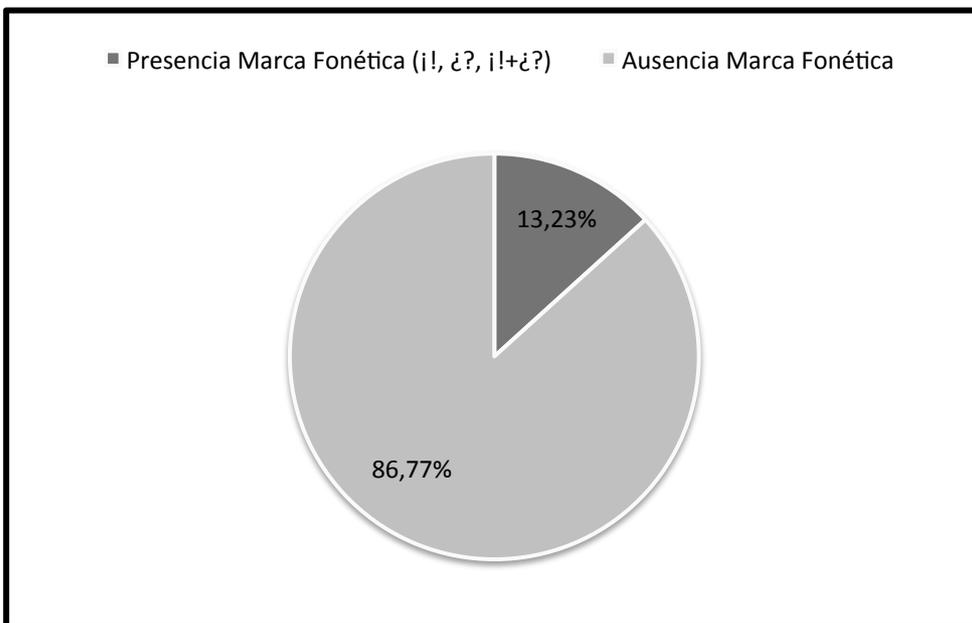
Por último y como consecuencia lógica, también se ha considerado como marca fonética el uso combinado de marcas de exclamación y de interrogación, no en la misma sentencia sino en el mismo lema. Únicamente se da un caso en todo el corpus, siendo el lema [082] “¿Demócrata? ¡No te calles! A la calle” el único exponente. El porcentaje es ciertamente anecdótico e irrelevante: 0,16%.



Gráfica 6.6 Perfil fonético por marcas.

Fuente: elaboración propia

El perfil estadístico puede verse resumido en la Gráfica 6.6. En ella comprobamos el uso minoritario de la recursividad fonética de manera jerarquizada: la marca de exclamación habitual es la más recurrente en el corpus de este trabajo frente a la interrogación.



Gráfica 6.7 Perfil fonético agrupado.

Fuente: elaboración propia

En la Gráfica 6.7 apreciamos el perfil estadístico que contribuirá a establecer el perfil del corpus en la sección 6.2.6. En ella, se agrupan las tres categorías de marcación para obtener un baremo total de la marcación frente a la no marcación en términos fonéticos. La recursividad total no es excesivamente trascendente, con un 13,23% del total.

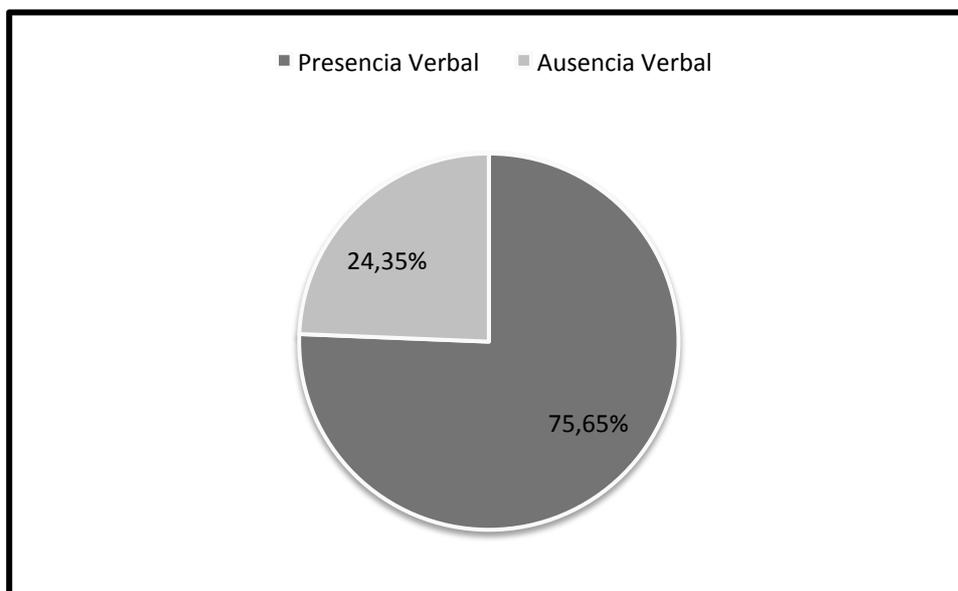
No obstante, y pese a la aparente poca presencia estadística del empleo de la marcación fonética en los lemas que conforman el corpus, no debemos denostar ni esta ni ninguna otra característica del perfil anatómico. En este sentido, la poca presencia en términos cuantitativos no tiene por qué implicar necesariamente una irrelevancia a nivel cualitativo. El carácter descriptivo de esta investigación y el hecho de que recientemente hayamos comenzado a establecer el citado perfil nos obliga a atender al resto de características del corpus. Tras la descripción de todos los niveles y de su contraste con las características del corpus trascendido a la esfera virtual –el subcorpus- estaremos en disposición de establecer qué características del corpus son relevantes o no de cara a su trascendencia hacia lo virtual.

6.2.2 Nivel morfosintáctico

6.2.2.1 Perfil flexivo: la marcación temporal

En aras de establecer un perfil morfosintáctico adecuado, atenderemos a un determinado aspecto más bien relacionado con la morfología⁷⁰: la flexión verbal. En concreto, la recurrencia de tiempos verbales. Por ello, esta sección se dedica a la descripción de la tendencia de uso de formas verbales de Pasado, Presente, Futuro o Formas No Temporales⁷¹, independientemente de si el empleo de estas formas resulta decisivo a la hora de establecer un perfil de trascendencia de cara a la red virtual o no.

En primer lugar, hemos de describir la presencia verbal dentro del corpus, la cual se aprecia mayoritaria en la Gráfica 6.8. Un 75,65% de los lemas (469 de los 620) posee al menos un verbo.



Gráfica 6.8 Recurrencia verbal.

Fuente: elaboración propia

⁷⁰ De ahí que el título de la sección sea "Nivel morfosintáctico".

⁷¹ Inclúyanse en esta categoría las formas de Infinitivo, Gerundio y Participio.

Toda vez descrita la preponderancia del uso verbal dentro del corpus, procedemos a describir la totalidad de la presencia verbal en el mismo. En el marco de esta investigación se determina que existen 813 formas verbales dentro de los 620 lemas. Su distribución proporcional queda reflejada en la Tabla 6.1, en la que apreciamos una mayoritaria recurrencia a las formas de Presente: un 67,40% del total con 548 casos. En segundo lugar dentro del orden de preponderancia, la recurrencia a Formas No Temporales. se produce en 198 casos con un 24,35% del total. La recurrencia a formas de Pasado y de Futuro resulta evidentemente más minoritaria.

Tabla 6.1: Recurrencia temporal total.

FORMA VERBAL	MARCAS	PORCENTAJE
Pasado	37	4,55%
Presente	548	67,40%
Futuro	30	3,69%
Formas No Temporales	198	24,35%
TOTAL	813	100%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Pese a la notable presencia de formas de Presente y Formas No Temporales (entre ambas suman un 91,75% de la casuística) en torno a las 813 formas verbales presentes en el corpus, podemos considerar que el análisis estadístico debe ceñirse a los lemas como muestras individuales. Esto es: realizar el análisis a partir de la consideración de que el corpus lo conforman 620 lemas, independientemente del número de formas verbales que los pueblen. Por ello, y pese a que los datos contenidos en la Tabla 6.1 son ciertamente representativos de un predominio de formas de dos categorías concretas, establecer una dimensión extra como “Formas Mixtas” otorga un poder descriptivo más ajustado a la realidad y a las necesidades de este trabajo. Del mismo modo en que añadíamos una categoría de marcación combinada en el perfil fonético (“i! +

¿?) e incorporábamos la posibilidad de tipificar sintácticamente como Unidades Complejas a aquellos lemas que incorporaran pausas totales y combinaciones sintácticas de diversa naturaleza, el análisis de la recurrencia temporal cuenta con “Formas Mixtas”. Esta categoría adicional es empleada para describir lemas como [o2o] “Apaga la luz, que la pago yo”, en el que se combinan formas verbales de distinto perfil temporal (el imperativo “Apaga” con la forma de Presente “pago”).

De acuerdo con esta adición dimensional de análisis, la cual nos permite discriminar aquellos lemas con uniformidad temporal de los que recurren a fuentes verbales de diversa naturaleza temporal, la casuística queda distribuida como podemos ver en la Tabla 6.2.

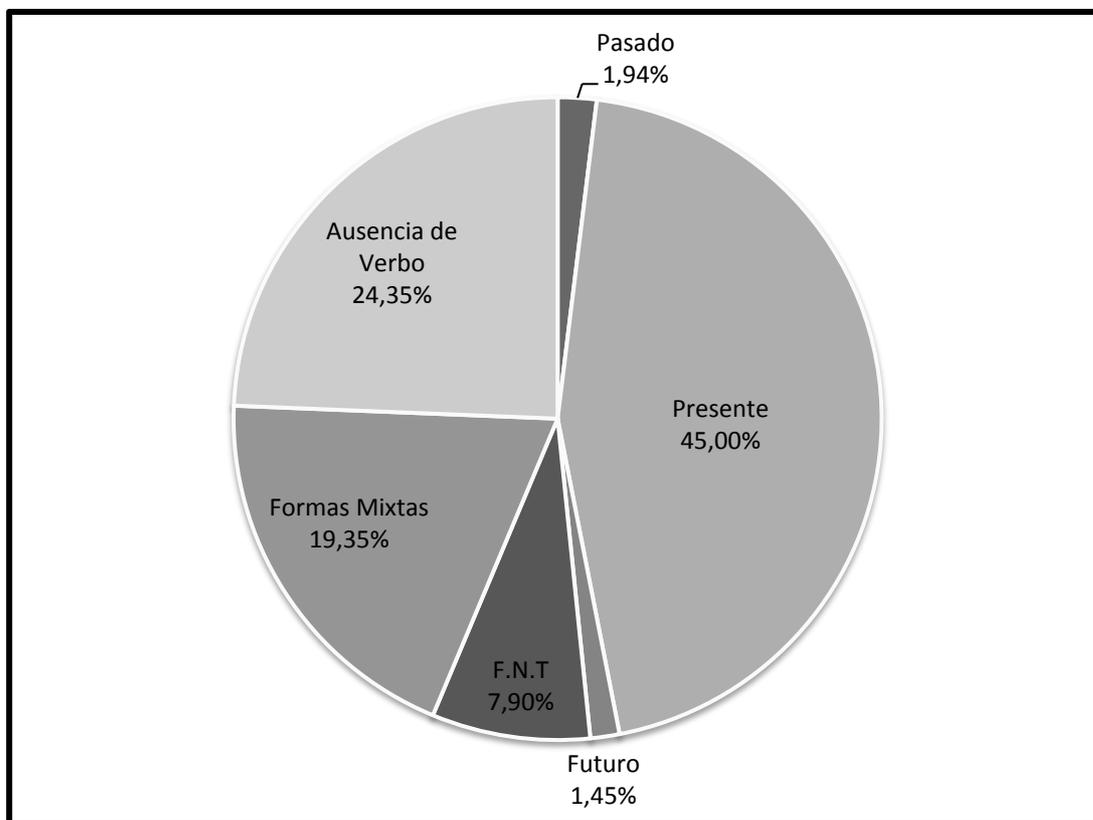
Tabla 6.2: Recurrencia temporal por lemas.

CATEGORÍA	CASOS	PORCENTAJE
Pasado 100%	12	1,94%
Presente 100%	279	45,00%
Futuro 100%	9	1,45%
Formas No Temporales 100%	49	7,90%
Formas Mixtas	120	19,35%
Ausencia de Verbo	151	24,35%
TOTAL	620	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia.

La distribución atendiendo a la incorporación de esta nueva categoría de marcación, si bien parece más atomizada, resulta más rica en matices: por un lado se incorpora a la estadística esta nueva dimensión descriptiva –la cual recoge la complejidad combinatoria en el uso de formas verbales- y por otro no discrimina el no empleo de formas verbales, el cual resulta cuanto menos significativo en un término porcentual. Recordemos que, atendiendo a la Gráfica 6.8, el no empleo de formas verbales no parecía demasiado significativo,

impresión que se relativiza contemplando la Gráfica 6.9, representación visual de la distribución numérica expresada en la Tabla 6.2.

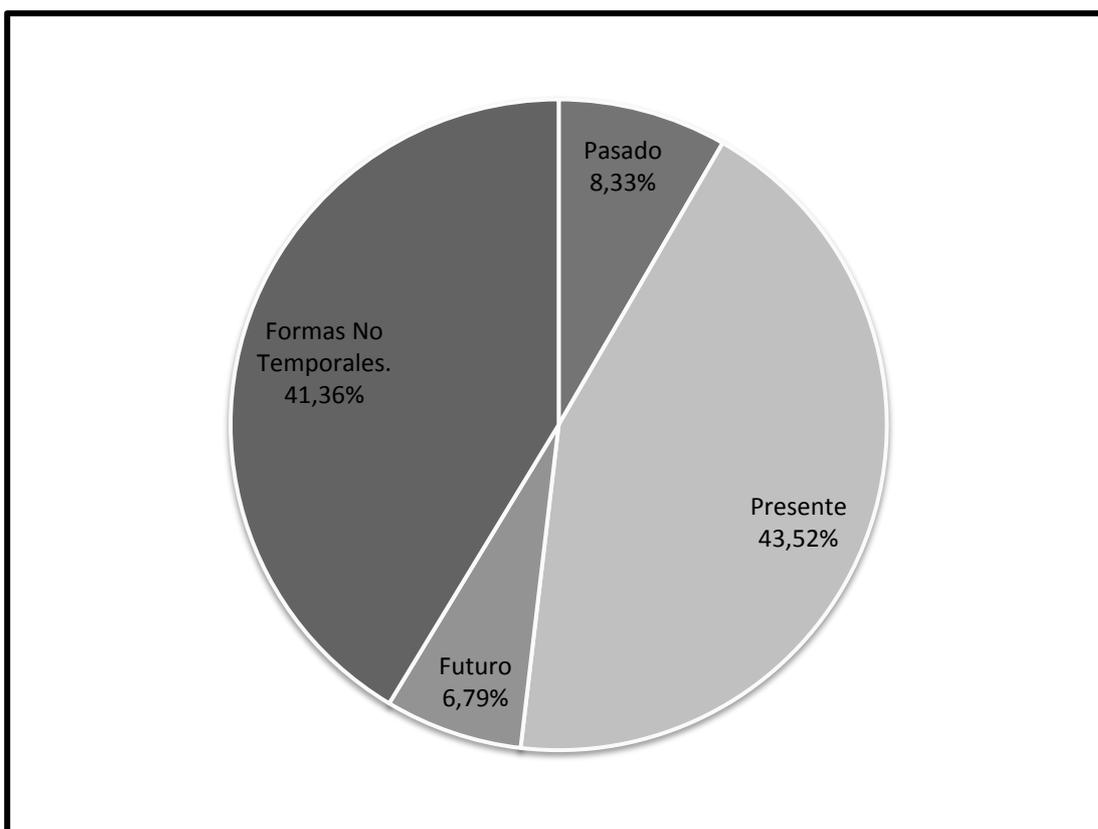


Gráfica 6.9 Recurrencia verbal por lemas.

Fuente: elaboración propia

Si el empleo de formas de Presente y Formas No Temporales (F.N.T en la Gráfica 6.9) resultaba mayoritario atendiendo a los 813 verbos presentes en los 620 lemas, la preponderancia de ambas categorías de marcación sigue siendo patente considerando la revisión temporal en torno a la totalidad del corpus, y no a los verbos como población estadística. No obstante, una revisión estadística de las 120 Formas Mixtas –en las que hay un total de 324 formas verbales- arroja el perfil distributivo de la Gráfica 6.10. El uso predominante de las formas de Presente y de las Formas No Temporales queda patente a través de la citada gráfica,

confirmándose estas dos tendencias como las predominantes, incluso dentro de una categoría de marcación híbrida.



Gráfica 6.10 Impacto temporal relativo en las Formas Mixtas.

Fuente: elaboración propia

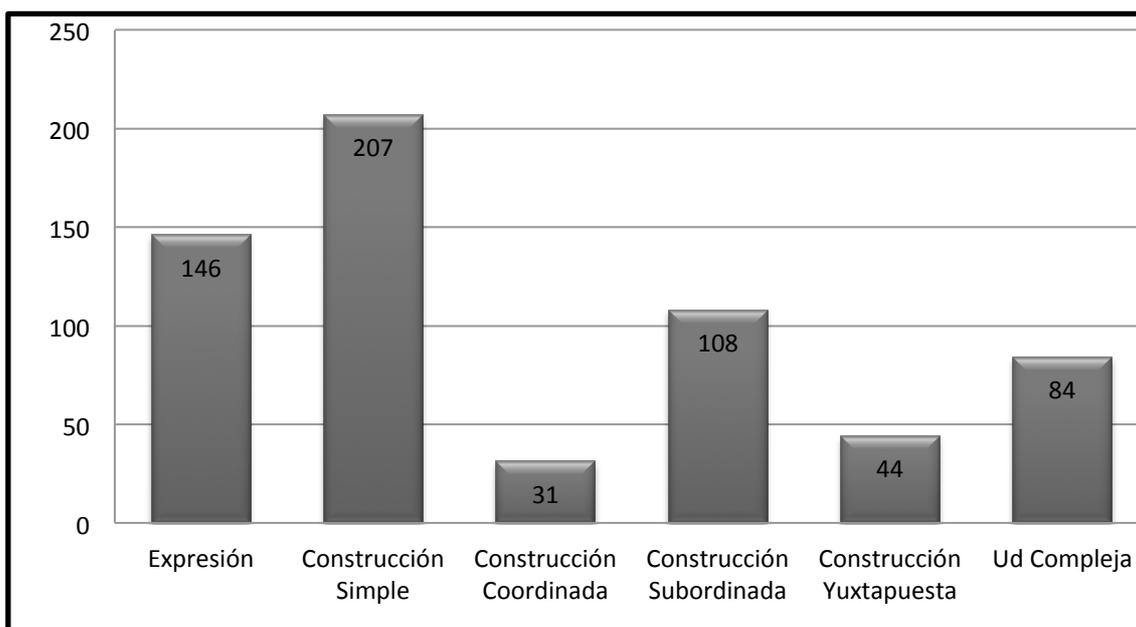
El volumen de tablas y gráficas expuestas en esta sección 6.2.2.1 es ciertamente más alto que el expuesto en las secciones descriptivas anteriores. No obstante, y pese a que los guarismos exhibidos en todas las Gráficas y Tablas de la presente sección contribuyen a dibujar un mapa descriptivo lo más exhaustivo posible, no todas las disposiciones de datos servirán para realizar una interpretación holística coherente del corpus. Para trabajar con cierta coherencia, como hemos mencionado en esta misma sección, emplearemos los datos que parten de la premisa del lema como unidad de análisis, y no del número de ítems presentes en conjunto, como los verbos. Por ello, los datos numéricos reflejados en la Tabla

6.2 y en la Gráfica 6.9 serán los tenidos en cuenta a la hora de establecer el perfil anatómico definitivo del corpus en la sección 6.2.6 de esta tesis.

6.2.2.2 Perfil sintáctico: análisis de la complejidad

En la sección 6.2.1 hemos establecido la relación habitual entre la escritura mayúscula y la sentencia corta. La contundencia del mensaje visual parece, por tanto, poseer mayor peso en la misma con respecto a factores como la legibilidad potencial.

La contundencia de un mensaje, sin embargo, puede ser cuantificada a través de diferentes niveles de análisis. El de la complejidad sintáctica es uno de ellos, y a través del mismo podemos establecer una relación entre la contundencia y bien el reduccionismo sintáctico o bien la fuerza emanada de construcciones sintácticas complejas.



Gráfica 6.11 Perfil sintáctico: coincidencias.

Fuente: elaboración propia

A la hora de analizar el corpus en un sentido sintáctico, se han creado seis tipos de construcciones sintácticas (ver Gráfica 6.11): Expresión⁷², Construcción Simple, Construcción Coordinada,

⁷² Dentro de este tipo de construcción sintáctica es aquella que presenta un grupo de palabras en el que no figura un núcleo verbal.

Construcción Subordinada, Construcción Yuxtapuesta y Unidad Compleja.

En cuanto a la definición de Expresión, hablamos de este tipo de ejemplos cuando se da una carencia de núcleo verbal, por lo que este tipo de construcciones “se conocen con el nombre de frases, y sus constituyentes son siempre palabras de índole nominal, esto es, sustantivos, adjetivos o adverbios y naturalmente cualquier otra categoría que funcione como ellas gracias a la transposición” (Alarcos, 1999: 456), aunque también podríamos hablar de elipsis verbal. No obstante, y dadas las controversias a la hora de definir toda estructura sintáctica que carece de un núcleo verbal, emplearemos el término “Expresión”. Dentro del corpus se dan 146 casos de este tipo, lo que supone un 23,55% del total de la casuística⁷³. Algunos ejemplos de este tipo de construcciones sintácticas en las que la complejidad alcanza sus cotas más bajas son lemas de un reducido número de ítems léxicos como [013] “Ahora o nunca”, [062] “Democracia” o enumeraciones como [273] “Más amor y menos ‘coentor’”. Esta es la segunda categoría de marcación más habitual en el corpus.

La segunda categoría de marcación o construcción sintáctica, la cual describe la presencia de Construcciones Simples en el corpus, es la más presente en el conjunto de 620 lemas del estudio. Un total de 207 casos para un 33,39% del total pueblan el corpus con un peso específico en el mismo. No en vano, uno de cada tres lemas está

⁷³ Que exista una diferencia entre los lemas que presentan una ausencia verbal (151 casos para un 24,35%) y los lemas que son calificados como Expresión (146 casos para un 23,55%) se debe a que existen casos marcados como lemas con ausencia verbal que, a su vez, son considerados Unidades Complejas dentro del perfil sintáctico por la existencia de pausas totales dentro del lema. Sirva el lema [032] “Benvinguda, utopía. Ànim i endavant” como ejemplo: no posee ninguna forma verbal, pero sí una pausa completa.

estructurado sintácticamente de esta manera. En esta categoría de marcación podemos encontrar imperativos -[035] “Bótalos”, [194] “Indignaos” o el elocuente uso subliminal de la almohadilla en [160] “Fig#t”- construcciones simples con carácter épico -[183] “Hoy empieza todo”- o evidentes muestras de lenguaje persuasivo sin necesidad de emplear imperativos pero sí estructuras perifrásticas - [379] “Nunca dejes de educarte” o [528] “Standard & Poor’s y Moody’s Iros a tomar por culo”- si bien también encontramos casos de evidente elipsis verbal como recurso para eliminar la complejidad sintáctica-[576] “Vosotros usáis la fuerza, nosotros el argumento”- para llegar al receptor de una manera directa y sin excesivos circunloquios, al menos en cuanto a la distribución oracional.

Los cuatro tipos de construcción sintáctica restantes tienen una presencia más atomizada en el corpus. La Construcción Coordinada arroja un escaso 5% de presencia con 31 casos en total: lemas como [001] “A la puta calle nos dijeron y eso hacemos”, [417] “Podrán desalojar la plaza, pero nunca podrán desalojar nuestras ideas” o [483] “Seamos realistas y hagamos lo imposible” comparten una intencionalidad persuasiva con el resto del corpus, pero no así una estructura que resulta la más minoritaria de las seis.

La Construcción Subordinada es la estructura compleja más presente en este corpus con 108 casos para un 17,42%. El valor argumentativo de lemas como la subordinada causal [018] “Anem espai, ¡¡iperque anem lluny!!!”, disposiciones adverbiales de tiempo que a su vez pueden categorizarse como construcciones coordinadas, como [202] “Juegan con tu dinero y cuando pierden pagas tú”, o advertencias basadas en el uso de la subordinación condicional como [491] “Si esto no cambia, esta mente privilegiada se marcha a

Islandia” forman el grueso más representativo de la complejidad sintáctica, si bien su presencia en el corpus no resulta tan abultada como ninguna de las dos categorías que podemos enmarcar dentro de las estructuras sencillas.

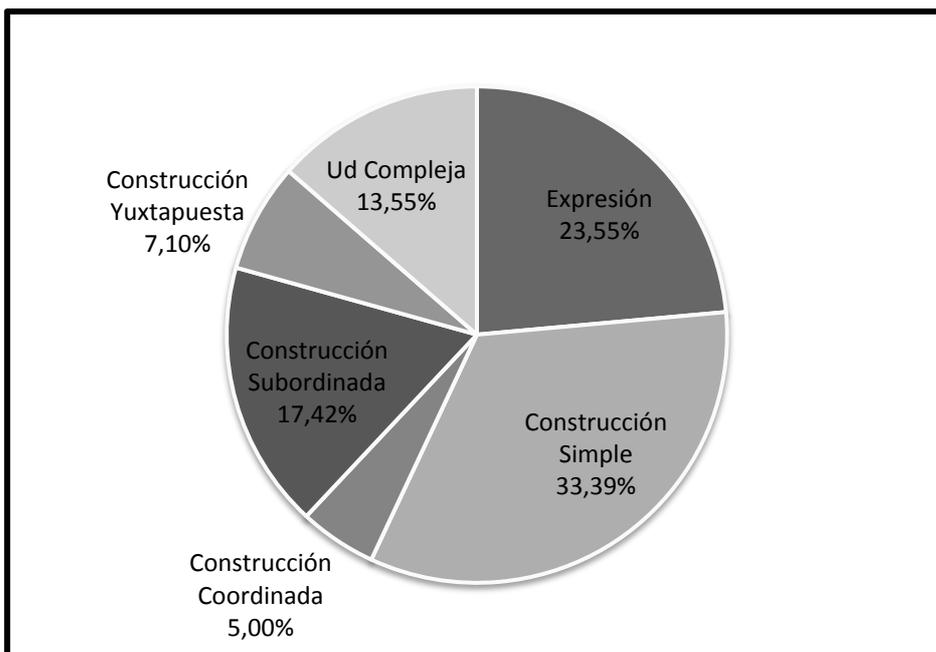
La Construcción Yuxtapuesta también está presente de un modo bastante reducido en el corpus, con un total de 44 casos para un 7,1% de los lemas. Entendemos este tipo de construcción como el empleo conjunto de dos unidades o más separadas por comas, punto y comas, puntos suspensivos o dos puntos. Esta estructura sintáctica resulta atractiva de cara al receptor, quizá por el componente poético que envuelve a la elipsis del nexo oracional:

“La yuxtaposición (...) es asimismo muy frecuente en la lengua coloquial tanto para lo que describiríamos como subordinación como para la coordinación. No solo por comodidad, sino principalmente porque la imprecisión es, aunque parezca contradictorio, menos inexacta que la especificación, y además más sugeridora cara al interlocutor” (Vigara Tauste, 1992: 121)

Algunos ejemplos de Construcción Yuxtapuesta poseen un carácter épicamente propagandístico como [019] “Antes estudiaba historia, ahora la historia nos estudiará a nosotros” o [516] “Sol ya lo tenemos, ahora vamos a por la luna”. Otros incluso imitan las formas de conjugación que tradicionalmente se han dispuesto en libros escolares de gramática, como [596] “Yo pienso, tú golpeas, ella gobierna” o [600] “Yo voto, tú votas, él vota, nosotros votamos, vosotros votáis, ellos se van”. Si bien estos lemas mencionados y todos los que entran en esta categoría de marcación son realmente

atractivos, la yuxtaposición no es un recurso mayoritario dentro de este corpus.

Por último, la sexta categoría de marcación ha sido etiquetada como “Unidad Compleja”, la cual aparece en 84 casos para un total de 13,55%. Para entender esta categorización, hay que tener en cuenta que esta revisión sintáctica trata de ofrecer un mapa de la complejidad presente en el corpus, por lo que toda agrupación que posea más de un verbo puede entrar dentro de lo que entendemos por una forma compleja. Así, la Unidad Compleja será todo conjunto de expresiones y/o construcciones separadas por al menos un punto, signos de exclamación/interrogación o paréntesis. La diferencia con la yuxtaposición es el carácter pausativo de los caracteres que separan las dos o más expresiones/construcciones, que son más atenuados en el caso anterior. Generalmente, los lemas marcados dentro de esta categoría son los que presentan una mayor capacidad de extensión, como en [028] “Ayudadnos: somos italianos ¡que alguien se lleve al Silvio!”, [066] “¿De qué vale abrir la boca, si no dices nada? Olvida tus temores, mira tu futuro, si te quedas sentado todo se pierde” o [108] “El miedo lleva a la ira; la ira lleva al odio; el odio lleva al lado oscuro; y el lado oscuro, al ayuntamiento. Siento mucho miedo en ti”, si bien se puede encontrar algún ejemplo de lema perfectamente retenible en la memoria colectiva como el desafiante [521] “Somos noticia. No pararemos hasta que seamos historia”.

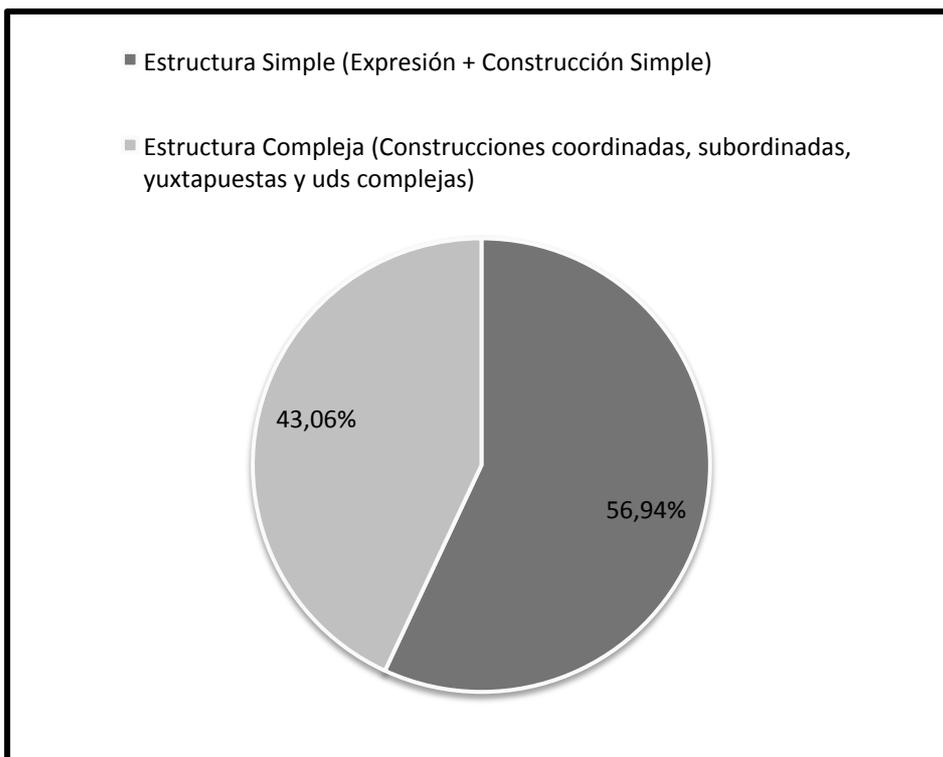


Gráfica 6.12 Perfil sintáctico por marcas.

Fuente: elaboración propia

En la Gráfica 6.12 podemos ver la atomización del perfil semántico del corpus si se dispone por categorías de marcación. En apariencia, la distribución se encuentra bastante dispersa y no hay un único rasgo que resulte preponderante. Sin embargo, si disponemos este perfil atendiendo a la complejidad interna de las estructuras sintácticas, obtenemos un escenario más esclarecedor como podemos apreciar en la Gráfica 6.13.

En ella, apreciamos como parece existir cierta tendencia –que no preponderancia dado que estamos tratando de guarismos no excesivamente descompensados- a la simplificación estructurante en términos sintácticos.



Gráfica 6.13 Perfil sintáctico agrupado.

Fuente: elaboración propia

Si bien esta descripción mediante gráficas de sectores únicamente describe la realidad cualitativa a nivel sintáctico, sí que podemos admitir un cierto predominio de lo simple frente a lo complejo, al menos en lo referente al plano sintáctico. No obstante, el análisis de la complejidad sintáctica no es el único que se puede realizar en este plano. La descripción de la presencia verbal y temporal en el corpus es también una tarea pertinente a la hora de establecer el perfil anatómico del mismo.

6.2.3 Nivel semántico

Otro de los aspectos clave no solo a la hora de realizar un estudio de las características de los lemas sino a la hora de comprender el mensaje existente tras las manifestaciones del movimiento 15M es el aspecto semántico. Establecer cuáles son los límites temáticos que enmarcan la información generada resulta esencial para captar el significado completo, dado que “el significado es inseparable del marco que le da sentido” (Cuenca y Hilferty, 1999: 185). El lenguaje escrito supone una ventana abierta al análisis no solo de la información reflejada en el texto sino del marco –en este caso cultural- en el cual se generan manifestaciones. Ciertamente, si este trabajo trata entre otras cosas de esclarecer los mecanismos de influencia de la comunicación visual en el tejido social, parte de esta investigación deberá estar ligada inextricablemente al estudio del marco circunstancial en el cual se generan las manifestaciones comunicativas encerradas en el corpus. De acuerdo con Halliday (1973: 49), atender a la semántica del léxico empleado en los lemas permite realizar un esbozo del contexto cultural particular del cual emana cada uno de los slogans:

"language is a range of possibilities, an open-ended set of options in behaviour that are available to the individual in his existence as social man. The context of culture is the environment for the total set of these options, while the context of situation is the environment of any particular selection that is made from within them" (Halliday, 1973: 49)

Ello permite en última instancia trazar un escenario del historial de conexiones entre los individuos en tanto son seres

sociales a través de los temas compartidos por ellos. Si la pancarta supone un ejercicio de búsqueda de conexión que se antoja fructífero atendiendo a la masificación y transmisión de los nuevos movimientos sociales, deberemos asumir que existe cierta influencia de lo semántico en tanto constituye uno de los factores diferenciales a la hora de establecer conexiones entre emisor y receptor en esa dinámica dialógica apuntada por Voloshinov (2009).

Para tratar de generar el citado esbozo de la conectividad a través del uso de temas compartidos, procederemos a tres análisis. En primer lugar, un análisis de frecuencias estadísticas, buscando los ítems léxicos –que no gramaticales- más frecuentes en el corpus. En segundo lugar, un estudio de la recurrencia temática en torno a los campos semánticos. Por último, un análisis del parasitismo en los lemas del corpus. Es decir, una búsqueda de evidencias de empleo de lemas basados en formas preexistentes: letras de canciones, slogans publicitarios, citas de pensadores, poemas e incluso proclamas propagandísticas concebidas bajo un prisma intencional ciertamente distinto al empleado a posteriori.

6.2.3.1 Análisis de frecuencias

Mediante el programa de análisis de concordancias AntConc, se elabora un recuento de coincidencias de las palabras más empleadas en los lemas que conforman el corpus. Al margen de elementos sin una significación más allá de su función gramatical – especialmente artículos, adverbios, preposiciones o conjunciones– obtenemos un listado de los ítems más empleados (ver Apéndice 4).

Dentro de los ítems que presentan al menos 5 coincidencias, se extraen aquellos que no son elementos gramaticales. Obtenemos el siguiente listado, expuesto por frecuencia de aparición:

democracia, somos, políticos, mundo, revolución, todos, pueblo, miedo, nosotros, sistema, todo, yo, tú, casa, crisis, ellos, futuro, estamos, libertad, plaza, ricos, tenemos, lucha, paro, queremos, derecho, error, gente, política, quiero, sol, violencia, banqueros, calle, chorizo, corrupción, lee, pan, Rita, antisistema, dinero, fronteras, ladrones, mente, nadie, pobres, policía, posible, real, tienes, vosotros, voto.

El listado completo, que incluyendo los ítems gramaticales asciende a 1587 elementos distintos –y que puede ser consultada en el adjunto relacionado con la Tabla 6.3-, presenta elementos que oscilan desde las 24 coincidencias hasta una única aparición. Con el ánimo de dilucidar cuáles son los marcos semánticos en los que se encuadra el material del corpus, se ha procedido a un estudio orientativo acerca de la atribución semántica que puede realizarse de estos ítems. Dado que el estudio intensivo acerca de este nivel de análisis se produce lema a lema (ver 6.2.3.2), este análisis orientativo se reduce a aquellos lemas que presentan un mínimo de

5 repeticiones. Con objeto de afinar la búsqueda, en tanto esta resulta orientativa, partimos de la presunción de que existirán referencias a los dos principales temas que enmarcan un movimiento social de estas características: el malestar político y la crítica económica. Además, se añade la posibilidad de recurrencia a las nuevas tecnologías de la información (TIC), dada la ya mencionada mecánica de difusión dual de la comunicación visual de este movimiento. El resultado de dicha revisión orientativa puede ser contemplado en la tabla 6.3, en la que se adjuntan a título informativo el orden dentro del estudio en función de la relativización de sus repeticiones dentro del corpus. También se añaden el número de coincidencias que presenta cada ítem..

Tabla 6.3: Política, economía y TIC en los ítems de 5 o más coincidencias del corpus.

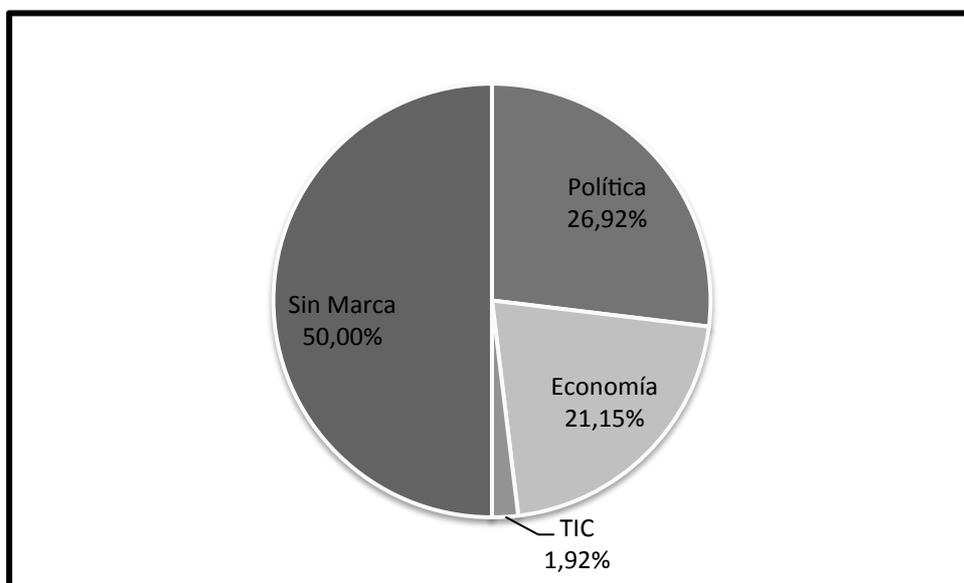
ORDEN	COINCIDENCIAS	ÍTEM	POLÍTICA	ECONOMÍA	TIC	SIN MARCA TEMÁTICA
22	24	Democracia	1			
23	24	Somos				1
28	19	Políticos	1			
29	18	Mundo				1
32	17	Revolución	1			
33	17	Todos				1
37	15	Pueblo	1			
43	13	Miedo				1
44	13	Nosotros				1
45	12	Sistema		1		
46	12	Todo				1
47	12	Yo				1
48	11	Tú				1
49	10	Casa		1		
50	10	Crisis		1		
52	10	Ellos				1
55	10	Futuro				1
56	9	Estamos				1
57	9	Libertad	1			
59	9	Plaza				1
61	9	Ricos		1		

62	9	Tenemos				1
68	8	Lucha	1			
70	8	Paro		1		
71	8	Queremos				1
74	7	Derecho	1			
76	7	Error			1	
77	7	Gente				1
82	7	Política	1			
83	7	Quiero				1
84	7	Sol	1			
86	7	Violencia				1
87	6	Banqueros		1		
88	6	Calle				1
89	6	Chorizo		1		
91	6	Corrupción	1			
95	6	Lee				1
98	6	Pan		1		
99	6	Rita	1			
105	5	antisistema	1			
107	5	Dinero		1		
110	5	Fronteras	1			
112	5	Ladrones		1		
113	5	Mente				1
115	5	Nadie				1
118	5	Pobres		1		
119	5	Policía				1
121	5	Posible				1
122	5	Real				1
125	5	Tienes				1
126	5	Vosotros				1
127	5	Voto	1			
			14	11	1	26

Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados arrojados, si bien no son concluyentes, sí muestran ciertas tendencias estadísticas que pueden ayudar a enfocar el aspecto semántico del corpus a priori. Dichos resultados son representados gráficamente en la Gráfica 6.14. Sin ser representativos de todos los ítems y ni tan siquiera de todo el corpus, cuyo análisis exhaustivo será mostrado en la siguiente subsección, sí que muestran un esbozo de tendencia de marcación en torno a dos

campos semánticos: Política o Leyes y Economía. La mención a las nuevas tecnologías se omiten: no hay una *metarreferencia* más allá de lo anecdótico, si bien el ítem “sistema” –con 12 coincidencias– merecerá cierta mención al respecto, especialmente si atendemos a los ejemplos gráficos que serán posteriormente dispuestos. En esta breve descripción estadística, el ítem “sistema” ha sido incluido dentro del campo “economía”, si bien puede ser considerado como perteneciente a cualquiera de los otros dos campos como en la siguiente subsección, como se ha dicho más exhaustiva que esta, se argumentará.



Gráfica 6.14 Proporción Marcas Ítems más frecuentes.

Fuente: elaboración propia

La tendencia apuntada por el análisis previo se fundamenta en la adjudicación de cierta pertenencia semántica a cada término. Con el objeto de seguir una misma línea de investigación, los análisis posteriores se fundamentarán en una serie de atribuciones de pertenencia a campo semántico. Estas atribuciones serán dirigidas a ítems independientes o, en ciertas ocasiones, a construcciones

léxicas específicas. Las mismas aparecerán reflejadas en la siguiente subsección.

6.2.3.2 Recurrencia temática en los lemas del corpus

Si en la anterior subsección realizábamos un esbozo analítico bastante superficial pero pese a ello orientativo de las marcas semánticas presentes en el corpus, en la presente procederemos a la exposición completa de la revisión exhaustiva al respecto. El procedimiento ha consistido en buscar en el corpus todos aquellos ítems léxicos a través de los cuales se pudiera advertir la presencia de menciones a los tres campos citados anteriormente: Política/Leyes, Economía y TIC. Para ello, se ha establecido una serie de convenciones atributivas basadas en las definiciones de dichos ítems según la Real Academia de la Lengua, pero también a través de razonamientos basados en el aspecto coyuntural de esta investigación.

En base a esta doble fuente de atribución, existen algunos casos que merecen ser aclarados previa exposición de resultados y posterior análisis:

- Elementos como “rosas”, “gaviotas” o “rojos” poseen varias acepciones, pero sus tres identificaciones políticas (los dos primeros aparecen en los logotipos corporativos de PSOE y PP y el tercero es una denominación usual de los militantes comunistas) los hacen representativos de la categoría de marcación “Política/Leyes”.
- Todos los términos de referencia al movimiento social o a sus diferentes etiquetas e incluso programaciones (“indignación”, “indignado”, “15M”, “19J”, “spanishrevolution”, “acampada”...) o incluso a sus espacios ocupados (“Sol”) pertenecen al campo “Política/Leyes”.

- Dado el clima de crispación hacia la clase política y sus actos, el ítem “corrupción” es categorizado dentro de “Política/Leyes”, debido a que la misma es atribuida a cargos públicos.
- La expresión completa “Jornada de reflexión” pertenece al campo “Política/Leyes”, dado que concebir la expresión como un conjunto fragmentado de tres ítems no aportaría una atribución semántica que resulta poco menos que evidente al concebirla como un conjunto cohesionado.
- Asimismo la expresión “Epic Fail”, al ser un vocablo recurrente en el ámbito informático, es insertado en la categoría “TIC”, al igual que el uso del carácter “#”, el cual ya hemos definido como un dígito instrumental (ver 6.1.2 y 6.1.3).
- Determinados términos ofrecen una especialización que, lejos de suponer una facilidad de ubicación dentro de las categorías de marcación, suponen una dificultad. Por ello, algunos pertenecen a más de un campo. “Tecnócratas” y “rescate” pertenecen a “Política/Leyes” pero también a “Economía”, en tanto que son figuras y decisiones que se desarrollan en el ámbito de la política, pero su alcance es netamente económico.

El término “Sistema”, ya introducido en 6.2.3.1, es un término que merece una revisión por su peculiaridad en términos semánticos. Dependiendo del contexto, este ítem puede hacer referencia a cualquiera de las tres categorías de marcación establecidas como previsibles. Sin embargo, a tenor de determinados lemas como [136] “Error del Sistema ¡Reinicia!” se puede deducir una voluntad aglutinativa en el uso de dicho ítem.

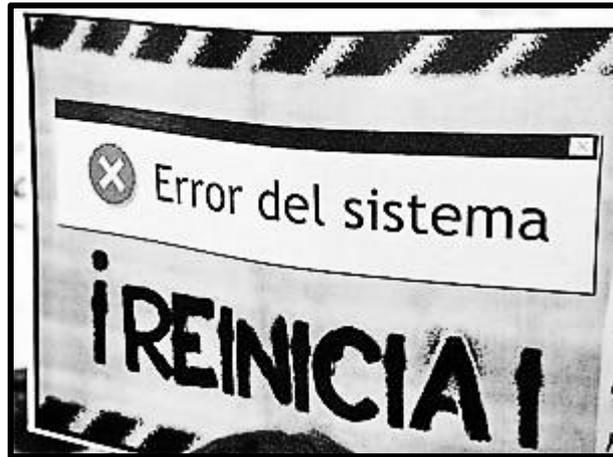
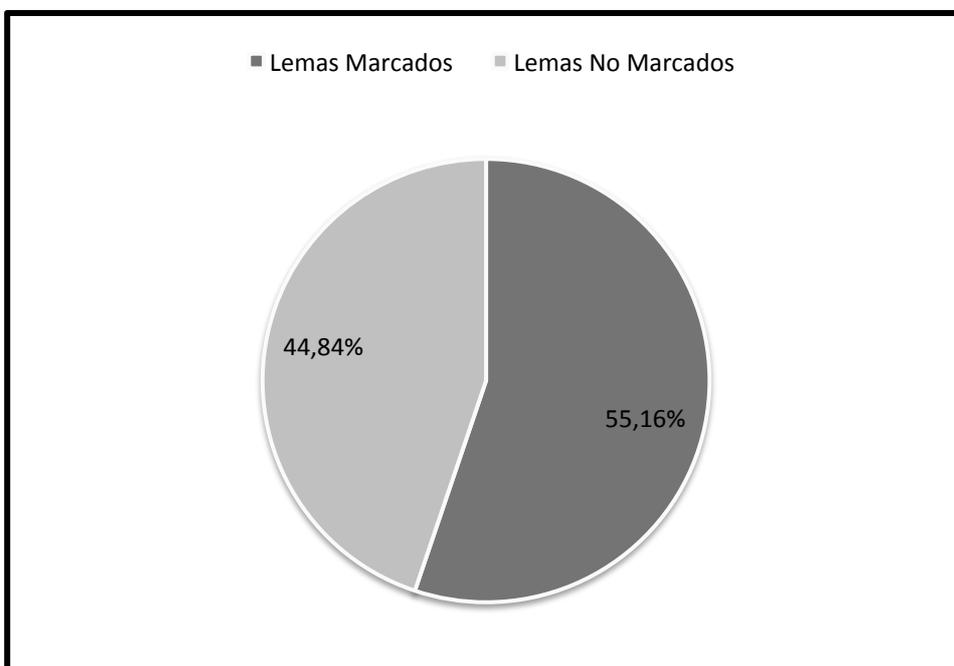


Imagen 6.21: [136] “Error del sistema ¡Reinicia!”
Fuente: corpus

El uso de recursos gráficos como el que se puede apreciar en la Imagen 6.21 –de clara reminiscencia informática- nos hace intuir cierta intención de ambigüedad en la disposición de dicho lema. Por ello, cada aparición del ítem “Sistema” supone una marca en las tres categorías de marcación.

Habida cuenta de esta cantidad de ítems en cierto sentido conflictivos, o al menos de una categorización compleja, procedamos al resumen de los análisis efectuados. En primer lugar, el contraste entre lemas marcados y lemas no marcados nos arroja una cantidad que, sin ser idéntica a la expresada en la Gráfica 6.14, sí que confirma en cierto modo la tendencia de marcación apuntada en lo referente al léxico (ver 6.2.3.1). De acuerdo con lo expresado en la Gráfica 6.15, un total de 342 lemas aparecen marcados, mientras que 278 no presentan ninguna marca lexicosemántica. La generación de lemas con un contenido léxico marcado semánticamente de acuerdo a los tres conceptos elegidos (“Política/Leyes”, “Economía” y “TIC”) resulta, atendiendo al carácter proporcional de dicha representación gráfica, no un recurso abrumadoramente mayoritario, sino una

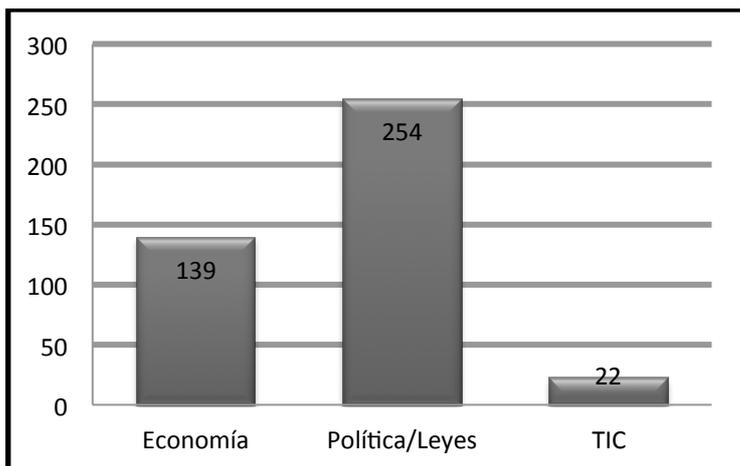
tendencia ligeramente más frecuente que la no utilización de dicha recursividad léxica.



Gráfica 6.15 Comparativa Lemas Marcados/Lemas No Marcados.

Fuente: elaboración propia

Dentro del 55,16% del corpus marcado dentro de estos tres ejes semánticos –un total de 342 lemas- existe una distribución semántica desigual, pero que recuerda nuevamente a la distribución relativa a los ítems léxicos con entre 5 y 24 coincidencias. Nuevamente, la categoría “Política/Leyes” presenta una mayor presencia que “Economía”, si bien ambas reducen a un nivel ciertamente reducido a las marcas en la categoría “TIC” (ver Gráfica 6.16)



Gráfica 6.16 Distribución de marcas.

Fuente: elaboración propia

La distribución de las marcas mencionadas en el grueso de lemas marcados no responde proporcionalmente, sin embargo, a lo expresado en la Gráfica 6.16, sencillamente porque el número de marcas totales (415) no se corresponde con el número de lemas marcados (342). A la hora de revisar cada lema en busca de marcas correspondientes a los tres citados campos semánticos, se han obtenido lemas con 1, 2 e incluso 3 marcas. Su distribución claramente mayoritaria en el caso de los lemas con una marca, aparece reflejada en la Tabla 6.4.

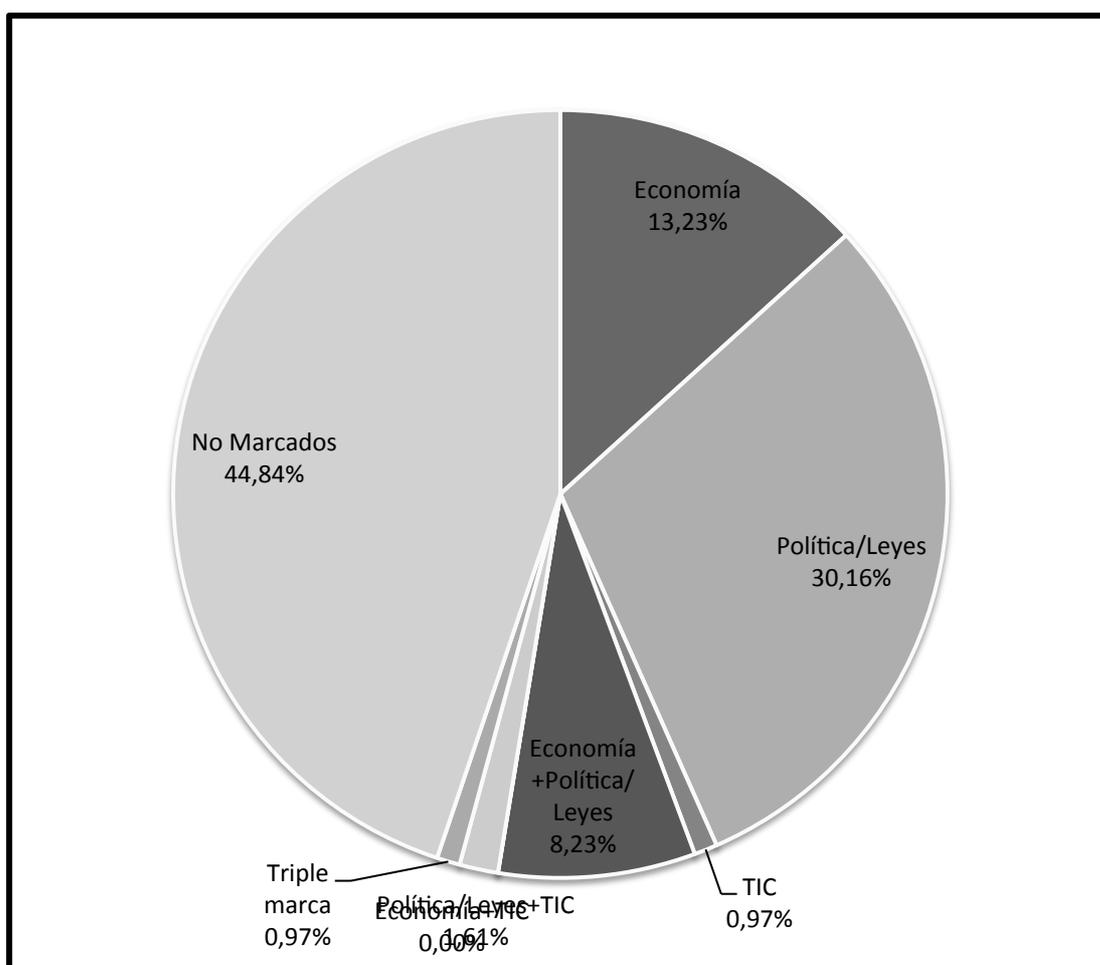
Tabla 6.4: Comparativa entre nº de marcas.

MARCACIÓN	COINCIDENCIAS	PORCENTAJE
1 Marca	275	80,409%
2 Marcas	61	17,836%
3 Marcas	6	1,754%
TOTAL	342	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia.

En el estudio de la marcación de los lemas pertenecientes al corpus, finalmente, se genera un resultado de marcación total que se resume en la Gráfica 6.17. Como se aprecia en la misma, el campo “Política/Leyes” es el más abundante dentro del 55,16% de lemas marcados. No únicamente como marca única (un 30,16% de los

lemas del corpus presentan únicamente una marcación al respecto) sino que de las categorías mixtas de doble marca (“Política/Leyes”+”Economía”, “Política/Leyes”+“TIC” y “Economía”+“TIC”) las que presentan mayor cantidad de marcación son las dos en las que aparece dicha marca. La categoría “Economía” (un 13,23% del total de los lemas aparecen marcados únicamente según este estrato de marcación) y “TIC” (un 0,97% como marca única) aparecen de una manera más marginal, especialmente la tercera. La dimensión de marcación doble en las que no aparece ninguna marca perteneciente a “Política/Leyes” posee un peso marginal, al igual que la marcación triple.



Gráfica 6.17 Distribución total de marcación/no marcación.

Fuente: elaboración propia

Por tanto podemos concluir que existe un notable índice de marcación relativo al campo “Política/Leyes” en los lemas que configuran el corpus. Ello implica que la presencia de léxico relativo a este campo es notoria, con lo que no queda duda de que, pese a su heterogeneidad, el movimiento 15M tiene una carga de crítica –o cuanto menos mención- política constatable a través de la revisión de su producción de cartelera. La notable presencia de ítems marcados como “democracia” (24 coincidencias), “políticos” (19 coincidencias), “revolución” (17 coincidencias) o “pueblo” (15 coincidencias) como los cuatro ítems marcados con mayor número de apariciones en el corpus así lo confirma.

En menor medida, la presencia de léxico relativo al campo “Economía” constata que el componente de crítica sistémica profundiza en el análisis de la situación y viabilidad económica. La presencia de los ítems “sistema” (12 coincidencias), “casa” y “crisis” (10 coincidencias), “ricos” (9 coincidencias), “paro” (8 coincidencias) o “banqueros” (6 coincidencias) dentro de los que acumulan mayor número de apariciones confirman que el escenario económico existente en el estado español durante la primavera de 2011 determina y subsecuentemente da forma a las protestas de este movimiento.

Por el contrario, la presencia de ítems marcados dentro de la categoría “TIC” es ciertamente minoritaria. Salvo la aparición del anteriormente mencionado ítem “sistema” dentro de lemas introducidos por la fórmula “Error de(l) sistema” (véanse lemas [133], [134], [135], [136] y [137]) o el [425] “Por favor, sonría: está cayendo un sistema”, la presencia de este campo semántico se reduce a los lemas en los que aparece el símbolo “#” o el término

“hashtag”, como en [613] “#Enjoy the #acampadavalencia”, [614] “#Estamoshartos”, [615] “# Hashtag los huevos!”, [616] “# HashtagYa!”, [617] “#Revolución se escribe con hashtag”, [618] “#spanishrevolution”, [619] “#Tienes voz” o [620] “#tomalaplaza”). Además, la mención a las TIC aparece con cuentagotas en escasos lemas que sencillamente realizan alusiones a nuevos dispositivos o variantes de entretenimiento ([043] “Coche, lavadora, microondas, móvil, mp3, aipod, wii, blackberry... ¿hasta dónde?” o [078] “D€mo Crazy”) o que, de nuevo y como en el caso de los lemas como [133], hacen referencia a un colapso sistémico mediante la metáfora de la caída de un sistema operativo ([348] “No se encontró la democracia. Error 404 archivo no encontrado”).

Por tanto, el escenario a nivel semántico que nos ofrece el análisis del corpus es de una alta presencia de crítica sistémica, y de una referencia mínima –aunque existente– a las nuevas tecnologías, en la que, no obstante, destaca la referencia a la herramienta de transmisión de Twitter, el citado *hashtag* y el carácter instrumental “#”.

6.2.3.3 Nivel léxico-semántico: el parasitismo

A lo largo del estudio de los lemas de este corpus hemos comentado la posibilidad de acotar determinados ítems léxicos en ciertos campos semánticos. La atribución que podemos hacer hacia los mismos y su identificación con los campos de la política, la economía o las nuevas tecnologías puede orientar al receptor potencial de los lemas generados, haciendo posible una inferencia con una exigencia cognitiva menor, dado que el horizonte de expectativas se reduce considerablemente al entenderse el sometimiento de la producción al marco que la contiene.

Sin embargo, la referencia a determinados ejes temáticos que se realiza a través de la percepción de aquellos ítems léxicos que resultan denotativos de marcación no supone la única, ni tampoco es la que aporta una mayor reducción del horizonte de expectativas. El parasitismo o la generación de lemas a partir de formas preexistentes –independientemente del origen de las mismas- supone un atajo en la búsqueda de conexión con el receptor, al margen de un ejercicio de plagio que, como veremos a tenor de los ejemplos que encontramos en el corpus, puede ser creativo. Este uso descontextualizado y por tanto creativo de formas conocidas supone un recurso habitual en cualquier variante del lenguaje persuasivo:

“En el lenguaje persuasivo, hay que poner en marcha la creatividad: emplear argumentos sociales y universales incontestables, y manejar todos los signos comunicativos posibles, lenguajes verbales y no verbales, eligiendo la forma y el orden en que deben emplearse porque se conoce la respuesta emocional a la que conducen” (De Santiago Guervós, 2005: 61)

El empleo de formas preexistentes en la generación de cualquier tipo de mensaje susceptible de ser empleado en la comunicación visual se basa en el ahorro de la fase de incertidumbre propia de cualquier acto comunicativo de estas características. De acuerdo con De Santiago Guervós (2005: 38-39), “la previsibilidad elimina la incertidumbre (...) Lo regular, lo familiar, lo previsible, se capta con un mínimo gasto de energía cognitiva y por ello su percepción resulta agradable y placentera”. Por ello, no es de extrañar que la sensación al presenciar pancartas como la expuesta en la Imagen 6.22 linde en cierto modo con la recepción de un chiste o una anécdota no trágica, máxime cuando se confirma que en realidad es una adaptación de una fórmula preexistente, como apreciamos en la Imagen 6.23.



Imagen 6.22: [435] “President Fàcil d’untar”

Fuente: corpus

En casos como el del lema [435], el empleo no solo de una imaginaria de clara fundamentación ajena al contexto en el cual se expone la pancarta sino también de una forma adaptada del lema

original–cuya variabilidad formal puede oscilar desde el calco hasta una variación evidente- provoca la anteriormente mencionada disonancia cognitiva. Por un lado, no es de esperar el empleo en una movilización social de una fórmula propia de otros contextos –en este caso, la actividad comercial-, y por otro no es tampoco la nota predominante el uso de una recursividad gráfica de naturaleza corrosiva como la caricaturesca en una configuración gráfica que calca un diseño original (nótese la caricatura de Francisco Camps, expresidente de la Generalitat Valenciana, en el lado izquierdo de la Imagen 6.23).



Imagen 6.23: Origen del lema [435]

Fuente: Google Images en <https://www.google.com/imghp?hl=en&tab=wi>

El empleo del lenguaje y de toda su recursividad temática y visual parece, por tanto, un elemento crucial a la hora de establecer relaciones de aproximación o desapego entre emisor y receptor. Este hecho se hace palpable en las relaciones entre un movimiento cuyo principal objetivo parece el crecimiento mediante la difusión con ánimos inclusivos y el potencial receptor, que se sentirá atraído o no por la pancarta en función de, entre otras cosas, el atractivo

generado por la misma a través de la reducción del esfuerzo cognitivo.

Ciertamente, la repetición de un mensaje –o en su defecto la generación de un mensaje similar en lo formal a otro ya existente- parece suponer en primera instancia cierta garantía de propagación. De esta mecánica de repetición emerge, de hecho, el término “propaganda”, acuñado en 1622 por Alejandro Ludovisi, conocido como el Papa Gregorio XV, al crear la congregación *De Propaganda Fide* con el fin de la expansión de la fe católica en Occidente (Ferrer Rodríguez, 1995). Dada la exitosa propagación de la Iglesia Católica a través del uso de cierta imaginería acotada (cruces, santos y metáforas visuales recreando pasajes bíblicos suponen una constante en la difusión de la doctrina católica) cabe considerar el uso de una recurrencia temática en lugar de la generación de nuevas imágenes o lemas como un factor diferencial a la hora de aportar una capacidad de difusión notoria. Una dosificada referencia a formas ya existentes y considerablemente conocidas –sean verbales o icónicas- permite llegar al receptor de una manera mucho más rápida que la exposición de nueva información o, al menos, nuevos lemas que interiorizar. Resultando la novedad un evidente atractivo a nivel visual, máxime en contextos tan poblados por estímulos visuales como son los centros urbanos, sí que resulta cuanto menos eficiente en términos de difusión la recurrencia a formas ya conocidas, especialmente si son ajenas al contexto.

La referencia a formas preexistentes o parasitismo es una herramienta de considerable recurrencia en el seno del corpus de este trabajo. Si bien no estamos frente a un corpus que suponga un compendio de slogans ya creados, sí que se puede afirmar

atendiendo a la estadística presentada en la Gráfica 6.18 que los generadores de cartelería del movimiento 15M supieron conjugar la generación propia con el reciclaje de elementos formales procedentes de distintos ámbitos. De 620 lemas, al menos⁷⁴ 219 pueden ser considerados parasitarios, lo que supone un considerable 35,32% de lemas que no parten de una generación propia del movimiento, sino de fuentes que mencionaremos a continuación.



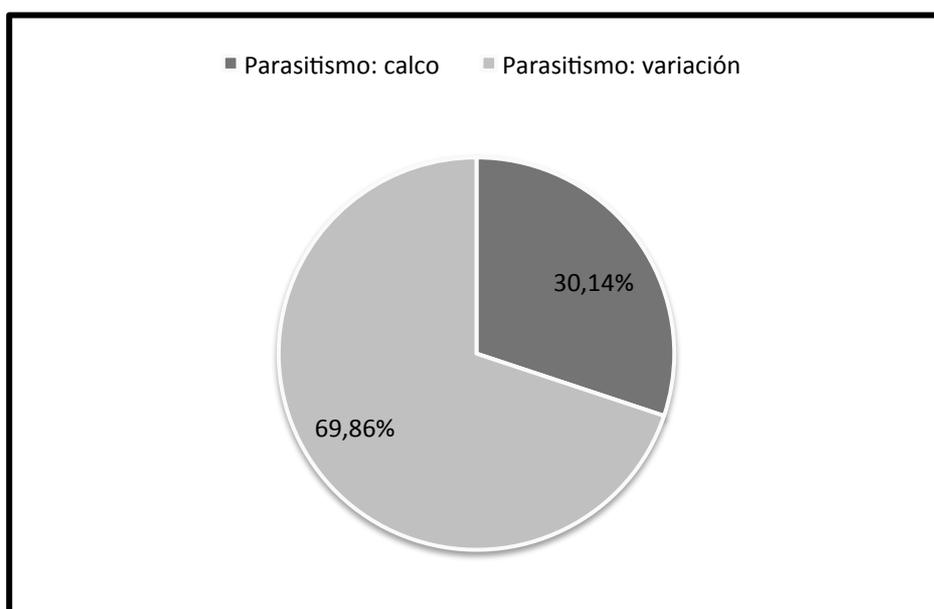
Gráfica 6.18 Presencia de parasitismo.

Fuente: elaboración propia

Dentro de estos 219 casos de parasitismo o recurrencia a formas ya conocidas, encontramos una distribución desigual en la manera de emplear la citada recurrencia: mientras que por un lado encontramos 66 calcos, por el otro hallamos 153 casos de parasitismo con algún tipo de variación (ver Gráfica 6.19). Esto implica una mayor tendencia a la adaptación que al plagio descarnado, lo cual es denotativo de cierta creatividad dentro de la reducción del esfuerzo generativo: si bien existe el plagio, este resulta en cierto modo creativo.

⁷⁴ Tras una búsqueda intensiva, 219 son los lemas que se han podido identificar con producciones previas. El número es susceptible de ser mayor.

A la hora de realizar un estudio analítico de la presencia de la generación de lemas mediante parasitismo, se ha tratado de dilucidar en primer lugar el origen de las expresiones contenidas en los lemas en el caso de aquellos que resultan ser un calco. En aquellos lemas en los que se puede intuir una variación, se ha realizado el mismo procedimiento, si bien la relación entre los lemas y sus teóricas fuentes de inspiración siempre podría resultar rebatible dado que siempre se podrá aducir que la coincidencia de palabras o fórmulas de ordenación no implica necesariamente una inspiración parasitaria.



Gráfica 6.19 Frecuencia tipológica en los casos de parasitismo.

Fuente: elaboración propia

Tras dilucidar en la medida de lo posible –hemos de insistir en la prudencia al afirmar que el número de lemas parasitarios es susceptible de ser mayor- el origen de los lemas que presentan parasitismo en el corpus, se ha procedido a dividir los orígenes en tres categorías, añadiendo como es habitual en este trabajo una categoría de marcación combinada o mixta. La división de los orígenes de los lemas parasitarios en categorías de marcación tiene

un cariz descriptivo y depende del criterio de agrupación que posea cada investigador. En el caso de este trabajo, las categorías han sido tres: el acervo cultural, la producción intelectual –en la que entra, como ahora explicaremos, la expresión política- y las actividades comerciales.

En la primera categoría de marcación, cuya denominación es “Acervo cultural”, cabe cualquier referencia al refranero popular ([054] “Cría ricos y te sacarán los ojos”), incluso combinaciones con proverbios hallables en textos sagrados ([225] “La libertad exige responsabilidad (tu libertad termina donde empieza la de los demás)”). Sin embargo, también podemos considerar como pertenecientes al acervo popular las fórmulas de señalización de la vía pública ([025] “Attention, politician at work”), fórmulas funerarias ([040] “Capitalismo: DEP 1712-2010”), fórmulas propias de las tradiciones orales de occidente ([045] “Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado”), fórmulas de aviso de procesos informáticos ([074] “Democracia 1.0 obsoleta. Democracia 2.0 instalándose”) o incluso lemas basados en cánticos perfectamente audibles en eventos deportivos ([271] “Manos arriba, esto es un contrato”, ver Imagen 6.24, basado en el clásico “Manos arriba, esto es un atraco”).

El uso de todas estas expresiones que forman parte del saber enciclopédico colectivo parte de un manejo de la sensibilidad colectiva, especialmente activa en épocas de inestabilidad social. De algún modo, los productores de la cartelería del movimiento 15M parecen querer inducir una línea de conducta en los receptores potenciales basada en determinadas muestras del saber popular:

“La previsibilidad elimina la incertidumbre. El persuasor maneja el miedo de los otros en su provecho. Conoce las conductas que se derivan del miedo: la inseguridad, la tendencia a formar grupos protectores, la incertidumbre, el temor al aislamiento y la soledad, la necesidad de lo familiar y lo conocido, la predecibilidad y la norma.” (De Santiago Guervós, 2005: 38)



Imagen 6.24: [271] “Manos arriba, esto es un contrato”
Fuente: <http://vocesconfutura.tumblr.com/image/5833925877>

En la segunda categoría, denominada “Producción intelectual”, se han contabilizado todos aquellos lemas fundamentados en producciones generadas desde el ámbito artístico, intelectual o político. El vínculo entre estas tres fuentes de producción reside en el ánimo reflexivo y a la vez persuasivo que puede desprenderse de los tres perfiles generadores. Respecto al arte, Hegel (1990: 30-31)

advertía una mutación del carácter del contenido del mismo desde lo meramente contemplativo hacia lo reflexivo:

“El arte no suministra ya, a nuestras necesidades espirituales, la satisfacción que otros pueblos han buscado y encontrado. Nuestras necesidades e intereses se han desplazado a la esfera de la representación y, para satisfacerlos, debemos recurrir a la reflexión, a los pensamientos, a las abstracciones y a las representaciones abstractas y generales. Por ello, el arte no ocupa ya, en lo que hay de verdaderamente vivo en la vida, el lugar que ocupaba en el pasado, y su lugar se ha llenado por las representaciones generales y las reflexiones.”

Con respecto a la producción comunicativa desde una fuente intelectual, académica o técnica, existe cierta predisposición del receptor a asumir las consideraciones que emanan desde ese sector como fiables. El empleo de un lenguaje técnico o cuanto menos identificable con lo academicista puede suponer un recurso para la adhesión, dada la receptividad del público ante este tipo de manifestaciones:

“Las formas lingüísticas procedentes de los lenguajes técnicos contribuyen enormemente a preparar la adhesión del público, que reconoce o cree intuir en el tecnicismo un fundamento científico indiscutible, y, por tanto, deduce de ello la fiabilidad absoluta del discurso en el que aparece expuesto. No entienden la palabra, pero aceptan su autoridad.” (De Santiago Guervós, 2005: 50)

De la presencia de lemas calcados de o basados en sentencias pronunciadas o escritas por figuras políticas en los últimos tiempos

se puede inferir la misma generación de autoridad. Dado que la política puede ser captada como una disciplina humanística emparentada con la filosofía, la figura del político resulta una fuente de autoridad, a pesar de la situación de desprestigio que se puede percibir en cualquier fase de desestructuración social. El sometimiento de la ciudadanía a la producción de las figuras políticas y la relevancia social y por tanto la consideración inherente a la misma hacen que se ubique cualquier muestra parasitaria al respecto dentro de la misma categoría que los parasitismos hacia el arte o la producción intelectual ajena a la política, en tanto las tres poseen una capacidad generadora de construcción reflexiva en su audiencia:

“Nos sometemos, como receptores, ante la autoridad social, profesional, política, etc. del emisor, siempre acompañada de una imagen adecuada a los ideales sociales del auditorio; nos sometemos ante la autoridad del canal por el que se emite (escrito, radiofónico, televisivo); nos sometemos ante el código lingüístico que emplea, nos dejamos deslumbrar por un uso armonioso, rítmico, preciso del lenguaje (existe un falso silogismo que apunta a que es cierto lo que está bellamente expuesto); nos sometemos a la autoridad del contexto en el que se emite (un estrado, una tribuna, un parlamento) o nos dejamos impresionar por un tono agresivo, sólido y seguro.”
(De Santiago Guervós, 2005: 47)

Toda vez justificada la agrupación de estas tres fuentes de inspiración dentro de la producción de lemas del movimiento 15M en general y de los contenidos en el corpus en particular, podemos proceder a disponer cierta casuística ejemplar dentro de esta

categoría de marcación. Dentro de los lemas basados en producciones artísticas caben menciones a títulos o letras de discos y canciones ([003] “A por ellos, que son pocos y cobardes”), títulos o fragmentos de poemas ([038] “Caminante no hay camino. Se hace camino al andar” o [076] “Harto ya de estar harto, ya me cansé de preguntarle al mundo por qué y por qué (Antonio Machado)”, ambos calcos del mismo autor), imitaciones de frases pronunciadas por personajes de ficción ([108] “El miedo lleva a la ira; la ira lleva al odio; el odio lleva al lado oscuro; y el lado oscuro, al ayuntamiento. Siento mucho miedo en ti”), variaciones de citas de célebres obras distópicas ([234] “La UE informa: la mentira es verdad, la guerra es paz, el saqueo es rescate. Tod@s somos Grecia”) o incluso menciones a viñetas con un alto contenido crítico ([069] “De un pasado gris a un presente negro”, ver Imagen 6.25).



Imagen 6.25: [069] “De un pasado gris a un presente negro”

Fuente: <http://www.euribor.com.es/wp-content/uploads/2011/05/jrmora-euribor-policia.jpg>

Sirviéndose de la producción de reconocidos intelectuales o pensadores de prestigio, nos encontramos citas de pensadores fácilmente identificables con tendencias políticas desarrolladas a partir de su producción ([099] “Ejercer el poder corrompe, someterse a él degrada”), referencias al exmiembro de la resistencia francesa durante la segunda Guerra Mundial Stephane Hessel, autor de la liviana obra que ha etiquetado al movimiento 15M internacionalmente, sea mediante calco ([194] “Indignaos”) o mediante la generación de variaciones de mayor impacto visual ([196] “Indignadanos”) e incluso referencias a pensadores sin un sesgo ideológico más allá del pacifismo ([239] “La violencia es el último recurso del incompetente (Isaac Asimov)”).

Como calcos o variaciones de fuentes de producción relativas a la política hallamos citas literales de dignatarios cuyo prestigio, deducimos, permanecía intacto en el momento de generación del lema ([216] “La diferencia entre evolución y revolución es la "r" de responsabilidad (Federico Mayor Zaragoza)”), menciones en cierto modo autorreferentes dada la mención de movimientos sociales generadores del 15M ([081] “Democracia Real Ya” o [145] “Este 22M no les votes”) e incluso referencias a nefastas épocas pasadas en las que podemos presumir el ánimo de generar una disonancia cognitiva ([027] “Arbeitslosigkeit macht frei” o [098] “Ein volk, ein Reich, ein euro”), como también encontramos menciones a divisas políticas aún vivas y que podrían interpretarse como contradictorias con respecto del contenido ideológico con el que se identifica al

movimiento 15M (sirvan como ejemplo [188] “In SOL we trust”⁷⁵, ver Imagen 6.26, o [593] “Yes we camp”).



Imagen 6.26: [188] “In SOL we trust”

Fuente: corpus

La tercera categoría de marcación propiamente dicha – omitimos de la descripción a la categoría de marcación combinada, pues resulta una hibridación de varias de las categorías de marcación en sí – es la menos numerosa en proporción, pero una de las más llamativas. Si el contexto de crispación política propicia que la comunicación visual se llene de ejemplos de parasitismo con respecto de divisas políticas de signos criticados por los mismos generadores de producción comunicativa, la crisis económica propicia en un efecto similar la producción de lemas basados en slogans originalmente diseñados con finalidades comerciales.

Desde la repetición de fórmulas clásicas de venta con la voluntad de atribuir una indecencia moral a los indirectamente

⁷⁵ Por motivos de operatividad, el lema [188] ha sido alterado en el proceso de recopilación del corpus, sustituyendo el dibujo del sol por la palabra “SOL” en referencia a la plaza madrileña donde se dio la primera ocupación del espacio público del movimiento.

señalados ([042] “Chorizo ibérico liquidación”) hasta el mismo tipo de atribución indirecta compaginada con alusiones gráficas y sintácticas a algunas de las mayores preocupaciones de la juventud española en la última década del siglo XX y la primera del siglo XXI: la vivienda ([480] “Se vende democracia corrupta”, ver Imagen 6.27)



Imagen 6.27: [480] “Se vende democracia corrupta”
Fuente: corpus

No obstante, una de las más ilustrativas muestras de la crítica sistémica –mencionada a cargo a la distribución semántica en 6.2.3.2- es el parasitismo de recursos empleados precisamente por algunas de las entidades financieras a las que fueron destinados fondos públicos en aras de salvar su liquidez. Estas maniobras de rescate bancario son denunciadas por lemas como [030] “Bancos, salváis. Pobres, robáis”, lo que no supone un impedimento para emplear la imaginería promocional de esas mismas entidades como método de difusión del movimiento 15M en lemas como [166] “Fresh Camping: tu campa, y cada día el de más gente”, como se puede apreciar en la Imagen 6.28.

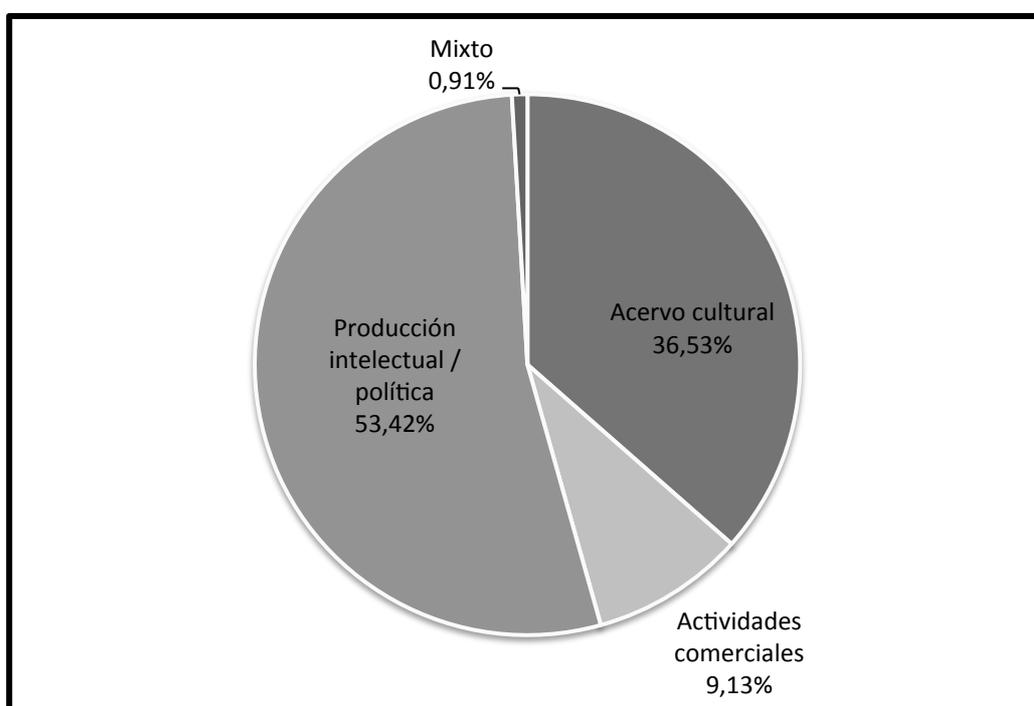
En cierto modo, podemos inferir que el empleo de formas parasitarias –basadas por tanto en producciones externas anteriores en el tiempo- no es únicamente una herramienta para fomentar la adhesión (De Santiago Guervós, 2005) a la causa del movimiento 15M, sino que es además sintomático del grado de asimilación de determinados estímulos verbales a lo largo de las trayectorias vitales de cualquier ciudadano medio: si el productor de información visual incorpora lemas que ha recibido a través de los medios de difusión publicitarios –que entre otros son los *mass media*- es porque los contenidos publicitarios forman parte ya del acervo popular, añadiendo una capacidad de modelación comunicativa a la ya mencionada influencia social.



Imagen 6.28: [166] “Fresh Camping: tu campa, y cada día el de más gente”
Fuente: corpus

La distribución de las categorías dentro de los 219 marcados como parasitarios es ciertamente desigual y ofrece unos guarismos

que se pueden interpretar en base a dos factores: el calado de dichas formas preexistentes en el imaginario colectivo y su aproximación a las dos principales fuentes semánticas mencionadas en 6.2.3.2: el campo de la política y las leyes por un lado y el de la economía por otro, en tanto son los dos campos que acotan la crítica sistémica presente en el movimiento 15M. Por esa cercanía semántica, los plagios o reinterpretaciones de lemas encuadrados dentro de la categoría “Producción intelectual/Política” son los más numerosos, con un total de 117 apariciones. Los lemas inspirados en el acervo popular poseen un número de apariciones sensiblemente inferior, con 80 en todo el corpus. La inspiración en fórmulas relativas a las actividades comerciales posee el menor número de coincidencias, con tan solo 20. Únicamente dos lemas presentan un uso combinado o mixto del parasitismo.



Gráfica 6.20 Distribución de categorías de origen en los lemas parasitarios.

Fuente: elaboración propia

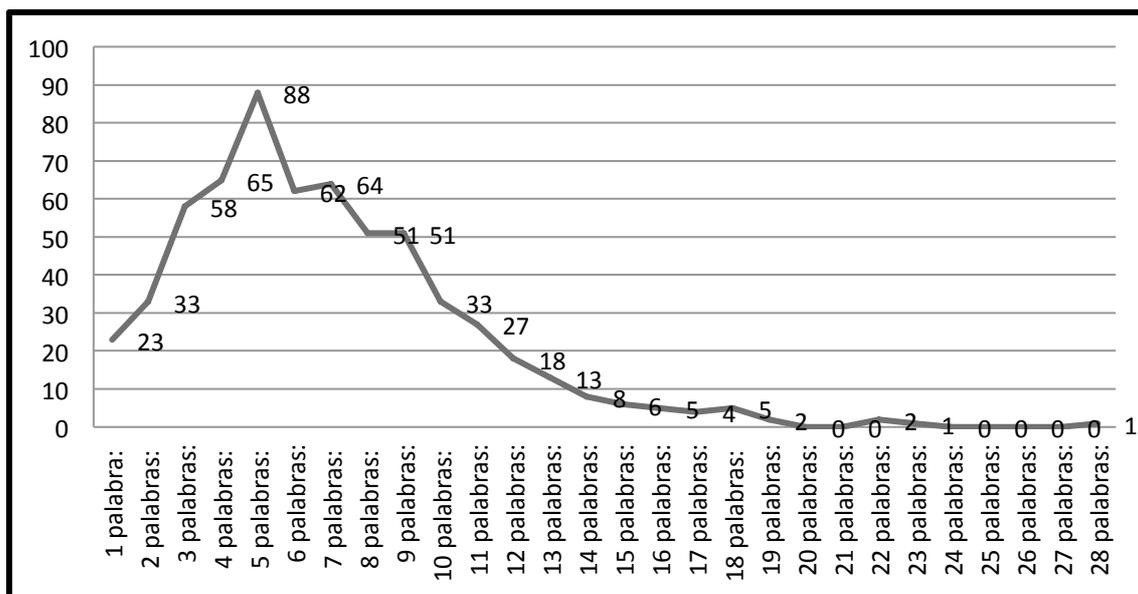
Si bien la distribución se antoja aparentemente aleatoria y depende directamente de la capacidad de reconocimiento e investigación del autor de este trabajo, las tendencias presentadas parecen confirmar la relación entre preferencia de recursividad y los dos factores anteriormente mencionados: la proximidad semántica y el calado de dichos lemas en el saber enciclopédico colectivo.

6.2.4 Nivel léxico

El estudio de la extensión empleada por los lemas que conforman el corpus de esta tesis doctoral posee un doble foco de interés. Por un lado, el estudio de la extensión nos permite conocer si el carácter de este tipo de comunicaciones se acerca, como hemos podido esbozar en las secciones anteriores, al lenguaje publicitario en tanto que es persuasivo: una tendencia reduccionista así lo confirmaría. Por otro lado, la cuantificación del número de caracteres empleados por los lemas del corpus nos permite saber hasta qué punto en el momento de su generación ya existía cierta predisposición a la trascendencia virtual. Es decir: podemos advertir cuántos lemas reflejados en pancartas eran aptos para su transmisión a través de la red Twitter en el momento de su creación habida cuenta de la restricción de 140 caracteres que, excepto salvoconductos que en esta subsección explicaremos, establece el servicio de *microblogging*. Para advertir si existe cierto sometimiento a estas dos cuestiones –reduccionismo y limitación estructural- realizaremos un resumen estadístico del número de palabras y del número de caracteres empleados.

Con respecto al número de palabras empleadas, el promedio obtenido tras el análisis estadístico es de 6,83 palabras, si bien la moda o el valor más repetido son 5 palabras por lema. En la franja que se sitúa entre las 3 y las 9 palabras hallamos 439 lemas de los 620. Esto es, en términos porcentuales, un 70'81% del corpus total. Esta distribución, representada en la Gráfica 6.21, sugiere una tendencia a la concentración en torno a una escasa cantidad de información verbal, lo cual supone una aproximación formal al lenguaje publicitario. George P. Rowell, uno de los pioneros de la

publicidad en el siglo XIX y fundador de Printer's Ink, publicación de referencia dentro de su vertiente en papel, defendió un modelo de publicidad en el que el éxito de cualquier acto de comunicación persuasiva “consiste sobre todo en decir en unas pocas palabras exactamente lo que se desea decir, como lo haríamos en una carta o en una conversación amistosa” (Checa Godoy, 2007: 42).



Gráfica 6.21 Coincidencias palabras/lema.

Fuente: elaboración propia

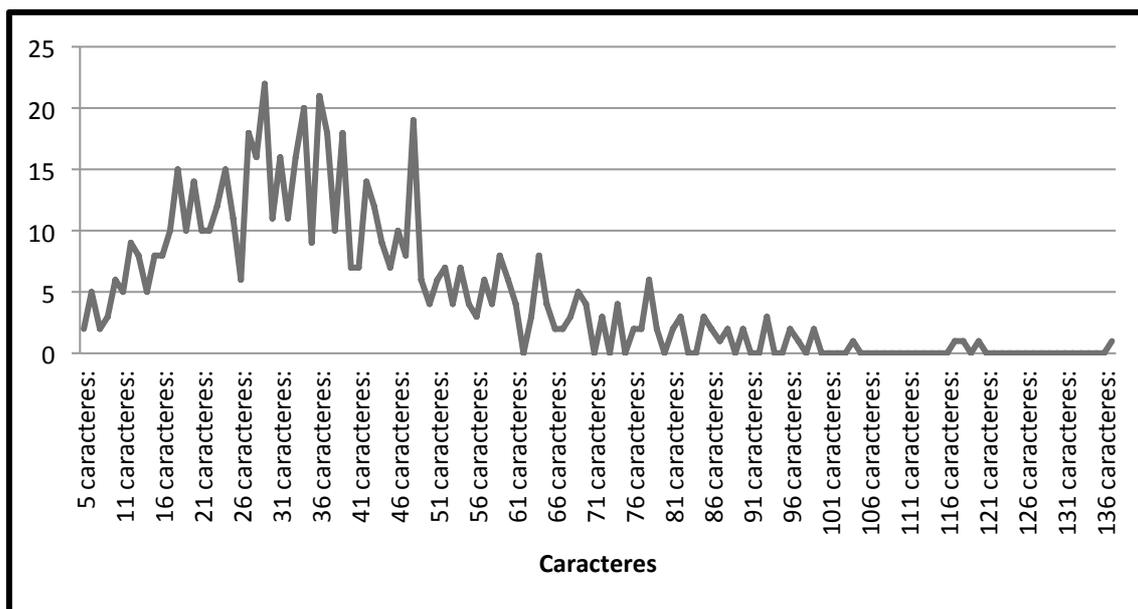
Lemas representativos del corpus en términos estadísticos son los que se acumulan en torno a la citada franja. Lemas con 5 palabras, como [018] “Anem espai, iiiperque anem lluny!!!”, [100] “El amigo del banquero, chaquetero!”, [132] “Error 404 Democracia not found”, [320] “No es crisis, es saqueo”, [325] “No falta dinero: sobran ladrones” o [566] “Vamos despacio porque vamos lejos” son ejemplos ilustrativos de lemas con una concentración en torno a los valores estadísticos habituales, y reflejan todos ellos algunas de las características que ya hemos comentado a lo largo de la presente sección 6.2: estructuras sintácticas sencillas o sin exceso de subordinación, empleo de palabras marcadas dentro de los tres

principales campos semánticos y un impacto visual basado en un evidente reduccionismo.

De este reduccionismo no podemos inferir un nivel de éxito de los lemas en términos de calado en el público, puesto que es ciertamente difícil si no imposible deducir qué lemas han tenido una mayor aceptación en los receptores. Este tipo de análisis pueden resultar más plausibles dentro del mundo de la publicidad, donde analizar índices de venta o de popularidad de una marca es relativamente fácil en tanto se acude a números fiables. No hay modo alguno de conocer si existe una relación entre el impacto de las consignas y su longitud en términos léxicos, no obstante la descripción estadística del subcorpus arrojará datos acerca de la extensión media de los lemas trascendidos virtualmente, lo que contribuirá a dibujar un escenario de efectividad al respecto. No obstante, podemos constatar en base a la frecuencia de longitud de palabras que el reduccionismo impera en el corpus, si bien hemos de contar con el factor legibilidad: a menos palabras, más espacio en la pancarta y por tanto mayor visibilidad.

En cuanto a la extensión en términos de caracteres, cabe admitir que esta revisión sería absolutamente innecesaria si el trabajo que nos ocupa no tuviese el componente virtual que posee. Debido a que estamos tratando de trazar una línea de transmisión entre el medio físico y el virtual, se ha de tener en cuenta el principal factor que enlaza esta característica con su capacidad de difusión: la limitación de la esfera virtual. La web Twitter permite una extensión de hasta 140 caracteres (incluyendo los espacios). Pese a que determinados servicios como Twitlonger.com permiten extender la comunicación más allá de estos caracteres, su uso no es lo más

habitual, probablemente debido a la necesidad de enlazar a una página externa para poder concluir la lectura de una comunicación que habitualmente se realiza en una misma pantalla. La incomodidad a la hora de leer *tweets* más largos de 140 caracteres podría compararse con la de leer lemas que ocuparan más de una pancarta.



Gráfica 6.22 Coincidencias caracteres/lema.

Fuente: elaboración propia

Si realizamos una comparativa entre la Gráfica 6.22, en la que se expresa gráficamente la distribución de coincidencias por caracteres dentro del corpus, y la Gráfica 6.21, podremos apreciar una tendencia acumulativa similar. Si bien absolutamente todos los lemas del corpus presentan, incluyendo los espacios, menos de 140 caracteres –presentando 137 el lema [108] “El miedo lleva a la ira; la ira lleva al odio; el odio lleva al lado oscuro; y el lado oscuro, al ayuntamiento. Siento mucho miedo en ti” como el más extenso- la población de estudio, si bien algo más repartida que en el caso del muestreo de palabras, también parece concentrarse alrededor de la misma región.

Atendiendo a los guarismos obtenidos en el estudio de caracteres, el valor más repetido o moda es 29 caracteres, si bien el promedio se sitúa en 38,6758. Como en el caso de la distribución de palabras por Tweet, parece existir cierta concentración en torno a un intervalo, si bien esta se encuentra más suavizada en la distribución por carácter que por palabra. En este caso, los valores más repetidos se agrupan en torno al intervalo 17-39, en el cual se ubican 319 lemas, un 51,45% del corpus total. Esto confirma la tendencia a generar lemas no demasiado excelsos, lo cual permite, además de captar la atención del receptor de una manera directa, disponer de lemas susceptibles de ser propagados por las redes sociales, con la ventaja de disponer generalmente del suficiente espacio para añadir en la línea de texto cualquier *hashtag* que favoreciese su difusión: #15M, #spanishrevolution, #acampadasol, #acampadavalencia, #nolesvotes o #democraciarealya podrían servir como instrumentos de difusión añadidos a una buena parte de los lemas del corpus.

6.2.5 Nivel retórico

En el presente nivel de análisis se ha pretendido localizar todos aquellos recursos susceptibles de ser considerados figuras retóricas. Para ello, se ha partido del abanico de recursos compilados, definidos y ejemplificados por Isabel Guerrero en su obra *Figuras literarias y métrica* (Zaragoza, Catón, 1992). En dicha obra se establece una división de las figuras retóricas en cuatro grupos según sus mecanismos de funcionamiento: figuras por adición o supresión, figuras por repetición, figuras por combinación y tropos. Se ha subdividido esta parte del trabajo, por tanto, en cinco secciones: cuatro descriptivas, una por cada división de las figuras retóricas que establece Guerrero, y una adicional como resumen estadístico de la distribución de las figuras retóricas en el marco del presente trabajo.

Mientras que en las subsecciones anteriores hemos partido de una descripción estadística conjunta de cada uno de los perfiles del corpus como bloque para a posteriori realizar una descripción más cualitativa, en esta subsección se procederá a dar la información de manera inversa. En aras de dotar a este trabajo de una mayor accesibilidad, el autor del mismo ha preferido realizar una revisión de las figuras presentes en el texto para así poder abordar el perfil estadístico del corpus con la base descriptiva lo suficientemente desarrollada. La existencia de 25 tipos de figuras retóricas, en ocasiones simultáneas, requiere de un nivel descriptivo más extenso. A posteriori, y toda vez realizadas las definiciones, ejemplificaciones y cuantificaciones de las distintas figuras retóricas dentro de las cuatro categorías, se procederá a la descripción de la tendencia al uso de figuras retóricas en el corpus.

6.2.5.1 Figuras por adición o supresión

De acuerdo con Guerrero (1992) entendemos que existen seis tipos de figuras retóricas por adición o supresión. Estas son el asíndeton, el asíndeton por yuxtaposición, la elipsis, el epíteto, el pleonasma y el polisíndeton. En el presente corpus existen un total de 63 coincidencias. La distribución de las mismas y su conveniente ejemplificación se presentan tras una definición procedente del manual que se ha aplicado a este estudio:

- Asíndeton: de acuerdo con Guerrero (1992: 7), “consiste en suprimir las conjunciones que deberían aparecer en el texto. Según las reglas gramaticales, tiene que intercalarse una conjunción entre los dos últimos elementos de una serie”. Encontramos 14 coincidencias en el corpus, algunas de las cuales presentamos añadiendo entre corchetes las conjunciones que han sido suprimidas: [009] “Aceptamos todo tipo de donaciones excepto: dinero / alcohol /[y] trajes”, [414] “Poco pan, [y] pésimo circo” o [419] “Políticos al paro, [y] banqueros a la cárcel”.
- Asíndeton por yuxtaposición: son yuxtaposiciones oracionales que, al no ser contrastivas, bien podrían estar enlazadas con una conjunción. Encontramos 26 coincidencias, las cuales se presentan del mismo modo que en el caso anterior: [234] “La UE informa: la mentira es verdad, la guerra es paz, [y] el saqueo es rescate. Tod@s somos Grecia.”, [374] “Nosotros reflexionamos, [y] vosotros reflexionaréis” o [596] “Yo pienso, tú golpeas, [y] ella gobierna”.
- Elipsis: recurso consistente en “la supresión de palabras que serían necesarias gramaticalmente, pero el texto se entiende

bien sin ellas y resulta más hermoso”. (Guerrero, 1992: 8). Existen un total de 15 coincidencias en el corpus, cuyos ejemplos disponemos –al igual que en los documentos anexos del trabajo- con las hipotéticas palabras suprimidas: [081] “(Queremos) Democracia Real Ya”, [100] “El amigo del banquero, (es un) chaquetero!” o [201] “Jubilados (y) pensionistas indignados Solidarios con los (manifestantes) del 15 Mayo” (ver Imagen 6.29).



Imagen 6.29: [201] “Jubilados pensionistas indignados solidarios con los del 15 Mayo”
Fuente: corpus

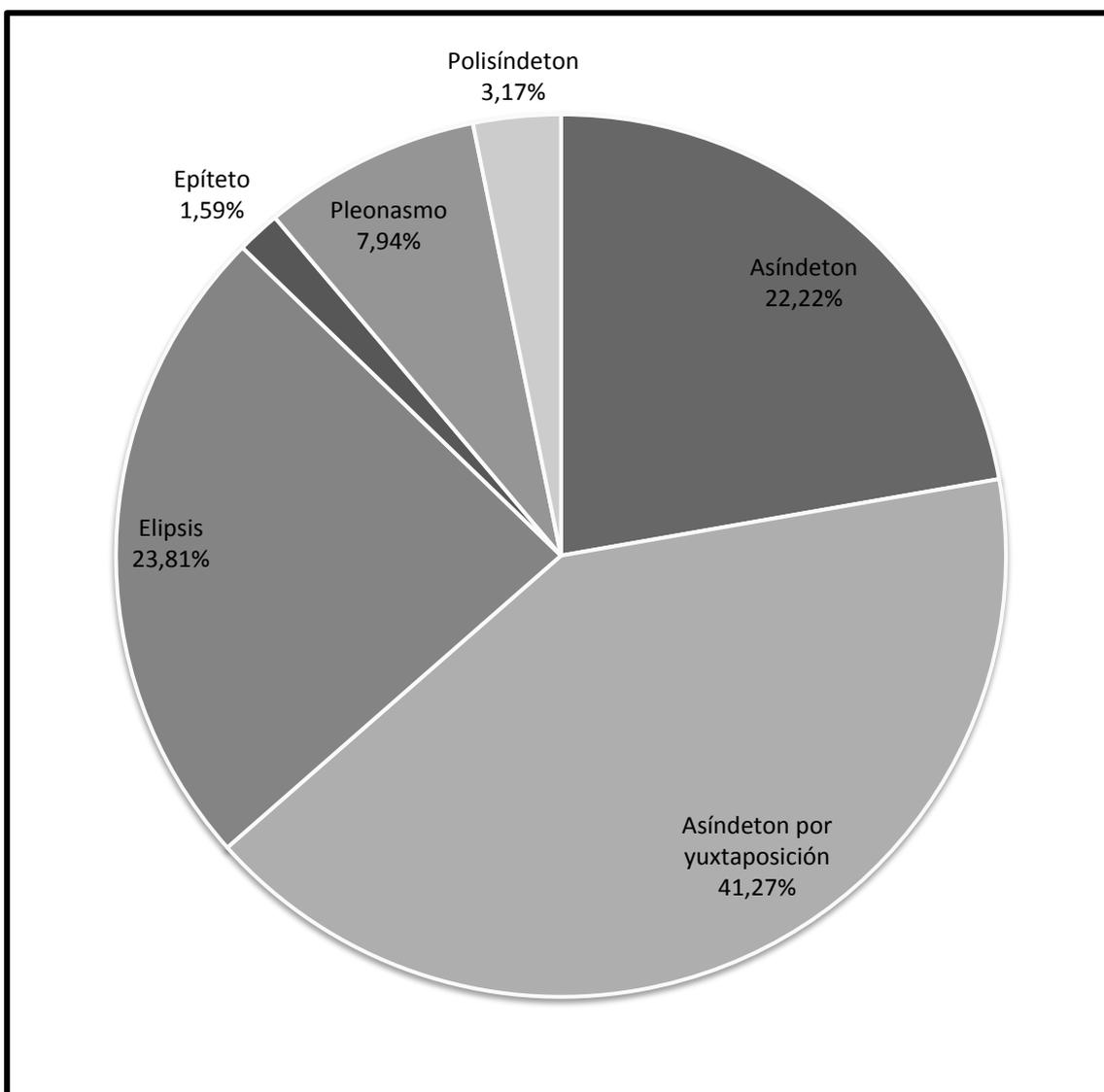
- Epíteto: “si a un sustantivo se le coloca al lado un adjetivo que indica una cualidad innata a ese sustantivo, ese adjetivo se llama epíteto” (Guerrero, 1992: 8). Tan solo existe una coincidencia en el corpus, cuyo epíteto y el sustantivo al que complementa aparecen subrayados: [060] “Cuando alguien

comprende que obedecer leyes injustas es contrario a su dignidad humana, ninguna tiranía puede dominarle.”

- Pleonasma: el seno de un lema “cuando se añaden a la expresión palabras que no serían necesarias para entenderla, tenemos un pleonasma. Esta figura aporta más fuerza a lo dicho” (Guerrero, 1992: 8). En el corpus existen 5 coincidencias de esta figura. Disponemos de los siguientes ejemplos con la palabra añadida subrayada: [091] “Digamos no, negaos. Actuad: iiiindignaos!!!” y [118] “El sentido de la vida es sentir la vida”.
- Polisíndeton: mediante este recurso, el autor “añade conjunciones no exigidas por la gramática, buscando otorgar más importancia a cada uno de los elementos” (Guerrero, 1992: 7). Encontramos 2 coincidencias en el corpus: [486] “Ser antisistema en el mundo actual es lo más ético y noble y limpio que se puede ser” y [587] “Y descubrí que es importante mirar en tu interior... y sanarte...”.

En total, hallamos las 63 coincidencias anteriormente mencionadas, dispuestas del modo expresado en la Gráfica 6.23. En la misma apreciamos como el 63,49% de las figuras por adición o supresión son asíndeton, bien en su variante habitual o bien mediante yuxtaposición de construcciones sintácticamente idénticas. La elipsis, otro mecanismo de supresión, aparece en un 23,81% de los casos. Las figuras por adición –epítetos, pleonasmos y casos de polisíndeton- tienen una presencia conjunta de un 12,70% dentro de los lemas marcados por esta tipología de figuras. En cierto modo, el reduccionismo posee un peso mayor a la hora de

confeccionar lemas que la extensión por medio de la adición de léxico no estrictamente necesario.



Gráfica 6.23 Distribución relativa de las figuras por adición o supresión.

Fuente: elaboración propia

No obstante, el apunte acerca del predominio de recursos en los que prima la economía lingüística debe restringirse de manera cautelara, dado que el análisis de frecuencias de figuras retóricas – algunas de ellas consistentes en recursos como la reiteración o la concatenación- no ha concluido.

6.2.5.2 Figuras por repetición

Según Guerrero (1992) existen ocho variantes dentro de las figuras retóricas por repetición: aliteración, anáfora, anadiplosis, asonancia, conversión o epifora, paralelismo, reduplicación y retruécano. Encontramos un total de 105 casos de figuras de este tipo en el corpus, distribuidos de la siguiente forma en los ocho subtipos de figura a continuación definidos:

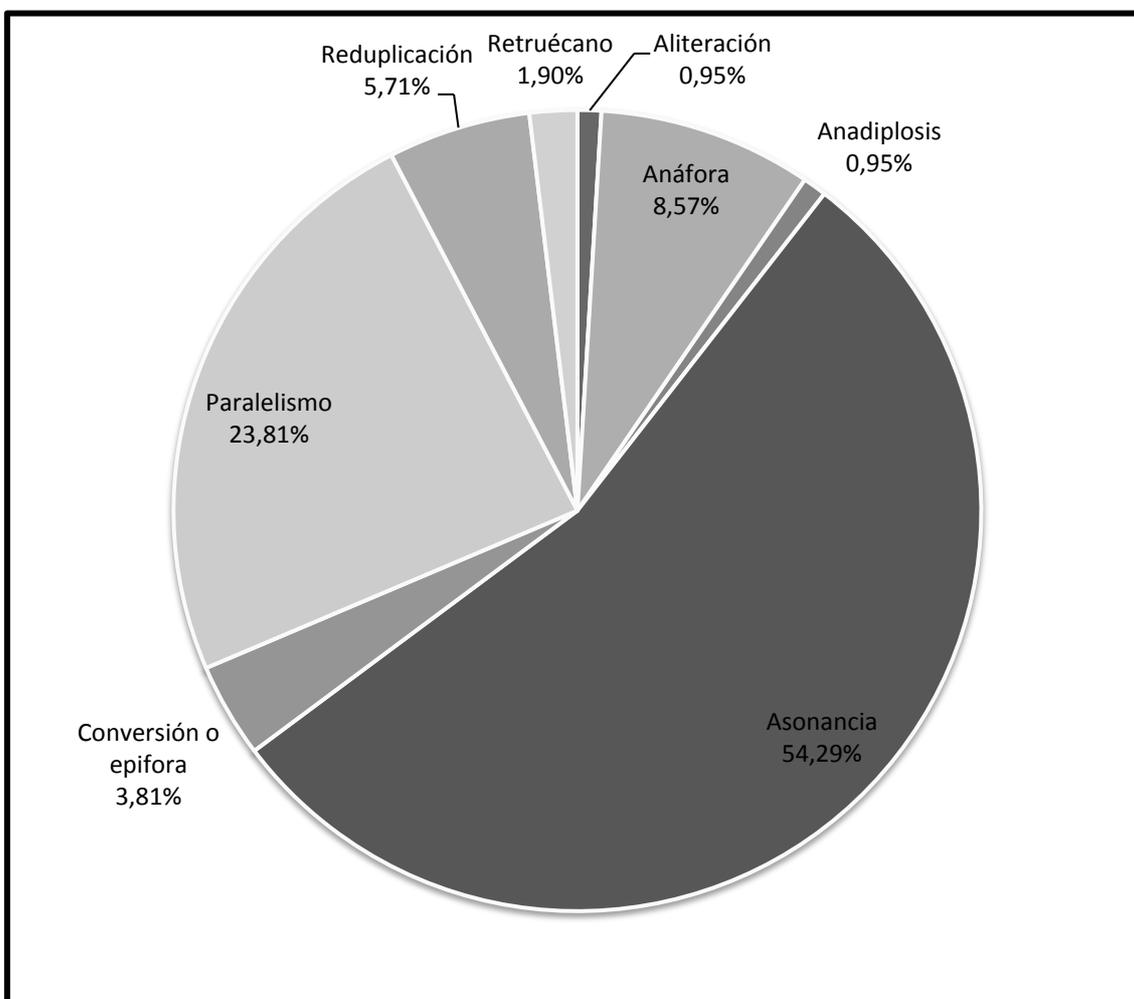
- Aliteración: este recurso mediante el cual se trata de otorgar una propiedad musical a una producción verbal “es la repetición de un sonido o grupo de sonidos que intenta reflejar una sensación determinada” (Guerrero, 1992: 12). Encontramos tan solo un ejemplo en el corpus, en el que se subraya el sonido repetido: [044] “Collage Canal 9 Corta y pega”.
- Anáfora: consiste en la “repetición de un elemento al comienzo de un verso o frase” (Guerrero, 1992: 12). Hallamos 9 casos de anáfora en el corpus. Aquí se reproducen algunos ejemplos: [074] “Democracia 1.0 obsoleta. Democracia 2.0 instalándose”, [297] “Mis sueños serán tus pesadillas; mis reivindicaciones tus maldiciones” o [566] “Vamos despacio porque vamos lejos”.
- Anadiplosis: consiste en “comenzar un verso con la misma palabra con la que ha terminado el anterior (Guerrero, 1992: 14). Existe un único lema marcado en el corpus que presente este recurso: [108] “El miedo lleva a la ira; la ira lleva al odio; el odio lleva al lado oscuro; y el lado oscuro, al ayuntamiento. Siento mucho miedo en ti.”

- Asonancia: según Guerrero (1992: 12), “consiste en la rima de dos palabras que forman parte del mismo verso o frase”. Encontramos 57 coincidencias, y su alto índice de recurrencia (57 coincidencias en 620 lemas implica un 9,19% de recurrencia) puede deberse a la influencia del marco contextual en el que se produce: muchos de los lemas compartidos en las plazas han sido susceptibles de ser coreados. De ello se puede deducir que la generación de posibles rimas o efectos rítmicos pueden suponer un incentivo a la musicalidad y, por tanto, pueden de algún modo generar lemas candidatos a ser cantados. He aquí algunos de ellos, todos ellos aptos para ser coreados, dado poseen rima y condiciones de adaptabilidad rítmica: [030] “Bancos, salváis. Pobres, robáis”, [045] “Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado”, [064] “De norte a sur, de este a oeste, la lucha sigue cueste lo que cueste”, [112] “El president a Picassent”, [129] “Entre rosas y gaviotas nos toman por idiotas”, [258] “Los Borbones, a los tiburones” o [563] “¡Únete madero! ¡Tú también eres obrero!”.
- Conversión o epifora: cuando encontramos “una repetición al final de un verso o frase” (Guerrero, 1992: 14) tenemos una conversión o epifora. Este es un recurso bastante similar a la asonancia, si bien añadiendo al abanico de recursos una repetición léxica necesariamente ubicada al final del verso o la línea. Existe un total de 4 coincidencias en el corpus: [218] “La gente alienada necesita líderes. Nosotros no: nosotros somos nuestros propios líderes”, [351] “No somos antisistemas somos cambiasistemas”, [432] “Porque nos afecta a todos, tenemos

- que estar todos 19 JUN” y [535] “Tenemos derecho a tener derechos”.
- Paralelismo: este recurso consiste en “la repetición de la misma estructura sintáctica en dos o más versos” (Guerrero, 1992: 15). En cierto modo, si la asonancia consistía en la otorgación de la posibilidad de rima en un lema, el paralelismo puede ser interpretado como un recurso que aporta un componente matemático mediante la imitación de patrones sintácticos. Encontramos un total de 25 coincidencias, algunas de las cuales disponemos a continuación: [021] “Apaga la tele. Enciende la mente”, [284] “Menos policía y más auditorías”, [374] “Nosotros reflexionamos, vosotros reflexionaréis” o [382] “Of the people. By the people. For the people.”
 - Reduplicación: esta figura consiste en la “repetición consecutiva de una palabra o grupo de palabras en un mismo verso” (Guerrero, 1992: 14). Hallamos un total de 6 coincidencias: [171] “Generación Ni-Ni: Ni tú me tienes en cuenta Ni yo te doy mi voto”, [221] “La ignorancia de los ciudadanos da la victoria a los tiranos. Lee Lee Lee Lee Lee” o [448] “Que no, que no, que no nos representan” son ejemplos de reduplicación presentes en el corpus. En ellos, se ha subrayado las palabras o grupos de palabras repetidas con un objetivo estético.
 - Retruécano: recurso consistente en “la repetición de dos términos pero invirtiendo su orden” (Guerrero, 1992: 15). Hallamos un total de 2 coincidencias en el corpus, cuyos conjuntos de elementos repetidos de manera invertida aparecen subrayados: [114] “El pueblo no debería temer a los gobiernos, los gobiernos deberían temer al pueblo” y [218] “La

gente alienada necesita líderes. Nosotros no: nosotros somos nuestros propios líderes”.

La distribución de las figuras retóricas por repetición arrojan una proporcionalidad expresada en la Gráfica 6.24.



Gráfica 6.24 Distribución relativa de las figuras por repetición.

Fuente: elaboración propia

La interpretación que se puede realizar de esta distribución es algo ya mencionado en esta subsección de análisis: el aporte a la comunicación visual mediante pancartas de un contenido susceptible de ser repetido y coreado. Esta deducción se puede realizar al comprobar que asonancia, conversión o epifora y paralelismo, los tres recursos que aportan cierta regularidad a los lemas –rima y ritmo por imitación de estructuras sintácticas-

aparecen en un total de 81,91% de los casos, con un total de 86 marcas para 620 lemas.

6.2.5.3 Figuras por combinación

De acuerdo con Guerrero (1992) existen 7 tipos distintos de figuras por combinación: derivación, hipérbaton, juego de palabras o dilogía o silepsis, paronomasia o paronomasia, políptote o poliptoton, simlicadencia y sinonimia. Existen 132 casos distribuidos de la siguiente manera:

- Derivación: es el uso de “dos o más vocablos diferentes que se derivan de una misma palabra primitiva” (Guerrero, 1992: 21). Existen un total de 21 coincidencias, algunas de los cuales aparecen a continuación con los vocablos pertenecientes a la misma familia léxica subrayados: [038] “Caminante no hay camino. Se hace camino al andar”, [330] “No hay revolución sin revolucionarios”, [351] “No somos antisistemas somos cambiasistemas” o [452] “¿Quién nos rescata de los re\$catador€s?”.
- Hipérbaton: “es la alteración del orden sintáctico normal de una frase. El orden normal es *sujeto-verbo-complementos* y dentro de cada sintagma, *núcleo-complementos*” (Guerrero, 1992: 22). Se dan únicamente 3 coincidencias: [001] “A la puta calle nos dijeron y eso hacemos”, [198] “Inteligencia se llama la energía del futuro, por lo menos del mío” y [512] “Sin tele, sin cerveza, toma la plaza con cabeza”.
- Juego de palabras o Dilogía o Silepsis: de acuerdo con el manual de Guerrero (1992: 20), consiste en “usar una palabra que pueda tener más de un significado, para que pueda ser entendida en un sentido o en otro”. Hallamos un total de 38 coincidencias, algunas de las cuales se disponen a continuación, subrayando el término susceptible de ser

interpretado de varias formas: [042] “Chorizo ibérico liquidación” (ver Imagen 6.30), [149] “¡Esto es esperanza⁷⁶ y no la presidenta!”, [206] “Justicia popular para Camps”, [334] “No más BOTÍN⁷⁷ para EMILIO” o [516] “Sol ya lo tenemos, ahora vamos a por la luna”.

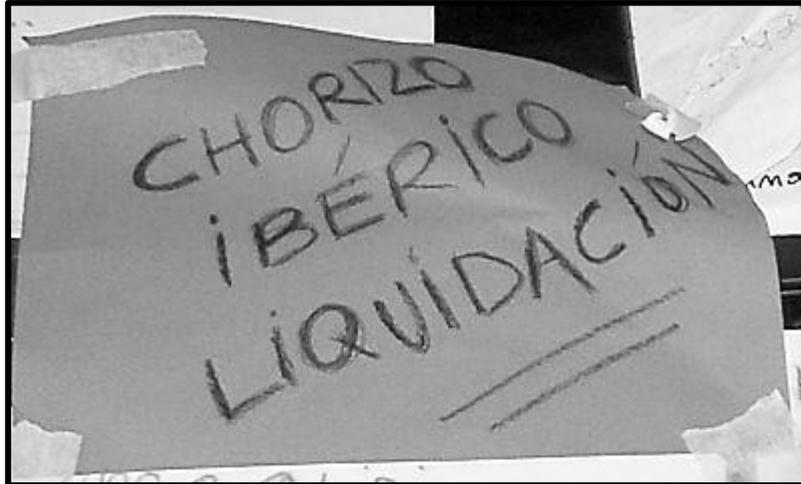


Imagen 6.30: [042] “Chorizo ibérico liquidación”

Fuente: corpus

- Paronomasia o paronomasia: “consiste en utilizar palabras que son iguales en todas menos en una sola letra. Con esto, el poeta consigue que dos palabras que no tenía ninguna relación, ahora la tengan” (Guerrero, 1992: 21). Encontramos un total de 6 coincidencias en el corpus, cuyos ejemplos se disponen con las palabras convenientes destacadas: [020] “Apaga la luz, que la pago yo”, [082] “¿Demócrata? ¡No te calles! A la calle” o [318] “No buscamos la revolución. Exigimos evolución”.
- Políptote o Poliptoton: similar a la derivación, pero en este caso “sucede cuando se usa una misma palabra en varios de sus accidentes gramaticales” (Guerrero, 1992: 21). Encontramos un total de 20 coincidencias como las siguientes:

⁷⁶ En referencia a la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre.

⁷⁷ En referencia a Emilio Botín, director ejecutivo del Banco Santander.

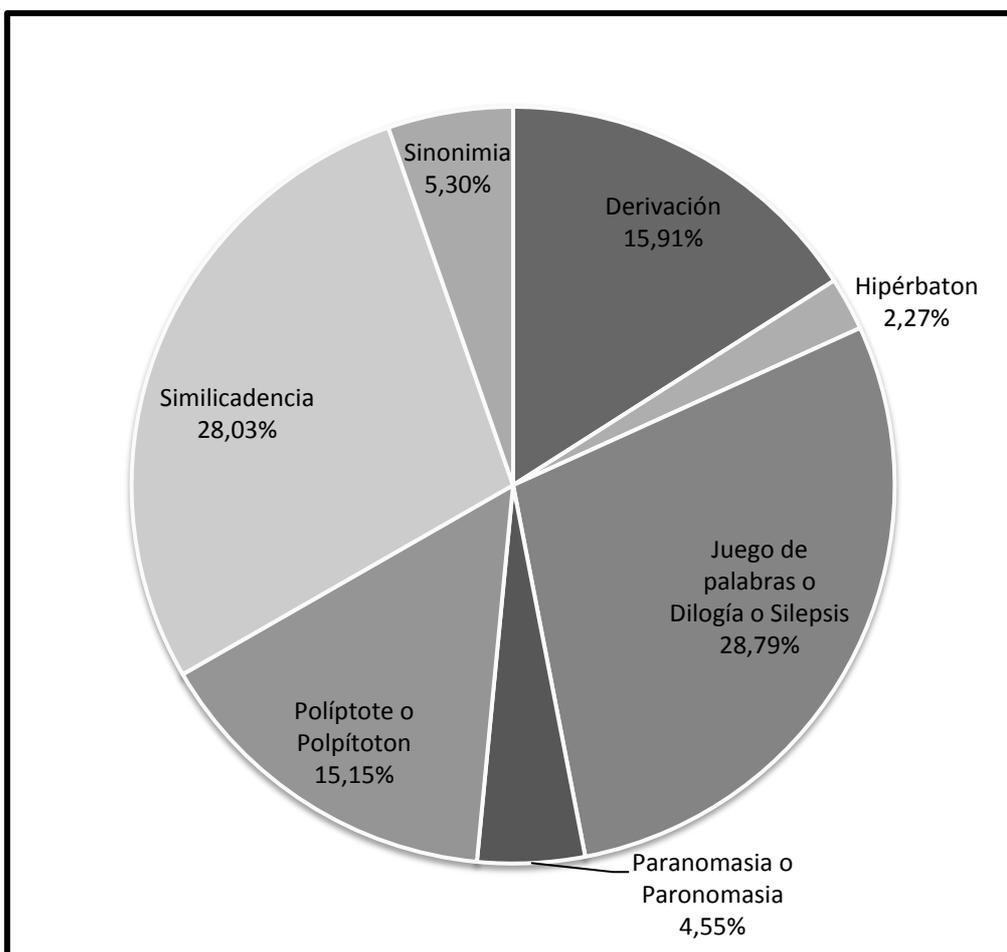
[019] “Antes estudiaba historia, ahora la historia nos estudiará a nosotros”, [180] “Hemos sido hijos de la comodidad, pero no seremos padres del conformismo”, [374] “Nosotros reflexionamos, vosotros reflexionaréis”, [491] “Si esto no cambia, esta mente privilegiada se marcha a Islandia” o [575] “Vosotros tomáis el dinero, nosotros tomamos la calle”.

- Similicadencia: en este recurso “se combina un mismo accidente gramatical en distintas palabras” (Guerrero, 1992: 20). Hallamos un total de 38 coincidencias, y estos son algunos ejemplos de ellas: [014] “Algunos visten de azul, pero todavía piensan en gris”, [066] “¿De qué vale abrir la boca, si no dices nada? Olvida tus temores, mira tu futuro, si te quedas sentado todo se pierde”, [091] “Digamos no, negaos. Actuad: ¡¡¡indignaos!!!, [216] “La esperanza es lo último que se pierde. Aquí no solo no se pierde, aquí también se encuentra”, [341] “No puedo apretarme el cinturón y bajarme los pantalones a la vez” o [493] “Si los de abajo se mueven, los de arriba se caen”.
- Sinonimia: implica el uso de “vocablos de sentido análogo para referirse a una sola cosa” (Guerrero, 1992: 19). El procedimiento de marcación arroja 7 coincidencias como los siguientes ejemplos: [140] “Estamos desempleados, no parados”⁷⁸, [168] “Fuera capitalismo! Abajo los tecnócratas del mundo. ¡¡¡Libertad y conciencia ya!!!”⁷⁹ o [404] “Perdona. Lo siento. Gracias. Te amo”.

⁷⁸ Si bien en este lema el autor pretendió enfatizar en la acepción de la palabra “parados” que hace referencia al movimiento y no a la situación laboral, que es la acotación semántica del término “desempleados”.

⁷⁹ Se interpreta que el término “tecnócrata” hace referencia a aquellos cargos públicos que vertebran el sistema capitalista, con lo que se puede considerar que “capitalismo” y el otro término subrayado hacen referencia al mismo concepto, si bien en esferas de abstracción distintas.

La distribución de los siete tipos de figuras retóricas basadas en la combinación se puede apreciar en la Gráfica 6.25. En ella apreciamos como la distribución se presenta de un modo más atomizado que en las dos tipologías anteriormente presentadas. No obstante, el recurso de combinación se presenta, con 132 casos, como el más frecuente dentro del corpus. Ello supone un factor sintomático, como resumiremos en 6.2.5.5, de la creatividad dentro del corpus.



Gráfica 6.25 Distribución relativa de las figuras por combinación.

Fuente: elaboración propia

6.2.5.4. Tropos

Según el manual adoptado como guía en el análisis de las figuras retóricas (Guerrero, 1992), los tropos son figuras que giran alrededor del establecimiento de un elemento literario y otro real. De sus variaciones emanan las cuatro figuras distintas que pertenecen a esta subcategoría: la metáfora pura, la metáfora visual, la greguería y la metonimia. Sus 56 coincidencias convierten a este tipo de figuras en las menos empleadas en los lemas del corpus, y su distribución es la siguiente:

- Metáfora pura: se produce “cuando el autor cree que dos cosas son iguales o muy parecidas, puede sustituir el nombre de una por el de la otra (...) la cosa sustituida es el término real y la que le sustituye es el término literario” (Guerrero, 1992: 25). Es la figura más frecuente dentro de los tropos, con 37 coincidencias. Estas son algunos de los ejemplos de metáforas hallados en el corpus: [010] “Acordaos de lavaros las manos”, [018] “Anem espai, ¡¡iperque anem lluny!!!”, [045] “Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado”, [129] “Entre rosas y gaviotas nos toman por idiotas”, [135] “Error de sistema: insertar ciudadanía 2.0 para reinstalar una democracia real”⁸⁰, [262] “Los mercados me comen el nardo”⁸¹ o [455] “Quien debe mucho más es el tío Sam”.

⁸⁰ Si bien el uso de la palabra “sistema” supone un ejemplo de dilogía o silepsis en tanto existe una doble interpretación del ítem, la identificación entre un colapso sistémico –socioeconómico– y un error informático supone también un notable caso de metáfora. La “inserción” de una ciudadanía convertida en un sistema operativo o en un programa (“ciudadanía 2.0”) también puede suponer una metáfora en tanto existe un elemento literario introducido en el elemento real.

⁸¹ Además de la obvia referencia fálica (“nardo”), es notable el uso de la palabra “mercados” como una entidad abstracta desde el comienzo de la crisis.

- Metáfora visual: pese a que en el manual de figuras métricas no existe una referencia específica a este tipo de figuras, el especial empleo del entorno por parte de algunos de los creativos que produjeron los lemas del corpus invita a resolver esta sección con la adición de una categoría, cuya incidencia estadística es prácticamente nula. Este tipo de metáforas tienen una relación pragmática peculiar, dado que fundamentan la metáfora visual en un elemento literario – contenido en el lema- y un elemento real que es señalado deícticamente, que no es otro que su emplazamiento. Tan solo encontramos 5 coincidencias como las siguientes, en las que el elemento real señalado deícticamente ha sido subrayado: [076] “Democracia actual” (ver Imagen 6.5) o [144] “Estas son nuestras porras” (ver Imagen 6.31).



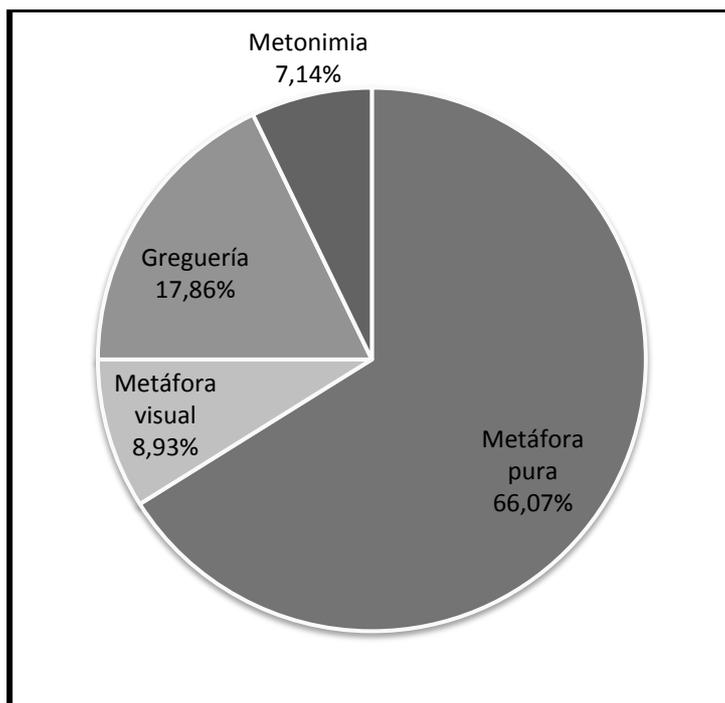
Imagen 6.31: [144] “Estas son nuestras porras”

Fuente: corpus

- Greguería: distinguimos esta figura del resto de tropos “cuando la metáfora constituye ella sola todo el texto y tiene como finalidad expresar una idea humorística” (Guerrero, 1992: 26). Hallamos 10 coincidencias en total, destacando a continuación algunos ejemplos: [012] “Ahí está la cueva de Alí Babá”, [047] “Con este sistema, te cueces o te enriqueces”⁸² o [305] “Ni cara A ni cara B, queremos cambiar de disco”.
- Metonimia: de acuerdo con Guerrero (1992: 27) la metonimia “se parece a la metáfora pura en que nombra una cosa en lugar de otra; pero esta vez, la razón del desplazamiento no es que

⁸² Además de un ejemplo de greguería, este lema es un ejemplo de parasitismo, ya que copia un slogan comercial de una marca de aderezos culinarios.

los dos elementos se parezcan sino que sean contiguos, que uno esté siempre próximo al otro”. Encontramos las siguientes 4 coincidencias: [014] “Algunos visten de azul, pero todavía piensan en gris”, [264] “Los políticos nos mean, los medios dicen que llueve”, [342] “No puedo dormir. No quiero despertar” y [381] “Nuestros sueños no caben en sus urnas”.



Gráfica 6.26 Distribución relativa de los tropos.

Fuente: elaboración propia

La distribución proporcional aparece representada gráficamente en la Gráfica 6.26. La importancia de la misma es menor que en los anteriores tres grupos tipológicos de figuras retóricas, dado que metáfora visual, greguería y metonimia son realmente derivaciones específicas de la metáfora. Su incidencia, además, resulta menor que la de las figuras por adición o supresión, por repetición y por combinación, dado que este es el grupo menos recurrente en el conjunto del corpus.

6.2.5.5 Perfil retórico conjunto

A la hora de establecer un perfil retórico fundamentado en la estadística, es necesario tener en cuenta dos factores: el primero es la diferencia de incidencia entre el nivel absoluto –dentro del corpus- y el nivel relativo –los lemas marcados como población total-, y el segundo es la presencia de tendencias dentro de los grupos de figuras retóricas descritos en las subsecciones precedentes.

La Tabla 6.5 dispone las respectivas proporciones de la aparición de marcas dentro del corpus. Si bien la cantidad de lemas marcados mediante figuras retóricas en el conjunto total no supone ni tan siquiera la mitad del corpus, sí que alcanza un porcentaje considerable (un 40,32%), suficiente como para poder afirmar que el empleo de figuras retóricas no es un fenómeno casual. El empleo de una o dos figuras retóricas se prueba como el más habitual, siendo ciertamente extraño encontrar más de dos marcas en el mismo lema.

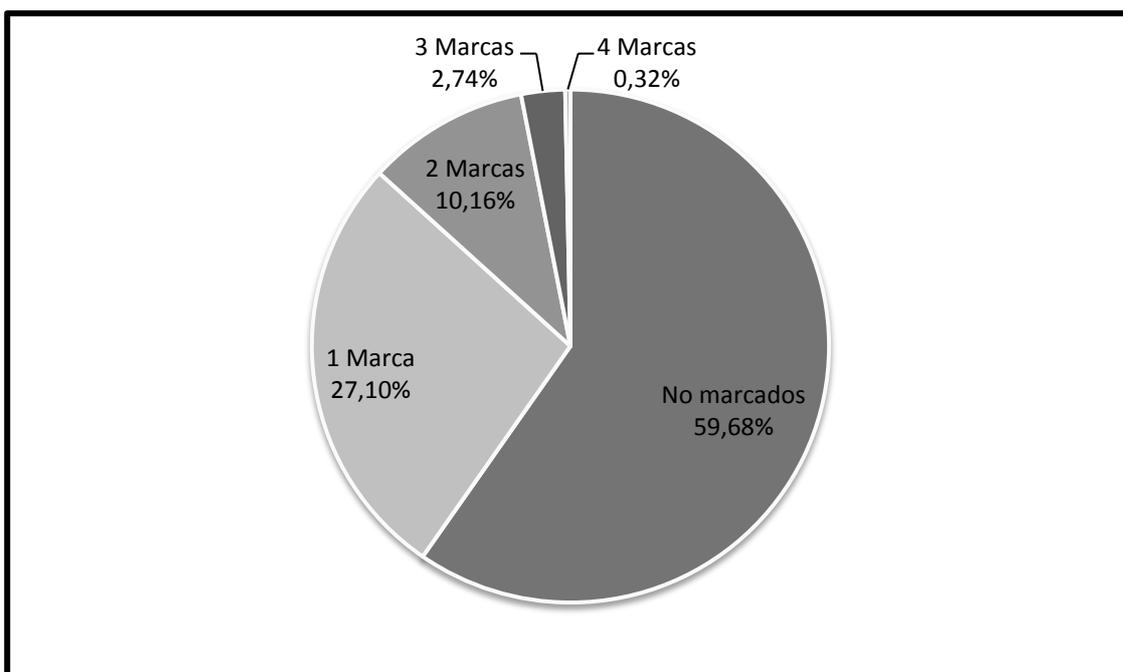
Tabla 6.5: Recurrencia retórica absoluta y relativa.

Nº Marcas	Nº Casos	Porcentaje absoluto (dentro corpus)	Porcentaje relativo (dentro Marcados)
1 Marca	168	27,10%	67,20%
2 Marcas	63	10,16%	25,20%
3 Marcas	17	2,74%	6,80%
4 Marcas	2	0,32%	0,80%
TOTALES	250	40,32%	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Independientemente de su tendencia de distribución relativa – esto es, tomando únicamente los lemas marcados dentro del nivel retórico como población total- es esencial disponer gráficamente la distribución de lemas marcados frente a aquellos no marcados, dado que esta será una de las medidas comparativas entre el corpus y el

subcorpus en las posteriores secciones de este trabajo. Para ello, disponemos la Gráfica 6.27.



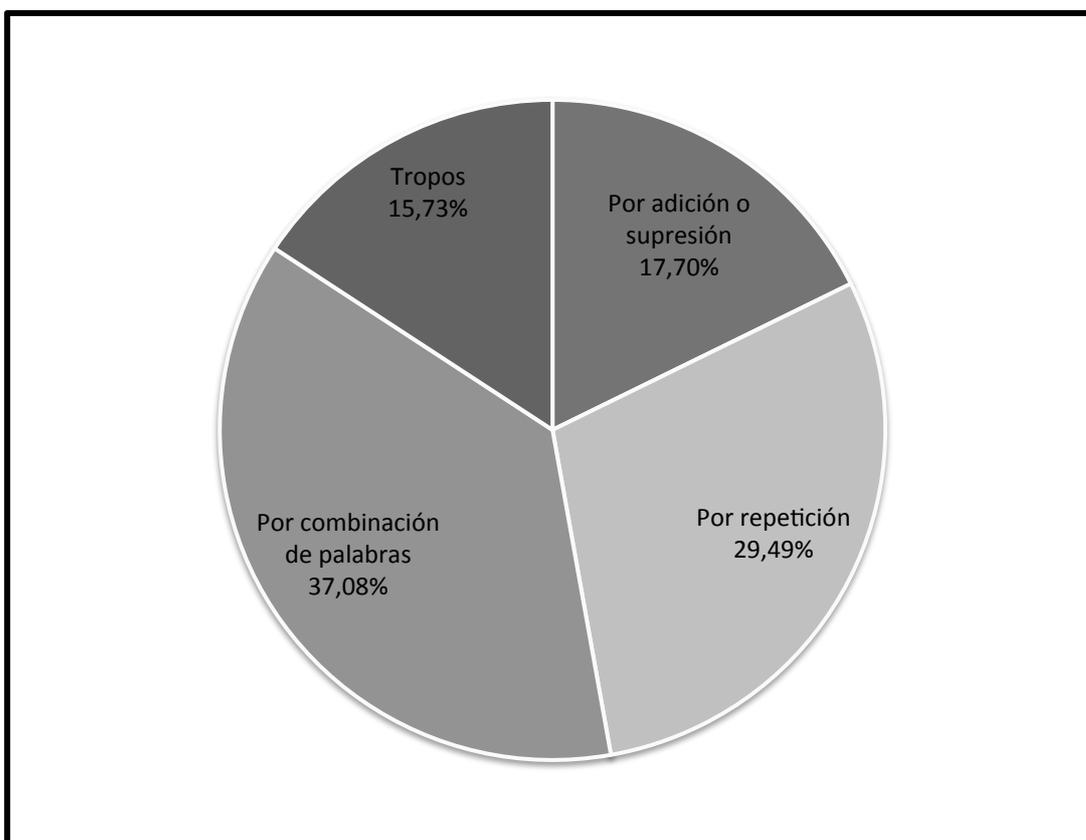
Gráfica 6.27 Distribución absoluta del número de marcas.

Fuente: elaboración propia

Sin embargo, se puede realizar una interpretación a partir de la distribución relativa no ya del número de marcas, sino de su pertenencia a cada una de las cuatro categorías de figuras retóricas ya dispuestas con anterioridad. Todo ello a tenor no solo de la distribución expresada en la Gráfica 6.28, sino de las distribuciones internas dispuestas en 6.2.5.1, 6.2.5.2, 6.2.5.3 y 6.2.5.4. De acuerdo con esta interpretación de los datos expuestos, las figuras por combinación de palabras son las más habituales: 132 casos para un 35,2% del total de los recursos retóricos. Su distribución se muestra atomizada (ver 6.5.2.3), con lo que el dato que extraemos al respecto es que los recursos basados en la combinación de palabras es que existe una alta creatividad en la generación del corpus, algo que debe esconder una intencionalidad al respecto, dada la relativa

complejidad inherente en la generación de lemas con recursos combinatorios.

La presencia de las figuras por repetición y por adición o supresión merece una lectura más profunda. En cuanto a las figuras por repetición, los casos de asonancia, conversión o epifora y paralelismo suponen un 81,91% de los casos englobados dentro de ese 29,49%. Estos tres tipos de figuras son los que aportan un sentido rítmico y poético a los lemas, lo cual puede relacionarse con la tendencia coral que mencionábamos en 6.2.5.2: hay que recordar que las pancartas se generan en un contexto similar a una manifestación con una duración indeterminada. Uno de los recursos ya no solo de captación de la atención sino de perpetuación del lema es precisamente la dotación de ritmo y rima al mismo.



Gráfica 6.28 Distribución relativa de figuras retóricas por categoría.

Fuente: elaboración propia

Con las figuras basadas en la adición o en la supresión de palabras sucede algo similar a lo mencionado con respecto a las figuras por repetición. Dentro de sus 63 coincidencias, hemos de tener en cuenta que el 87,3% de los casos son asíndeton, asíndeton por yuxtaposición y elipsis. Es decir, la supresión de ítems léxicos posee proporcionalmente más presencia que los recursos consistentes en la adición. La economía lingüística, por tanto, parece ser el tercer factor retórico a tener en cuenta junto al uso de los recursos de combinación y la dotación de cualidades corales.

Tabla 6.6: Distribución individual de las figuras retóricas en los 250 casos marcados.

Figura Retórica	Coincidencias	Impacto Relativo
Asonancia	57	16,01%
Juego de Palabras o Dilogía o Silepsis	38	10,67%
Metáfora pura	37	10,39%
Similicadencia	37	10,39%
Asíndeton por yuxtaposición	26	7,30%
Paralelismo	25	7,02%
Derivación	21	5,90%
Políptote o Políptoton	20	5,62%
Elipsis	15	4,21%
Asíndeton	14	3,92%
Greguería	10	2,81%
Anáfora	9	2,53%
Sinonimia	7	1,97%
Paronomasia o Paronomasia	6	1,68%
Reduplicación	6	1,68%
Pleonasmo	5	1,40%
Metáfora visual	5	1,40%
Conversión o epífora	4	1,12%
Metonimia	4	1,12%
Hipérbaton	3	0,84%
Polisíndeton	2	0,56%
Retruécano	2	0,56%
Aliteración	1	0,28%
Anadiplosis	1	0,28%

Epíteto	1	0,28%
TOTAL	356	100%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Por último, para interpretar la influencia de los tropos, hemos de tener en cuenta dos cuestiones. En primer lugar, que si bien estamos hablando del grupo con menor representación, todas las figuras son derivadas de la metáfora pura, con lo que se debe relativizar al alza el valor de su impacto relativo. En segundo lugar, que atendiendo a la distribución del impacto de todas y cada una de las figuras retóricas –expuesto en la Tabla 6.5 –, la suma de las cuatro figuras que emplean un elemento real y otro literal supondría la segunda figura retórica con más índice de impacto.

No obstante, la recurrencia retórica a la concepción de un elemento real y otro no real supone un cuarto elemento a tener en cuenta, cuya incidencia es ciertamente menor que los otros tres. La combinación de elementos léxicos para dotar de atractivo, la dotación de cualidades potencialmente corales y el reduccionismo lingüístico son las tres principales cualidades a destacar dentro del análisis retórico del corpus.

6.2.6 Perfil anatómico agrupado del corpus como Flujo de Entrada en torno a sus características dominantes.

Tras la descripción global del corpus en torno a los cinco niveles abordados a lo largo de toda la subsección 6.2, podemos establecer un perfil conjunto en torno a sus características dominantes, el cual es expuesto en la Tabla 6.7. En ella se indica el porcentaje de las características dominantes y sus coincidencias (marcas). En el caso del número de palabras y caracteres, son el promedio y la moda los datos que aparecen reflejados.

Tabla 6.7: Perfil estadístico agrupado del corpus en torno a sus características dominantes.

NIVEL	CARACTERÍSTICA DOMINANTE	PORCENTAJE	MARCAS
Fonético	Ausencia marca fonética	86,77%	538
Flexivo	Vb Presente, ausente o forma no temporal	77,25%	479
Sintáctico	Estructura Simple	56,94%	353
Semántico (temas)	Economía, Política y Leyes, TIC	55,16%	342
Semántico (parasitismo)	No parasitismo	64,68%	401
Léxico (nº palabras)	Promedio = 6,8306, Moda: 5 palabras		
Léxico (nº caracteres)	Promedio = 38,6758, Moda: 29 caracteres		
Retórico	Ausencia figuras retóricas	59,78%	370

Nota. Fuente: elaboración propia.

El corpus arroja por tanto, en base a la descripción sintetizada en la Tabla 6.7, un perfil anatómico sintetizable de la siguiente manera:

- Ausencia mayoritaria de marca fonética.
- Propensión al uso de formas verbales de presente, formas no personales o directamente a la ausencia verbal.
- Preferencia por la simplicidad sintáctica en lugar de la complejidad.

- Vertebración semántica mayoritariamente en torno a tres campos: economía, política y leyes y TIC.
- Utilización no mayoritaria pero sí significativa del parasitismo como fuente de inspiración.
- Empleo de lemas sintetizados en torno a una moda estadística de 5 palabras y 29 caracteres.
- Ausencia generalizada de figuras retóricas.

Esta síntesis de perfil, no obstante, no debe ocultar las peculiaridades anatómicas internas de cada nivel. Por ello, el carácter de este perfil anatómico es genérico y su objetivo es sintetizar las características dominantes en torno a los niveles de análisis para poder realizar una comparativa con el perfil anatómico del subcorpus a lo largo de la sección 6.4. En dicho apartado de la tesis se realizará, además de la citada comparativa a través de los perfiles estadísticos en torno a las características dominantes, una comparativa exhaustiva de acuerdo con los rasgos descriptivos internos propios de cada nivel.

Para realizar dicha comparativa dual (entendiéndola tanto en el sentido de los rasgos dominantes como en torno a cada uno de los niveles de descripción) se realizará, de un modo sensiblemente menos detallado y más cuantitativo, una descripción anatómica del subcorpus atendiendo a los mismos niveles de descripción que los abordados en la sección 6.2.

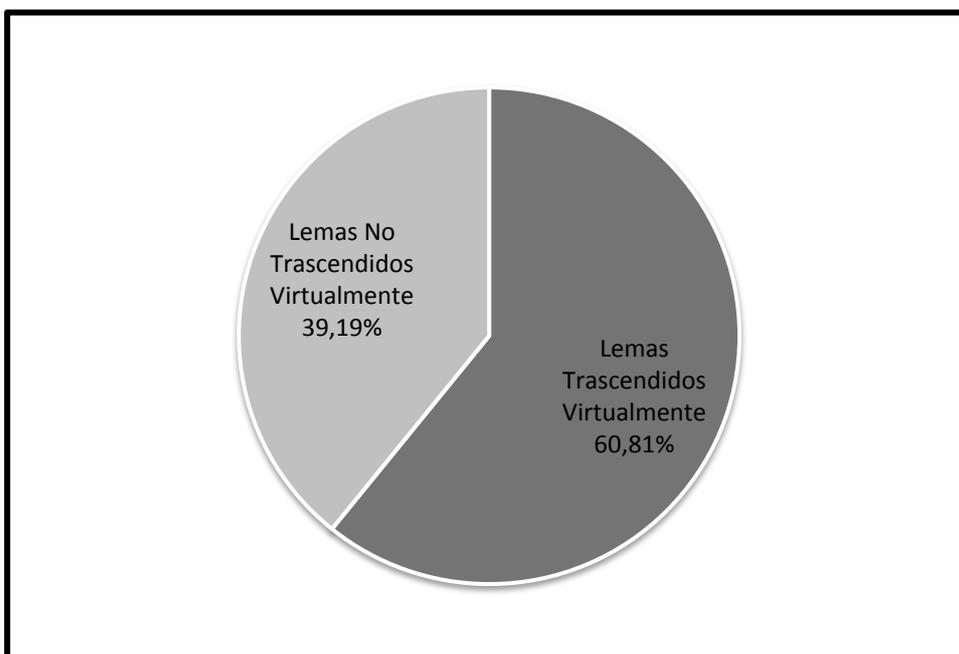
6.3 Estudio anatómico del subcorpus como Flujo de Salida

6.3.1 Definición del subcorpus

A la hora de realizar un análisis del subcorpus como Flujo de Salida, se han abordado exactamente los mismos niveles de descripción que en el caso del corpus, cuya descripción análoga se encuentra resumida a lo largo de toda la sección anterior. Sin embargo, antes cabe recordar la definición de subcorpus ya definida en la sección 4.4 correspondiente a la formulación de hipótesis: el conjunto del subcorpus lo conforman los lemas del corpus original que fueron transmitidos vía Twitter.

El proceso de búsqueda del subcorpus ya fue definido en la sección 5.2, correspondiente al establecimiento de la metodología de estudio y generación del subcorpus. No obstante, cabe recordar que el proceso de búsqueda de lemas del corpus trascendidos a la esfera virtual –en concreto a la plataforma de *microblogging* Twitter- ha sido realizado a través del buscador Topsy. Como se menciona en la citada sección del capítulo 5, ha existido cierta laxitud en la búsqueda, habida cuenta de la posibilidad de ampliar contenidos en un *tweet* de acuerdo a las acotaciones de compartición de texto. Por ello, dentro de los considerados como lemas trascendidos virtualmente encontraremos, además de copias literales de los lemas de las pancartas, *tweets* que muestran una evidencia sustancial de haber sido inspirados en los lemas que forman parte del corpus. Así, además de reproducciones literales de los lemas, encontraremos evidencias de incorporación de los citados lemas a mensajes más extensos o simples variaciones de los mismos.

Una primera descripción cuantitativa de los lemas que han trascendido a la vertiente virtual, cuya extensión en el tiempo se expondrá en la sección 6.6 y cuyos ejemplos podrán ser consultados en los anexos en base a los archivos relacionados con los empleados en dicha sección, se ofrece en la Gráfica 6.29.



Gráfica 6.29 Trascendencia virtual

Fuente: elaboración propia

Un total de 377 lemas del corpus han sido publicados en la red Twitter, frente a 243 que no. Esto es: un 60,81% de los lemas ha experimentado una trascendencia del entorno urbano hacia el ciberespacio, incrementando exponencialmente su capacidad de difusión⁸³. A lo largo de las subsecciones de esta sección 6.3 se realizará una descripción no de los *tweets* emitidos, que se cuentan

⁸³ El sistema de difusión de Twitter se cimienta en dos dimensiones. La primera, la visual, en tanto que un *tweet* puede ser visto por los seguidores del usuario que lo escribe o *retwittea*. La segunda, y aquí reside el mayor potencial de la red social a nivel de difusión de datos de naturaleza propagandística, es la posibilidad de realizar búsquedas en tiempo real por categorías, introduciendo el *hashtag* o el tema de interés (es decir, se puede introducir tanto “#nonosvamos” como “15 de Mayo” en el buscador y siempre aparecerán resultados actualizados al instante). Por ello, las posibilidades de recepción de un slogan se multiplican exponencialmente con relación al contexto físico, dado que uno no solo puede ver una pancarta súbitamente, sino que además puede realizar una búsqueda a través de la misma red social.

por decenas de miles, sino de aquellos carteles que han sido adaptados a su forma virtual. Dadas las cifras obtenidas en cualquier búsqueda mediante la herramienta Topsy, resulta inabarcable realizar un estudio de todos los lemas emitidos con motivo del movimiento 15M en su primer año de vida.

Lo que se pretende en esta sección del trabajo es analizar el perfil de aquellos lemas que fueron extraídos de un medio para ser adaptado a otro, pero en su forma original. Con ello, se busca establecer un perfil medio del lema transcendido con el principal objeto de determinar cuáles son los factores que influyen en los receptores del corpus a la hora de elegir determinados lemas sobre otros para difundirlos por la red.

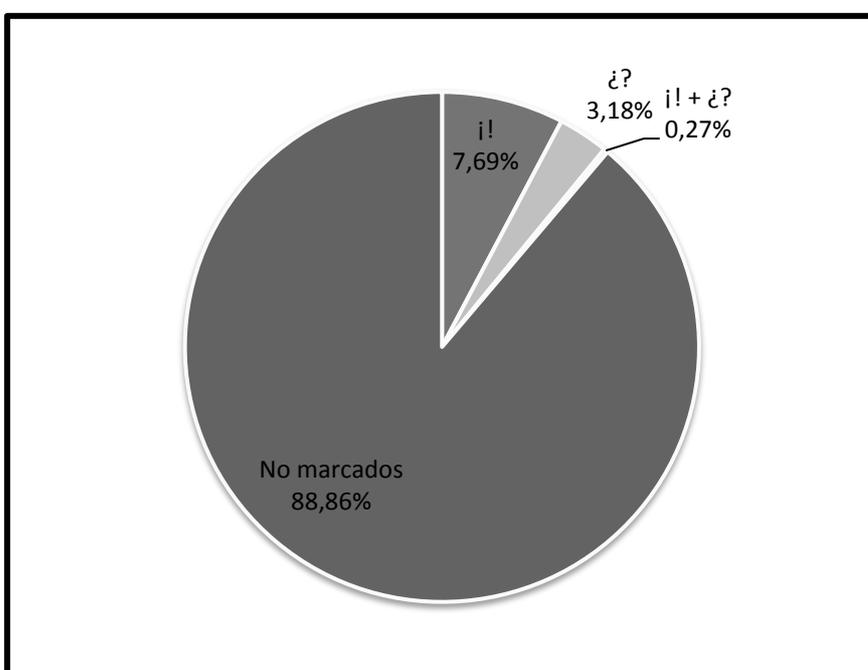
A través de las siguientes subsecciones, se establecerá un perfil estadístico siguiendo exactamente las mismas pautas adoptadas en la sección 6.2, de modo que no se describirán únicamente las características dominantes de los lemas trascendidos en su forma original, sino que además se realizará una descripción igual de cercana y acotada que la realizada del corpus. A posteriori, ya en 6.4, se llevará a cabo una comparativa estadística entre corpus y subcorpus, tratando de interpretar similitudes y tendencias diferenciales para analizar no solo el citado perfil propenso a la trascendencia virtual, sino los factores que cobren o pierdan importancia de cara al citado tránsito.

Dado que la intención del establecimiento del perfil de los lemas trascendidos es de un carácter comparativo, se ha prescindido de ciertas consideraciones en el proceso de descripción, concretamente de aquellas características no descriptibles mediante

estadísticas, las cuales ya han sido convenientemente reseñadas en 6.2 (sirva el uso de las mayúsculas como ejemplo). Por ello, la descripción del subcorpus posee proporcionalmente una mayor cantidad de datos que la anteriormente realizada del corpus

6.3.2 Nivel fonético

En el conjunto de 377 lemas pertenecientes al corpus trascendidos a la esfera virtual a través de la plataforma Twitter encontramos una distribución de la marcación fonética similar a la esbozada en la sección 6.2.1 correspondiente a la descripción del corpus. Las proporciones descritas en la Gráfica 6.30 se sustentan en la siguiente distribución: 29 lemas marcados con signos de exclamación, 12 con interrogación y 1 caso de combinación de marcas.

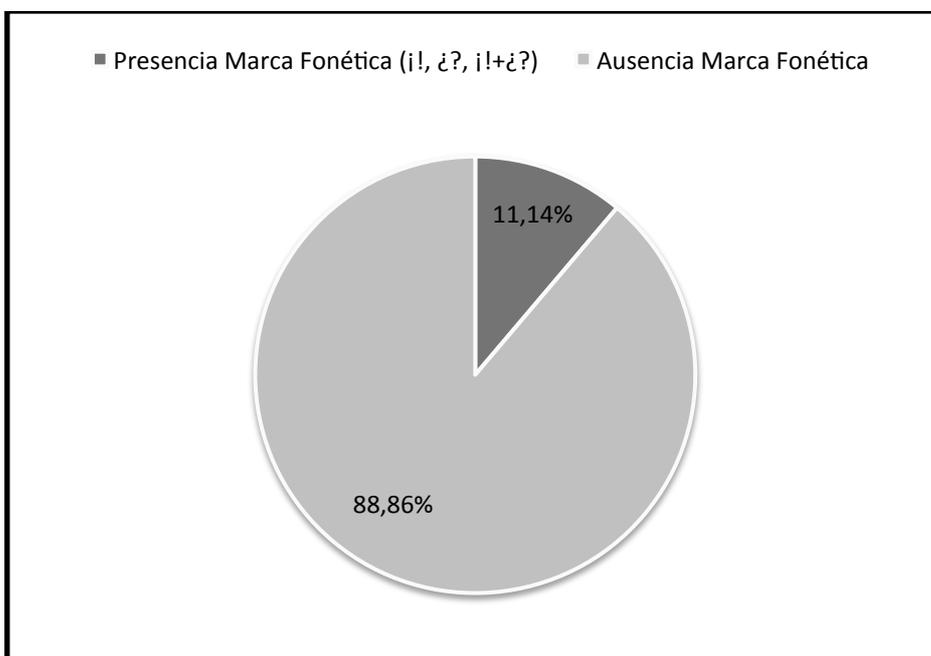


Gráfica 6.30 Perfil fonético del subcorpus por marcas.

Fuente: elaboración propia

La distribución recuerda ciertamente a la establecida con respecto del corpus: la marcación fonética a través de caracteres específicos de marcación no parece un recurso decisivo a la hora de descontextualizar un lema para difundirlo a través de la red. El establecimiento de la no utilización de este tipo de recurso fonético se hace más evidente discriminando no entre categorías de

marcación sino entre la consideración de empleo o no de las marcas de exclamación o interrogación como apreciamos en la Gráfica 6.31.



Gráfica 6.31 Perfil fonético agrupado del subcorpus.

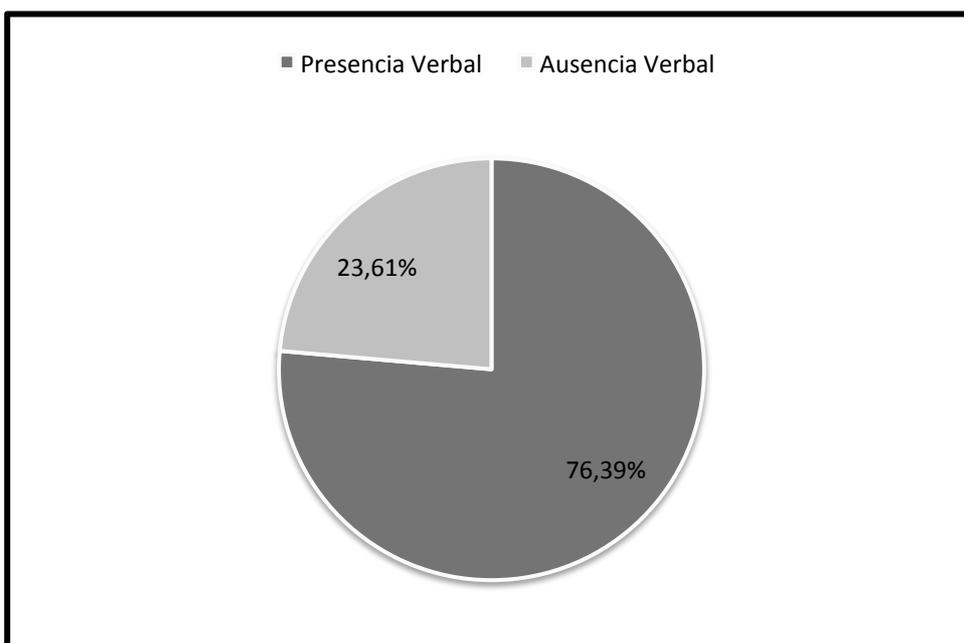
Fuente: elaboración propia

Las similitudes o diferencias estadísticas entre el perfil fonético del corpus y los 377 lemas trascendidos virtualmente serán expuestas e interpretadas en la sección 6.4.

6.3.3 Nivel morfosintáctico

6.3.3.1 Marcación temporal

Tratando de imitar las pausas de análisis establecidas en 6.2.2.1, realizamos un aislamiento de los lemas del corpus trascendidos virtualmente y realizamos un mapeo estadístico completo al respecto de la flexión verbal. En primer lugar, comprobamos la presencia de núcleos verbales en los lemas del subcorpus. Nuevamente, parece que la presencia verbal se antoja mayoritaria en los lemas trascendidos, como apreciamos en la Gráfica 6.32.



Gráfica 6.32 Recurrencia verbal del subcorpus.

Fuente: elaboración propia

Las proporciones, no solo relativas a la presencia verbal dentro de los lemas trascendidos sino también relativas a la distribución de la recurrencia verbal, parecen responder a patrones ya revisados a lo largo de la sección 6.2.2.1. Las formas verbales de Presente acaparan por si solas el porcentaje mayoritario de distribución dentro del total

de marca, seguidas por el empleo de formas no temporales del verbo (F.N.T).

Tabla 6.8: Recurrencia temporal total en el subcorpus.

FORMA VERBAL	CASOS	PORCENTAJE
Pasado	25	5,10%
Presente	329	67,14%
Futuro	20	4,08%
Formas no temporales	116	23,67%
TOTAL	490	100%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Enmarcando estos guarismos en el conjunto total del subcorpus –es decir, incluyendo aquellos lemas en los que no encontramos ningún verbo, y tomando nuevamente los lemas y no las marcas verbales como referencia- apreciamos la distribución expresada en la Tabla 6.9 en la que también se incluye la dimensión de marcación combinada (Formas Mixtas).

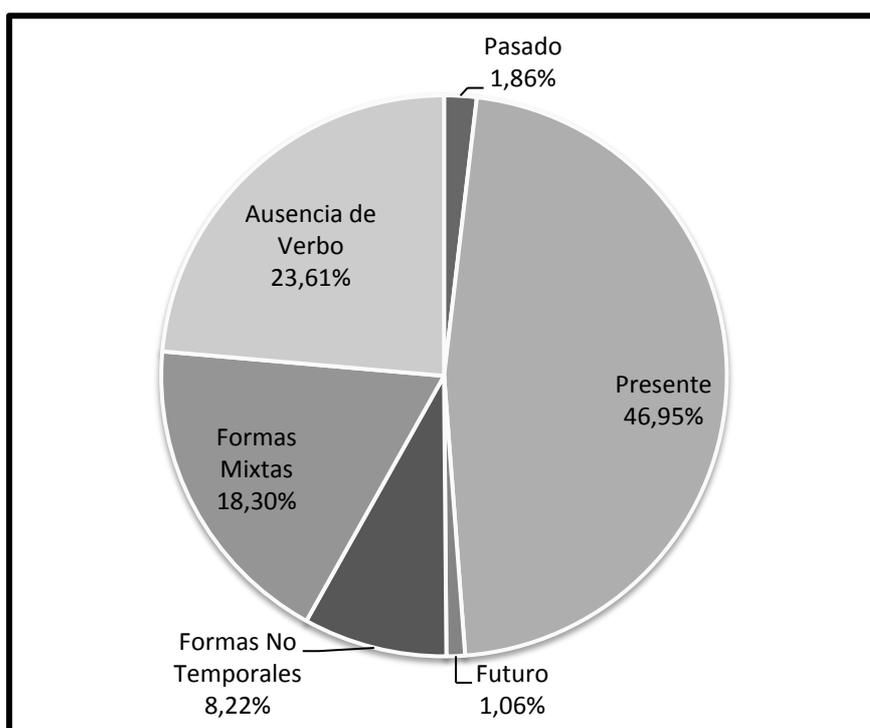
Tabla 6.9: Recurrencia temporal por lemas en el subcorpus.

CATEGORÍA	CASOS	PORCENTAJE
Pasado	7	1,86%
Presente	177	46,95%
Futuro	4	1,06%
Formas no temporales	31	8,22%
Formas Mixtas	69	18,30%
Ausencia de Verbo	89	23,61%
TOTAL	377	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Nuevamente y como sucediera en la sección 6.2.2.1, la representación gráfica de la recurrencia temporal –ver Gráfica 6.35- relativiza la distribución de la elección de las distintas formas verbales, concediendo a los lemas en los cuales no hay presencia de verbo en la segunda tendencia tras los lemas íntegramente expresados en formas de presente. La referencia al momento presente y la sencillez sintáctica que implica la ausencia verbal

parecen imperar en la elección de lemas de cara a una trascendencia virtual. Los lemas que se agrupan en torno a las dos citadas categorías, por tanto, resultan los más eficientes a la hora de llamar la atención del receptor, quien será a su vez el encargado de compartirlos mediante la herramienta de comunicación Twitter.



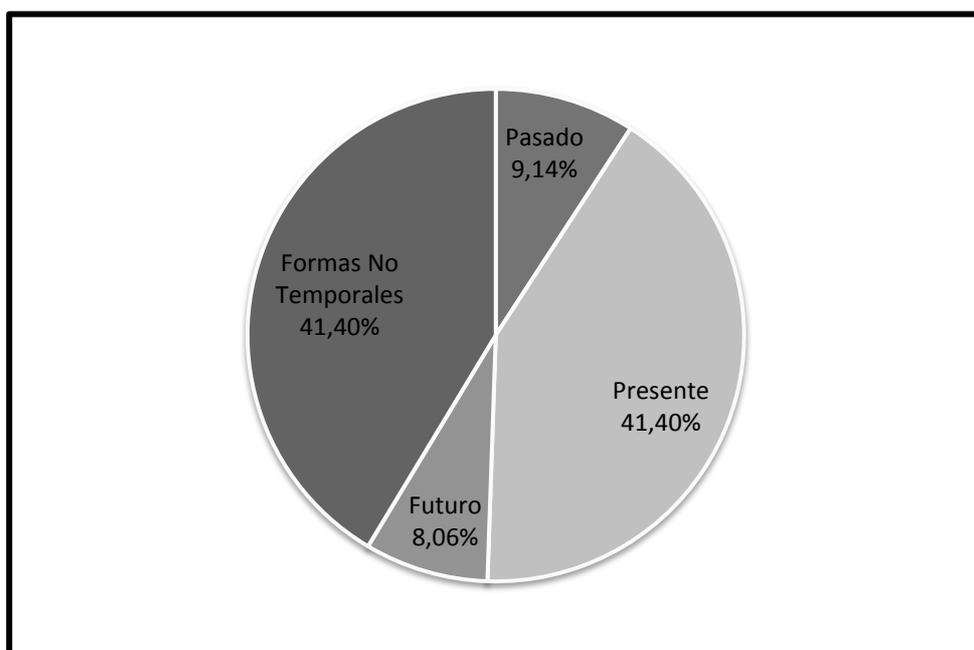
Gráfica 6.33 Recurrencia verbal por lemas en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

La elección de lemas con formas verbales de diferentes naturalezas temporales se erige como la tercera opción en términos de aparición, y su distribución interna se refleja en la Gráfica 6.33. Como podemos apreciar en la misma, esta categoría de marcación combinada recoge en su interior un empleo mayoritario de las citadas dos formas verbales predominantes: las de Presente y las Formas No Temporales.

El establecimiento de este perfil estadístico supone, como en el caso del dispuesto acerca del corpus, un retrato exhaustivo acerca de

las tendencias de marcación, en este caso de aquellos lemas que presentan una trascendencia virtual en el primer año de vida del movimiento 15M.



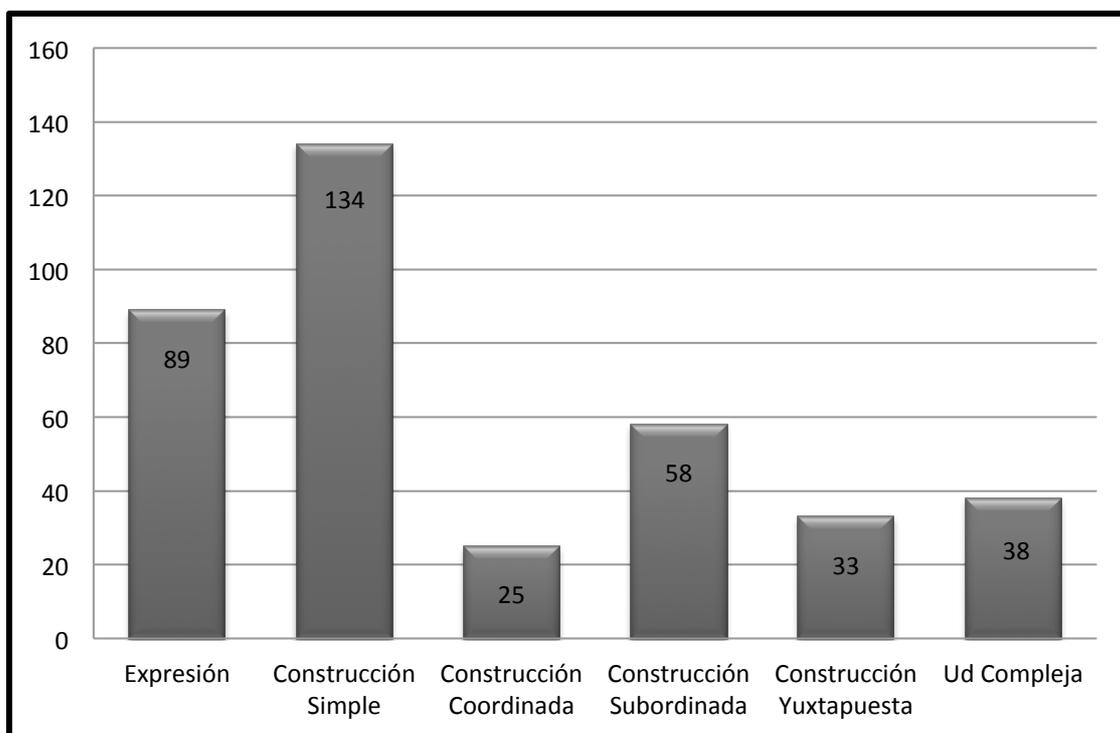
Gráfica 6.34. Impacto temporal relativo en las Formas Mixtas del subcorpus.

Fuente: elaboración propia

No obstante, y como ya comentamos en el mencionado caso de la marcación sintáctica del corpus, suponemos que el lema es la unidad básica de análisis, no así el número de marcas verbales –que no coinciden con el número de lemas- presentes en el subcorpus. Por ello, la Tabla 6.7 y la Gráfica 6.34 son útiles a la hora de realizar el citado retrato exhaustivo de los lemas escogidos para su trascendencia, pero serán los guarismos expresados en la Tabla 6.8 y la Gráfica 6.33 los empleados para establecer un perfil de características dominantes en 6.3.7.

6.3.3.2 Perfil sintáctico: análisis de la complejidad

La distribución de los perfiles sintácticos dentro del subcorpus arroja un conjunto de coincidencias reflejadas en la Gráfica 6.35. De nuevo aplicamos la división en 6 categorías de marcación basadas en los seis tipos de construcción sintáctica considerados en la sección 6.2.2.2 de este trabajo. Nuevamente, son las dos categorías más simples –Expresión y Construcción Simple- las que destacan sobre el resto a nivel cuantitativo con un total de 223 coincidencias sobre 377 posibles.

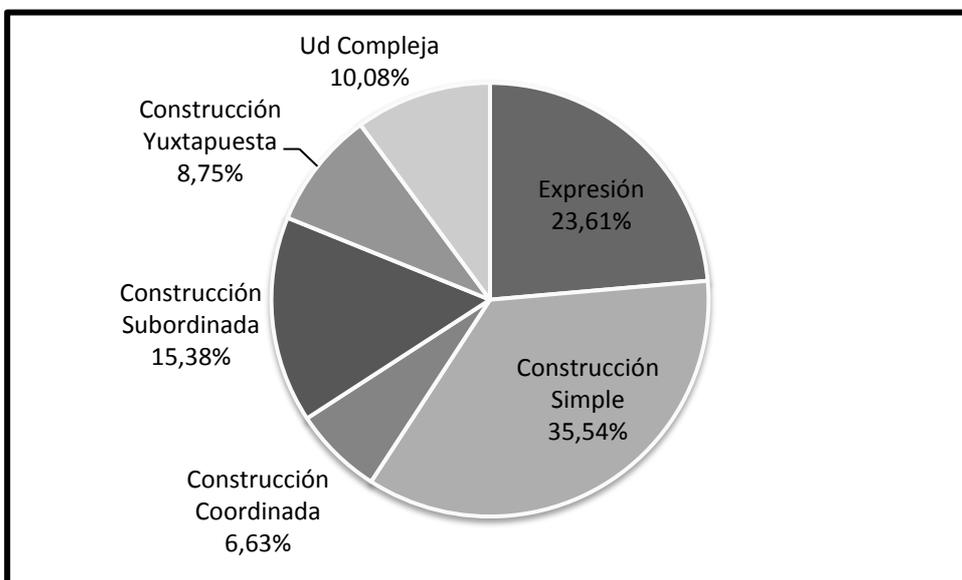


Gráfica 6.35 Perfil sintáctico del subcorpus: coincidencias.

Fuente: elaboración propia

El número de coincidencias distribuidas en las seis categorías de marcación arrojan una acumulación en torno a las dos más simples, pero no descartan la elección de lemas con estructuras más complejas. Por ello, la distribución proporcional queda nuevamente

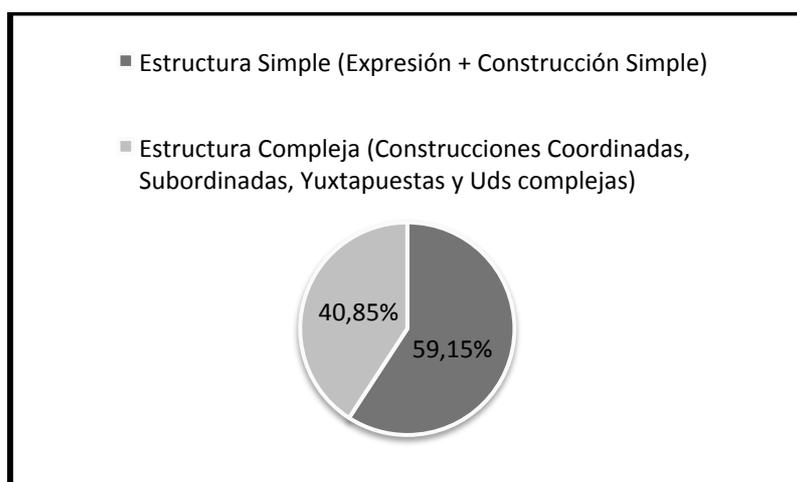
atomizada, recordándonos al perfil análogo dispuesto en la correspondiente descripción de tendencias sintácticas dentro del corpus (ver sección 6.2.2.2), como vemos en la Gráfica 6.36.



Gráfica 6.36 Perfil sintáctico del subcorpus por marcas.

Fuente: elaboración propia

Si bien la distribución resulta poco concluyente en cuanto al establecimiento de una tendencia de elección de lemas según perfiles sintácticos para su trascendencia virtual, la distribución simplificada visible en la Gráfica 6.37 nos ofrece un panorama más claro.



Gráfica 6.37 Perfil sintáctico agrupado del subcorpus.

Fuente: elaboración propia

En el análisis descriptivo de las tendencias sintácticas del corpus observábamos una tendencia a emplear construcciones sintácticas propensas a la simplicidad para generar lemas de una fuerza de atracción basada primordialmente en la reducción del esfuerzo cognitivo. Lo que apreciamos en este perfil descriptivo es una tendencia similar en el proceso de selección previo a la compartición en la esfera virtual.

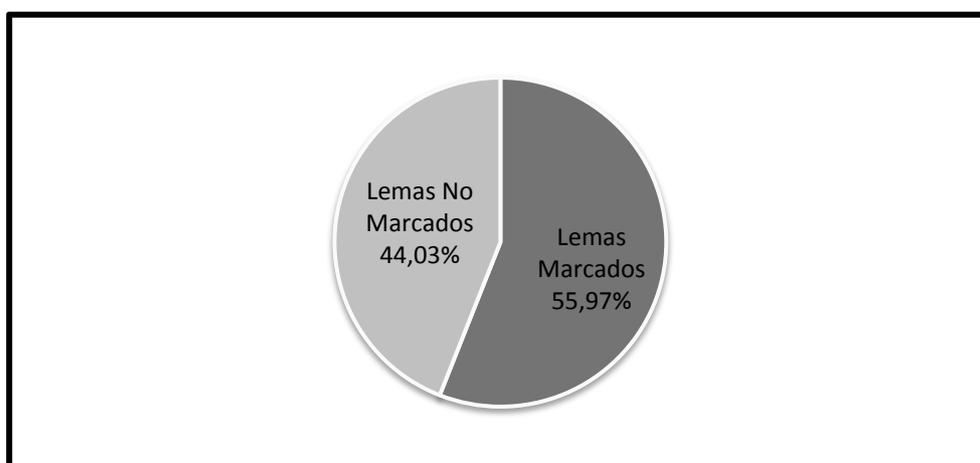
6.3.4 Nivel semántico

A la hora de describir el aspecto semántico de los 377 lemas que han trascendido al nivel virtual a través de Twitter no se ha realizado el proceso introductorio de analizar la presencia de los tres campos semánticos de referencia –Economía, Política y Leyes y TIC– en los ítems léxicos más frecuentes del subcorpus. El realizado en 6.2.3.1 poseía un valor orientativo para confirmar la presencia de estos tres campos semánticos en los lemas del corpus a través de sus vocablos más recurrentes. Por tanto, y en aras de constituir un perfil estadístico del subcorpus apto para la comparación por el realizado acerca del corpus, procederemos a una descripción en el mismo sentido: atendiendo a la presencia de los tres campos semánticos citados y la del parasitismo en los lemas trascendidos virtualmente.

Con ello, trataremos de describir el peso del empleo de lemas referidos a los citados tres campos semánticos dominantes y el efecto de la disminución del esfuerzo cognitivo a través del empleo de formas ya conocidas.

6.3.4.1 Recurrencia temática en los lemas del subcorpus

El subcorpus presenta una selección de 377 lemas distribuidos en 211 lemas con presencia de los tres campos semánticos de referencia del corpus y 166 que no presentan marca al respecto. La distribución proporcional queda reflejada en la Gráfica 6.38. Cerca de un 56% de los lemas seleccionados para trascender del campo de la comunicación visual tradicional hacia el escaparate virtual que constituye Twitter recurren temáticamente mediante el empleo de léxico relativo a los campos de Economía, Política y Leyes y TIC.

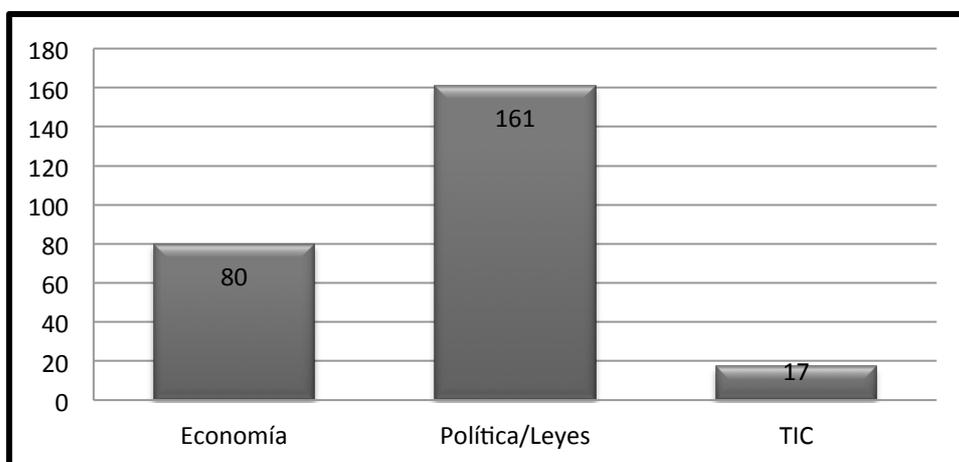


Gráfica 6.38 Comparativa Lemas Marcados/Lemas No Marcados en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

Los 211 lemas marcados en este sentido que forman parte del subcorpus presentan un total de 258 marcas distribuidas de acuerdo con lo expresado en la Gráfica 6.39. En ella se aprecian proporciones similares a las presentadas en el apartado temático del perfil semántico del corpus. Si bien esta comparativa proporcional será realizada a posteriori, es notable el escaso descenso de la marcación relativa a las TIC en los lemas trascendidos con respecto al experimentado por las marcas de las otras dos categorías. Mientras que tras la discriminación de lemas en el tránsito hacia la esfera virtual las referencias a Política y Leyes disminuyen cerca de un 37%

(de 254 a 161) y las marcadas como Economía lo hacen aproximadamente un 42% (de 139 a 80 referencias), las relativas a las TIC lo hacen poco más de un 22% (de 22 a 17). Parece por tanto un hecho relevante la relativa pervivencia de referencias a las TIC. Sí trascienden al propio campo de la informática y las redes sociales lemas basados en la fórmula “Error de Sistema” (ver [133], [134], [135], [136] o, con una fórmula similar, [132]). Además, y este es un dato que se antoja importante a la hora de trazar la línea entre las manifestaciones de tipo convencional y la red como plataformas accesorias de comunicación visual, lemas como [614] “#Estamoshartos” o [617] “# Revolución se escribe con hashtag” son seleccionados para trascender a la red. No obstante, el análisis comparativo y las conclusiones extraídas al respecto se ofrecerán a partir del punto 6.4.



Gráfica 6.39 Distribución de marcas en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

La importancia de las menciones a las TIC en la selección de lemas del corpus que forman parte del subcorpus se confirma al revisar la distribución del número de marcas en el conjunto de 377 lemas trascendidos (Tabla 6.10). Los 6 lemas que presentaban una

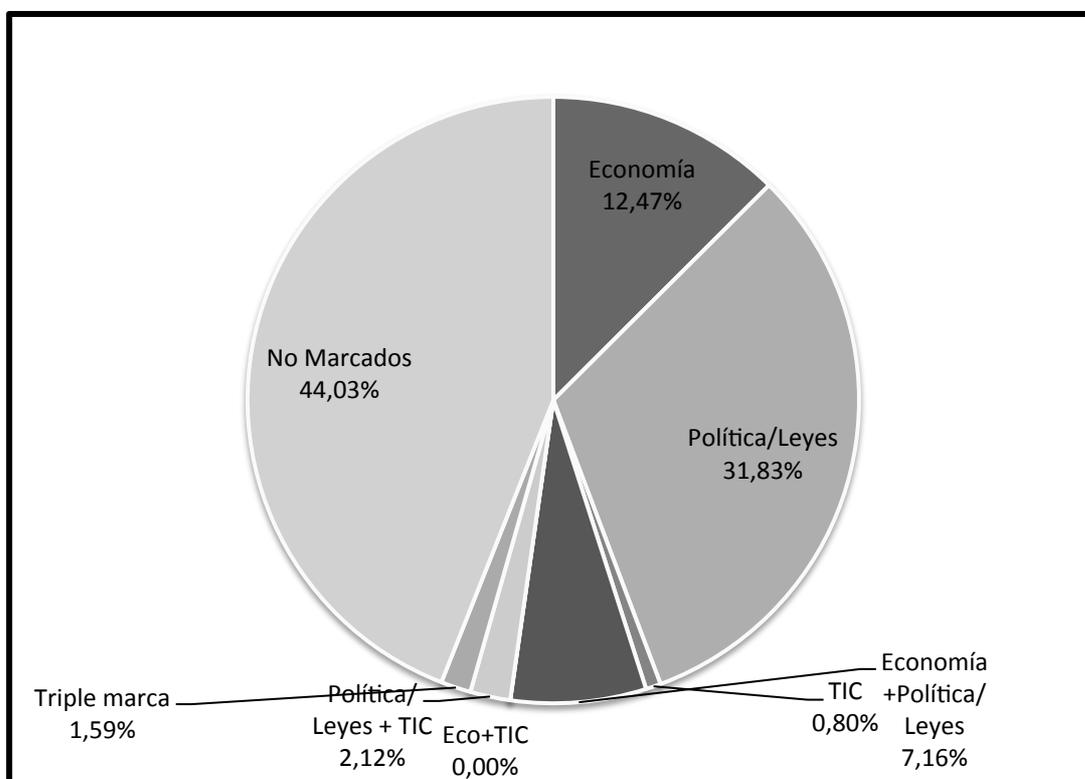
triple marca en el corpus forman parte del subcorpus. Recordemos que en los seis lemas (los citados [133], [134], [135], [136], [137] y [425] “Por favor, sonría: está cayendo un sistema”) aparece el ítem “sistema”, cuya polivalencia semántica parece generar un efecto de atracción en los receptores, los cuales tienden a incorporarlo a su batería de recursos en internet.

Tabla 6.10: Comparativa entre nº de marcas en el subcorpus.

MARCACIÓN	COINCIDENCIAS	PORCENTAJE
1 Marca	170	80,57%
2 Marcas	35	16,59%
3 Marcas	6	2,84%
TOTAL	211	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, la descripción gráfica de la distribución de marcas –computando como en el caso del corpus las categorías combinadas– se dispone a través de la Gráfica 6.40.



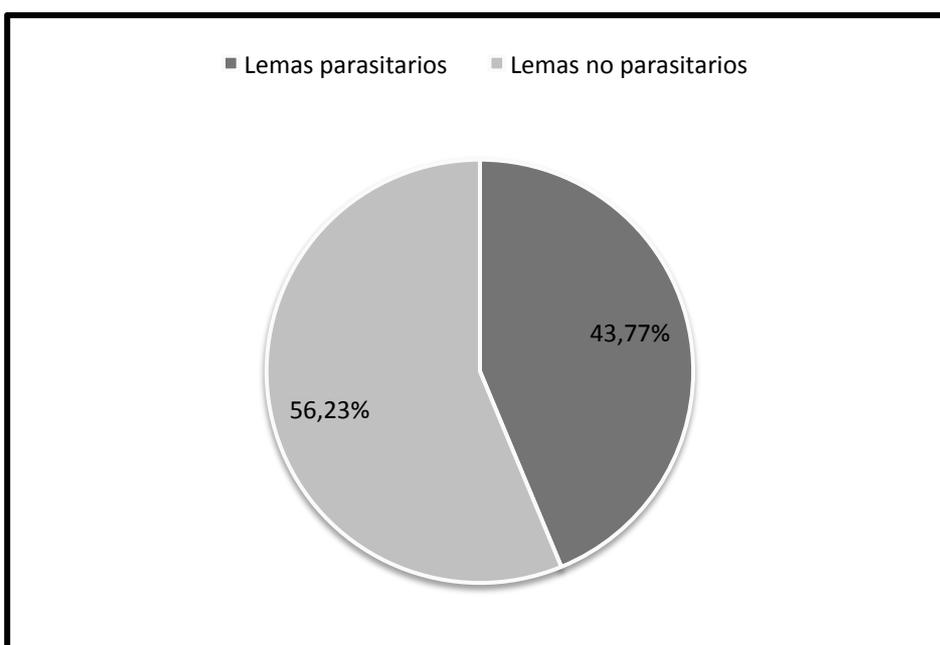
Gráfica 6.40 Distribución total de marcación/no marcación en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

Nuevamente, la distribución por marcas se presenta atomizada, sin apreciar grandes variantes con respecto de la realizada análogamente con respecto del corpus, salvo la presencia creciente de los lemas con triple marca. Las repercusiones de estas pequeñas variaciones distributivas serán analizadas a posteriori.

6.3.4.2 Nivel léxico-semántico: el parasitismo

Un muestreo de la presencia de lemas parasitarios en el subcorpus nos arroja una cantidad de 165 lemas parasitarios, una cantidad ostensiblemente superior en proporción a la presencia de los mismos en el corpus: de un 35,32% a un 43,77% reflejado en la Gráfica 6.41.

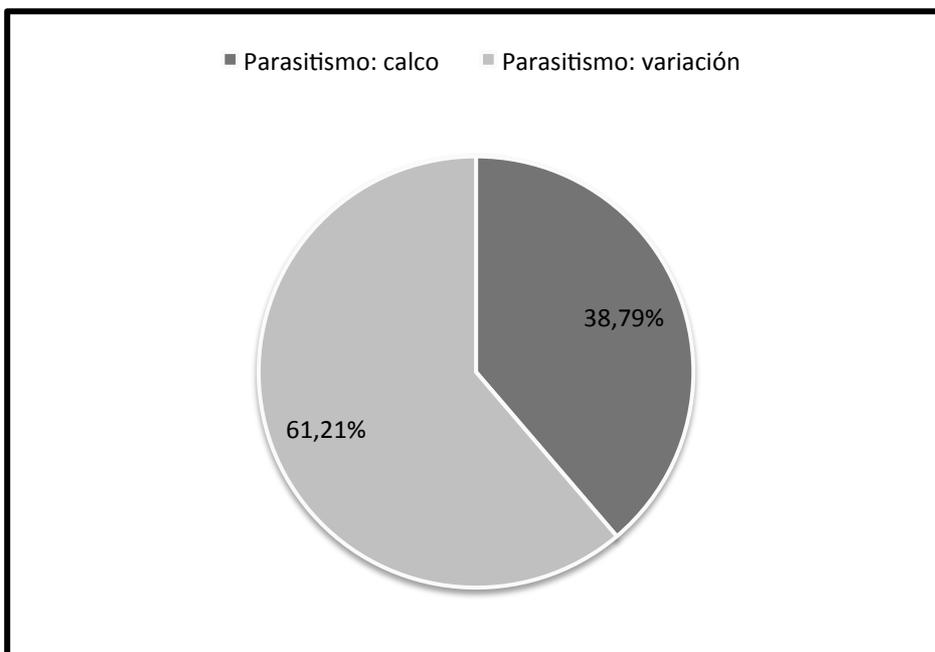


Gráfica 6.41 Presencia de parasitismo en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

El impacto de la búsqueda de la captación de la atención queda evidenciado con este significativo aumento de la presencia de los lemas parasitarios. Este aumento queda reflejado a su vez en el incremento proporcional de los calcos. Es decir, el empleo de formas ya conocidas de manera literal se hace más acusado en los lemas trascendidos a Twitter que en la población de pancartas que constituyen el corpus. De acuerdo con la Gráfica 6.42 y lo expresado en ella, 64 lemas de los 165 parasitados presentan calco, lo cual implica un aumento del 8,65% con respecto de la presencia de los lemas calcados en el corpus. El porcentaje de aumento de los calcos

es similar al del aumento de la presencia de lemas parasitarios en el subcorpus con respecto del corpus, que se cifra en un 8,45%.



Gráfica 6.42 Frecuencia tipológica en los casos de parasitismo.

Fuente: elaboración propia

El citado aumento implica forzosamente, como se explicará en la sección 6.4, una intensificación en la estrategia de adhesión al movimiento. Dicha intensificación de la voluntad persuasiva se fundamenta, ateniéndonos a los resultados expuestos en esta sección- sobre dos principios ya mencionados con anterioridad en este trabajo: la disminución del esfuerzo cognitivo mediante el uso de formas previamente conocidas y el empleo del *hashtag* como herramienta de difusión. La mecánica de consecución de la trascendencia virtual y uno de sus potenciales efectos se refleja en el ejemplo que ilustramos con una serie de imágenes, la primera de las cuales es la Imagen 6.32.



Imagen 6.32: [593] “Yes We Camp” y [338] “No nos vamos” convertidos en *hashtags*
Fuente: corpus.

En dicha imagen apreciamos una pancarta en la que podemos leer dos de los lemas trascendidos virtualmente ([593] y [338] según la disposición vertical). Los dos lemas han sido convertidos en *hashtags* por el creador de la pancarta, haciendo un llamamiento claro al uso de ambos en la red social Twitter. El empleo del primero de los dos lemas –basado en el lema “Yes we can” empleado por Barack Obama en las elecciones presidenciales concluidas con victoria por su parte el 4 de Noviembre de 2008- como etiqueta de categorización del servicio de *microblogging* alcanza niveles de difusión y uso muy altos, como refleja la Imagen 6.33.



Imagen 6.33: Tweet reproduciendo el lema [593] “Yes we camp” y empleándolo como *hashtag*
Fuente: https://twitter.com/leila_na/status/72614132737781760

Dicho *tweet* no solo difunde el lema [593] “Yes we camp” sino que además lo reconstruye y emplea como *hashtag* (#yeswecamp). El mismo, si atendemos a la fecha dispuesta en la parte baja de la Imagen 6.33 –la cual se puede confirmar accediendo al link dispuesto como fuente- se emite como titular a un enlace (<http://bit.ly/jdHBTP>) que nos redirige hacia un sitio web del que se expone una captura de pantalla en la Imagen 6.34.

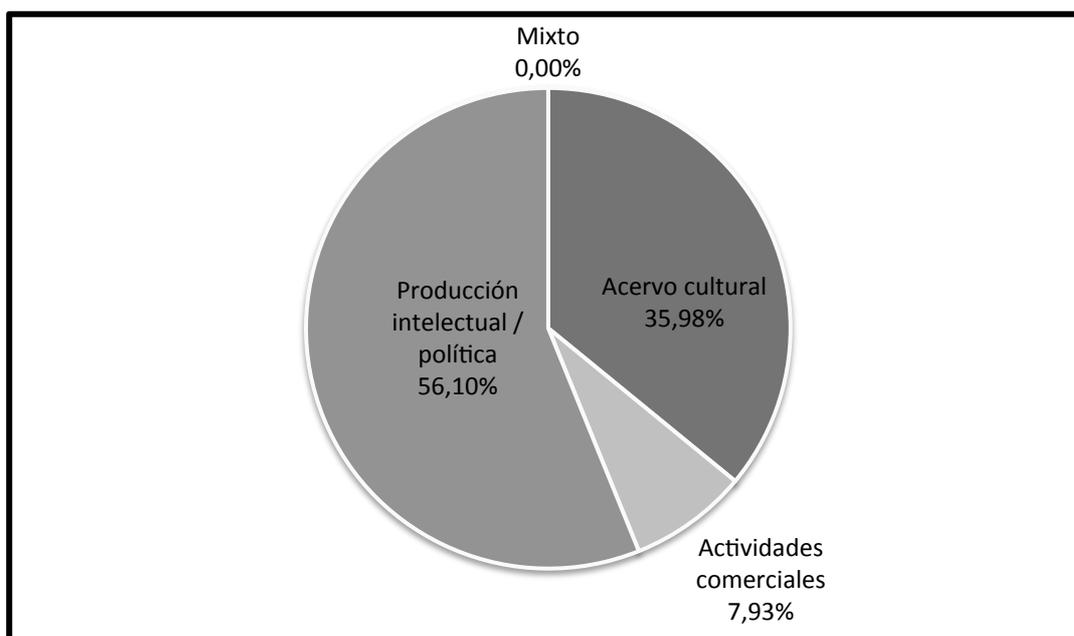
The screenshot shows the Al Jazeera website interface. At the top, the Al Jazeera logo is on the left, and a headline reads "Permission to engage: Victims' families and a former US soldier unpick the Wikileaks footage that showed US forces killing Iraqi civilians in 2007". Below the logo is a navigation menu with categories like News, Programmes, Video, Blogs, Opinion, In Depth, Business, Sport, Weather, and Watch Live. A search bar is on the right. The main content area features a "LATEST" section about a Norwegian court ruling, followed by a profile for Leila Nachawati. The main article is titled "'Yes we camp' activists hit Spanish streets" and includes a sub-headline: "When Spanish officials banned a protest camp in central Madrid ahead of elections, thousands defied the ruling." Below the text are social media sharing icons (Like, Tweet, Share, Email, Print, etc.) and a photo of protesters holding a sign that says "ERROR DEL SISTEMA". To the right, there are "Related" and "Top News" sections with various headlines.

Imagen 6.34: Captura de pantalla del enlace incorporado en Imagen 6.33.

Fuente: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2011/05/201152264452749575.html>

Dicho link nos remite a la web del medio de comunicación Al Jazeera, en el cual la usuaria del *tweet* de la Imagen 6.33 es redactora. El artículo está encabezado por el titular “ ‘Yes we camp’ activists hit Spanish streets – When Spanish officials banned a protest camp in central Madrid ahead of elections, thousands defied

the ruling” e incorpora la fotografía de unos manifestantes en la Puerta del Sol de Madrid luciendo una pancarta en la que se puede leer “Error del Sistema #spanishrevolution”, lo que supone un uso combinado de dos lemas: [134] “Error del Sistema” y [618] “#spanishrevolution”. Ambos lemas no solo forman parte del corpus sino que además son parte de la lista de 377 lemas del subcorpus trascendidos a la esfera virtual. El uso combinado de estos dos lemas, además, no está recogido en una pancarta conjunta en el corpus. Esto resulta sintomático de la capacidad de difusión de los mensajes del corpus no solo a través de la red física, sino a través de la virtual y, como se sugería en la sección 6.1.2, la influencia de este uso combinado en los medios de comunicación.



Gráfica 6.43 Distribución de categorías de origen en los lemas parasitarios del subcorpus.

Fuente: elaboración propia

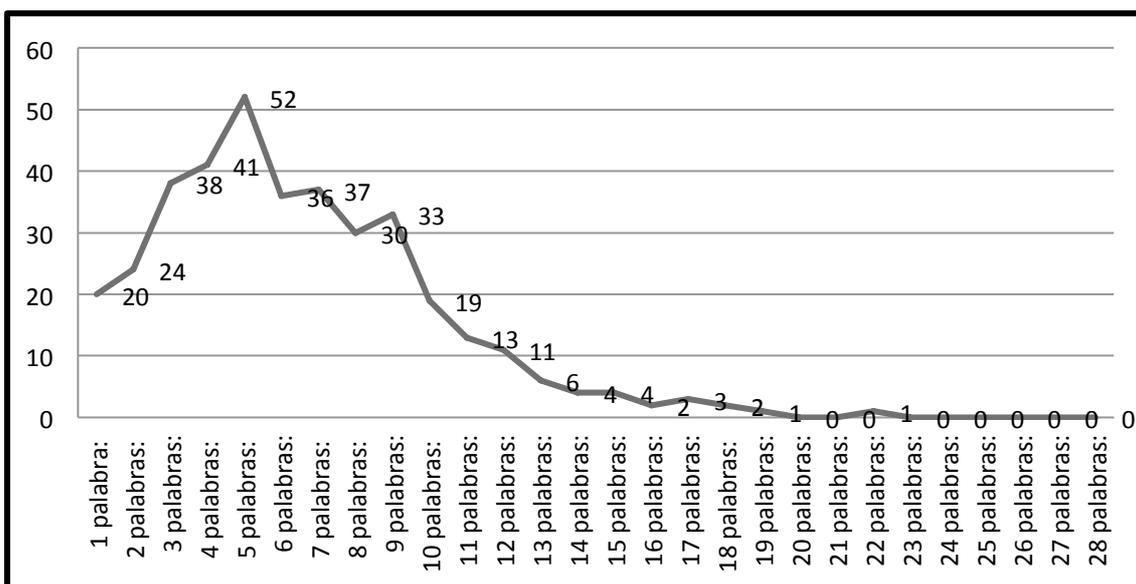
Por otro lado y para concluir la revisión del parasitismo hasta el establecimiento del perfil estadístico del subcorpus, la distribución de las categorías de origen de los lemas parasitarios en los lemas trascendidos queda reflejada en la Gráfica 6.43. La misma nos muestra una ligera disminución de la presencia de lemas

correspondientes a Actividades Comerciales y una desaparición de los 2 lemas con un origen mixto. Dicha reducción –inferior a un 3%- se distribuye entre las otras dos categorías de marcación, si bien las variaciones no resultan reseñables más allá del mero reflejo estadístico.

6.3.5 Nivel léxico

El establecimiento de este perfil estadístico de la extensión en términos de palabras y caracteres en los 377 lemas que conforman el subcorpus nos arroja una serie de tendencias bastante próximas a las vistas en el perfil análogo de los lemas del corpus. Por un lado, el promedio se reduce de 6,83 palabras a 6,46, pese a que la moda se mantiene en 5 palabras por lema. Ello implica que carteles contenidos en el corpus como [170] “Fuera sueldos vitalicios a políticos”, [211] “La clave está en Sol”, [325] “No falta dinero: sobran ladrones” o [566] “Vamos despacio porque vamos lejos” lograron captar la atención de los potenciales receptores debido, entre otros factores de atracción, a su reduccionismo formal. Algo similar sucede con los lemas que originalmente poseían entre 3 y 9 palabras: dicha horquilla alcanza un 70,82%, únicamente un 0,01% más que la proporción de lemas del corpus conjunto distribuidos en el mismo intervalo. El máximo de palabras pasa de 28 a 22, y el mínimo se mantiene en una única palabra, si bien su descenso proporcional es significativo: de 23 lemas con una sola palabra en el corpus (un 3,71%) se pasa a 20 en el subcorpus (un 5,31%). Ello implica la confirmación de un cierto grado de impacto de los lemas más reducidos del corpus, dado que se incrementa su presencia en el espacio virtual con respecto al entorno físico. Ello resulta especialmente eficaz en términos de expansión en lemas como [614] “#Estamoshartos”, [618] “#spanishrevolution” o [620] “#tomalaplaza”, plasmados ya desde el inicio del movimiento 15M como *hashtags* en carteles expuestos en el entorno urbano. La distribución de palabras por lema del subcorpus queda reflejada

gráficamente en la Gráfica 6.44, y recuerda distributivamente a lo expresado respecto del corpus en la Gráfica 6.21 de la sección 6.2.4.



Gráfica 6.44 Coincidencias palabras/lema en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

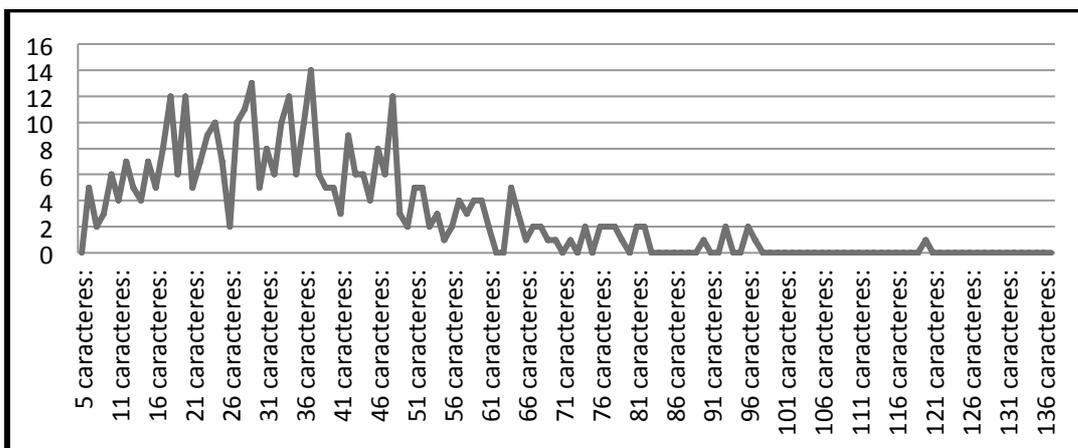
La distribución de los caracteres por lema nos ofrece un promedio de 36,1 caracteres por lema trascendido frente a los 38,68 del corpus. La variación es mínima, si bien la tendencia modal indica cierta variación al alza: de existir 22 lemas con 29 caracteres como moda (un 3,55% del corpus) la moda se desplaza a 37 caracteres con 14 coincidencias (un 3,71% del subcorpus). El descenso en el máximo de caracteres por lema (de 137 en el corpus a 120 en el subcorpus) puede estar justificado por el límite de 140 caracteres en Twitter. El caso del único lema trascendido que presenta 120 caracteres en su forma original es concluyente en ese sentido atendiendo a la Imagen 6.35, en la que al lema [060] –para más señas, un ejemplo de parasitismo- se le añade el autor de la cita y, lo que resulta más esclarecedor de la intención de difusión, el *hashtag* “#notenemosmiedo”, el cual es una deformación con fin instrumental del lema [360] “No tenemos miedo”.



Imagen 6.35: Ejemplo de trascendencia virtual del lema [060]

Fuente: <https://twitter.com/sseerrgii/status/71629448641921024>

El mínimo de caracteres pasa de 5 en el corpus a 7 en el subcorpus, lo cual puede ser interpretado como un aumento poco significativo en tanto ambos registros vienen a resumirse numéricamente en 2 lemas por cada uno. La representación gráfica de la distribución de caracteres por lema queda reflejada de acuerdo a la Gráfica 6.45, la cual nos ofrece un perfil similar al de la Gráfica 6.22 de la sección 6.2.4.



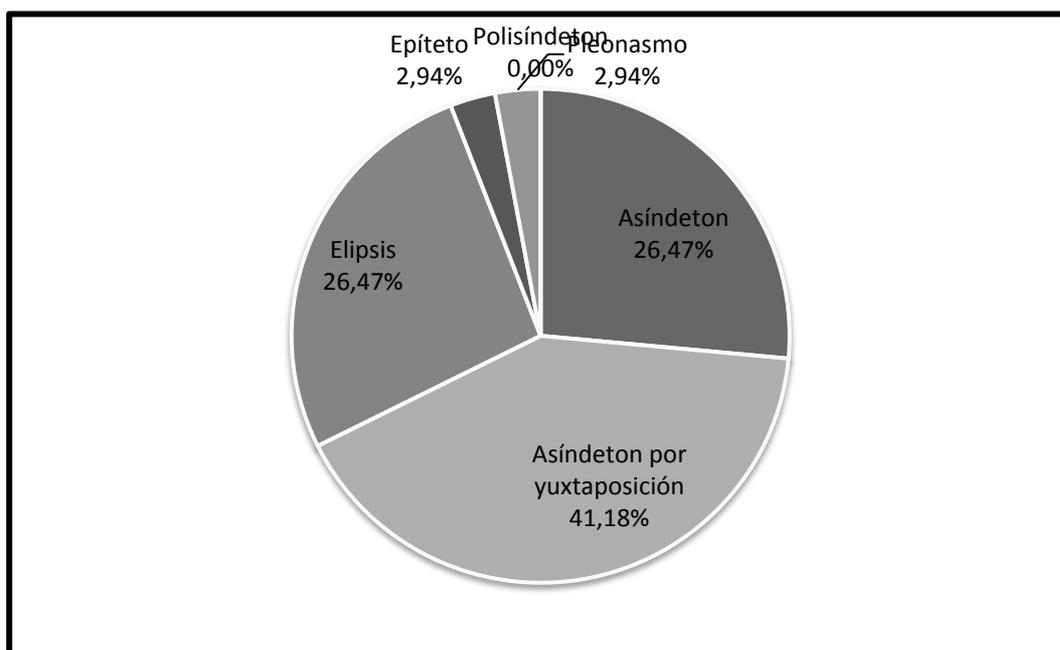
Gráfica 6.45 Coincidencias caracteres/lema en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

6.3.6 Nivel retórico

6.3.6.1 Figuras por adición o supresión

El proceso de marcación de las figuras por adición o supresión en el subcorpus, dispuesto proporcionalmente en la Gráfica 6.46, nos muestra un crecimiento de los lemas que presentan casos de Asíndeton y Elipsis frente a una reducción de los que presentan Pleonasma y Polisíndeton. El primer recurso citado crece un 4,25% y el segundo un 2,66%, mientras que los últimos dos casos mencionados se reducen un 5,94% y un 3,17% respectivamente respecto del corpus.



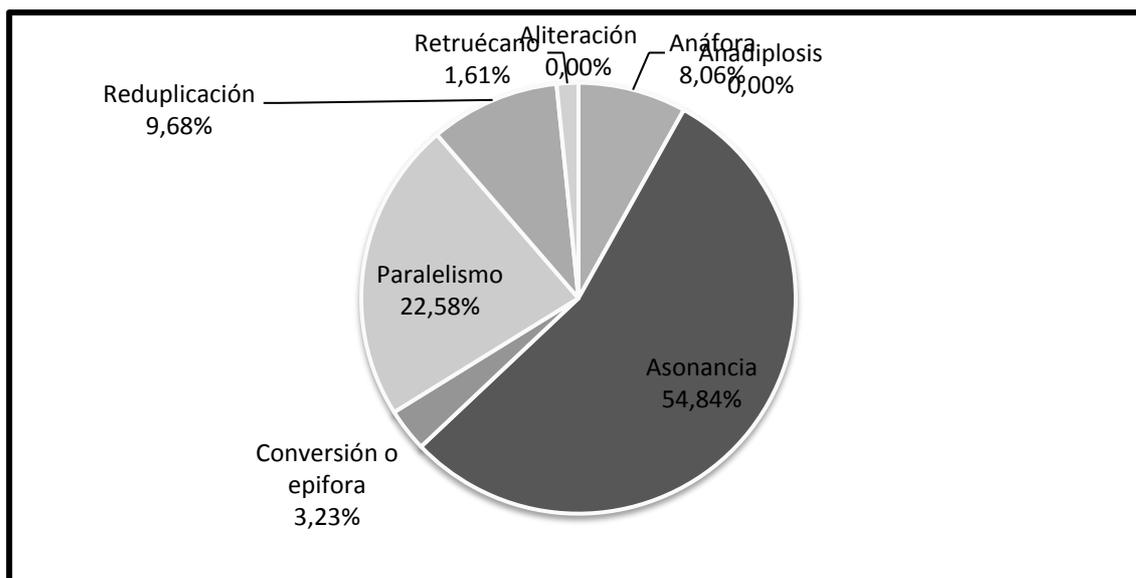
Gráfica 6.46 Distribución relativa de las figuras por adición o supresión en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

Este aumento implica subsecuentemente una mayor preponderancia de los recursos basados en la supresión de léxico frente a los que implican una adición. El reduccionismo parece revestir una importancia significativa de cara a trascender al plano virtual.

6.3.6.2 Figuras por repetición

La distribución de figuras retóricas por repetición arroja una distribución proporcional bastante similar a la presentada en 6.2.5.2 respecto del total de lemas del corpus, como podemos apreciar en la Gráfica 6.47. Sin embargo, percibimos un crecimiento cuanto menos notable de los lemas marcados como ejemplos de Reduplicación, los cuales pasan de un 5,71% a un 9,68%, lo que implica un crecimiento proporcional del 3,97%. En términos de coincidencias, esto implica que los 6 lemas en los que se daba este tipo de figura retórica trascienden a la red Twitter.



Gráfica 6.47 Distribución relativa de las figuras por repetición en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

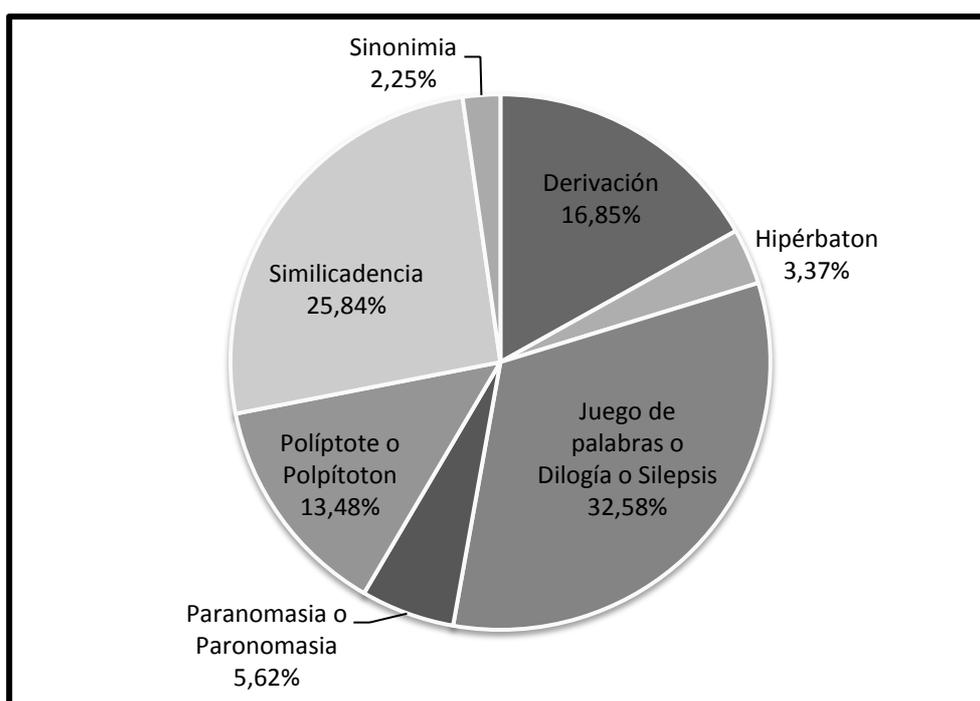
Dicho crecimiento obtiene una contrapartida en forma de disminución hasta la desaparición de los lemas que presentan Aliteración y Anadiplosis en el conjunto del corpus. El resto del crecimiento se ve compensado por bajadas menos notorias en el resto de categorías excepto en la Asonancia, que incluso experimenta

un ligero crecimiento (un 0,55%) menos significativo que el crecimiento de la Reduplicación.

Esta redistribución de las proporciones dentro de los lemas del subcorpus marcados como ejemplos de figuras por repetición puede implicar la importancia del factor rítmico, si bien todas las figuras de este tipo tienden a generar efectos de rima o ritmo. Las implicaciones de potencial oralidad de este tipo de lemas ya ha sido mencionadas en 6.2.5.3.

6.3.6.3 Figuras por combinación

En el análisis de las marcas de figuras por combinación en los lemas del corpus trascendidos virtualmente encontramos el crecimiento del que se presenta como grupo predominante. Observando la Gráfica 6.48, percibimos esta evolución. Los lemas enmarcados dentro de la categoría de Juego de palabras o Dilogía o Silepsis crecen un 3,97% respecto del muestreo del corpus realizado en 6.2.5.3. Este crecimiento –que esconde, como todos en esta revisión del subcorpus, un mayor impacto a la hora de trascender del espacio físico- se ve compensado por una reducción de la Similicadencia (baja un 2,19%) y de la Sinonimia (3,05%).



Gráfica 6.48 Distribución relativa de las figuras por combinación en el subcorpus.

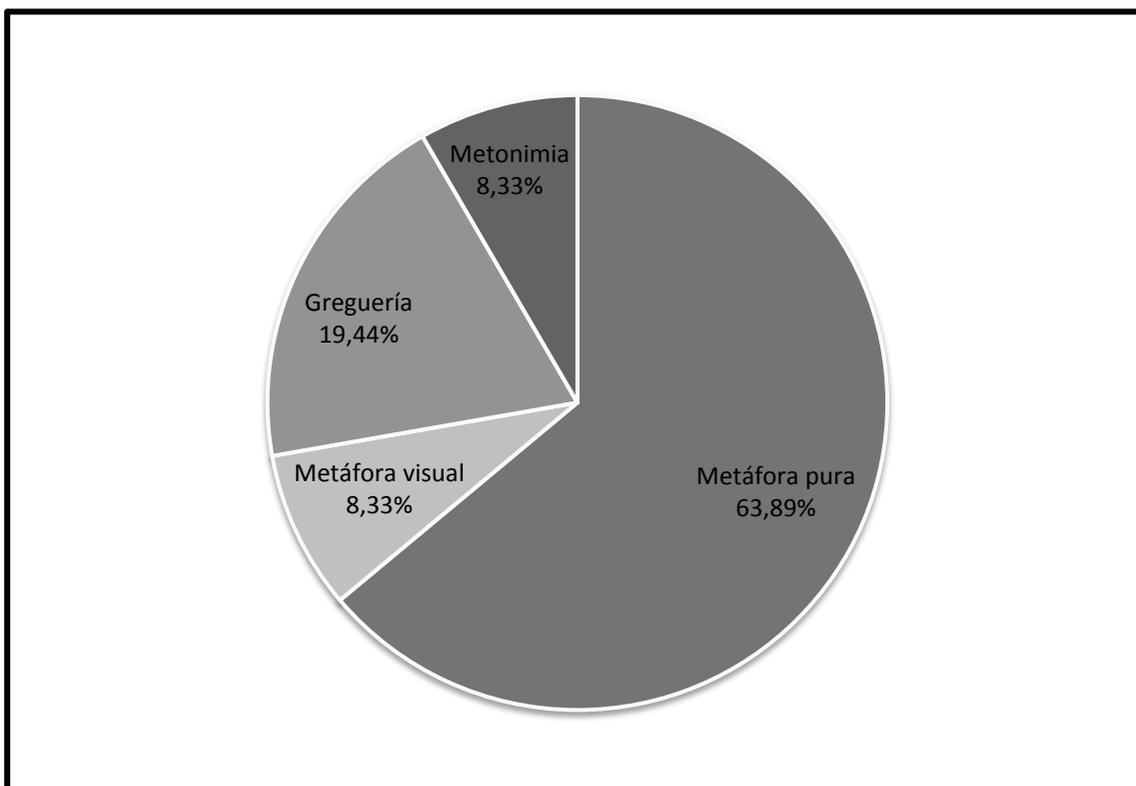
Fuente: elaboración propia

Esta variación porcentual se revela como un síntoma de la eficacia del empleo de recursos que supongan en cierto modo un estímulo cognitivo al receptor. Llama la atención en esa línea la pervivencia de los 7 lemas que presentaban la marca “sistema”

([133] “Error dEl sist€ma”, [134] “Error del sistema”, [135] “Error de sistema: insertar ciudadanía 2.0 para reinstalar una democracia real”, [136] “Error del sistema ¡Reinicia!”, [137] “Error del sistema. Reiniciar”, [425] “Por favor, sonría: está cayendo un sistema” y [514] “Sistema SOLar”). Por el contrario, la reiteración de formas verbales o de elementos léxicos con el mismo significado –Similicadencia y Sinonimia- no parecen recursos tan efectivos en la captación de atención del receptor que se presume como paso anterior a la transmisión vía Twitter.

6.3.6.4 Tropos

El muestreo proporcional de la presencia de Tropos dentro de los lemas del subcorpus se dispone en la Gráfica 6.49. En ella percibimos una distribución bastante similar a la presentada en 6.2.5.4 respecto de los lemas del corpus.



Gráfica 6.49 Distribución relativa de los tropos en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

El único movimiento estadístico reseñable corresponde a un descenso de la recursividad de la Metáfora pura, un 2,18% que parece entrar dentro de una oscilación lógica, y que debe ser relativizado si atendemos a que esta subcategoría de marcación es la dominante dentro del conjunto de Tropos. El aumento en un 1,58% del uso de los lemas marcados bajo la subcategoría Greguerías también resulta de una oscilación poco notoria en términos absolutos, si bien su minoritaria presencia en el corpus y su crecimiento en el subcorpus puede indicar una cierta importancia

del uso del humor a la hora de establecer una conexión con un potencial receptor. Las metáforas con intenciones humorísticas o satíricas –en tanto que hablamos de un movimiento crítico con la clase política y las élites económicas- favorecen el establecimiento de cierta relación dialógica similar a la que puede darse en un *gag* o un chiste. Como ya hemos comentado en varias ocasiones durante capítulos previos de este trabajo, el carácter cercano al diálogo es una característica de la comunicación visual en contextos sociales conflictivos, y el uso del humor –que establece cierta reacción del receptor como exigencia de continuación- puede reforzar esta característica.

6.3.6.5 Perfil retórico conjunto

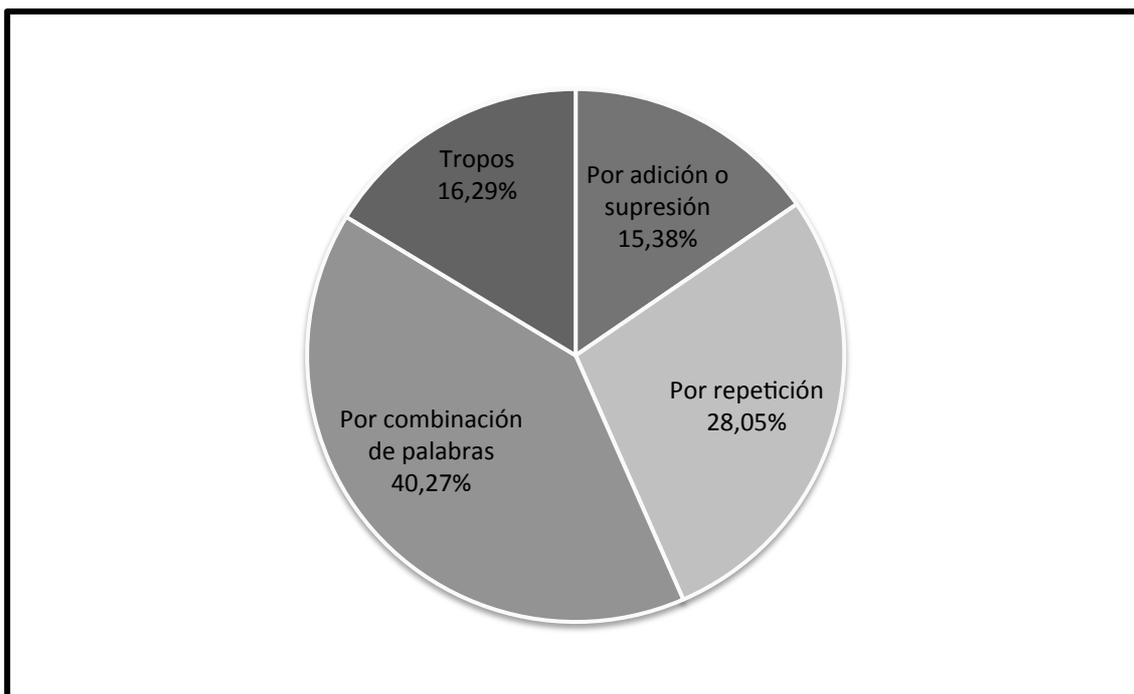
El perfil retórico conjunto –ver Tabla 6.11 a continuación– muestra una recurrencia por marcas bastante similar a la dispuesta en la Tabla 6.5 de la sección 6.2.5.5. Tanto en términos totales –contando las marcas dentro del conjunto del subcorpus– como en términos relativos –excluyendo aquellos lemas del subcorpus no marcados– la distribución de lemas según su número de marcas se antoja estable. La cantidad de figuras retóricas presentes en los lemas no supone un factor diferencial a la hora de trascender a la esfera virtual.

Tabla 6.11: Recurrencia retórica absoluta y relativa en el subcorpus.

Nº Marcas	Nº Casos	Porcentaje total (dentro subcorpus)	Porcentaje relativo (dentro Marcados)
No marcados	224	59,42%	0,00%
1 Marca	103	27,32%	67,32%
2 Marcas	40	10,61%	26,14%
3 Marcas	10	2,65%	6,54%
4 Marcas	0	0,00%	0,00%
TOTALES	377	100,00%	100,00%

Nota. Fuente: elaboración propia

En cuanto a la distribución de los cuatro grandes grupos de figuras retóricas, esta varía ligeramente a favor de la presencia de Figuras por Combinación de Palabras y Tropos, las cuales experimentan un crecimiento de un 3,19% y un 0,56%. Como hemos comentado en las anteriores dos subsecciones, el primer incremento obedece principalmente al crecimiento proporcional de los Juegos de Palabras. El de las Greguerías en el segundo, pese a ser un incremento marginal en términos porcentuales, debe ser enmarcado dentro de la escasa presencia de dichas figuras en el corpus total -10 frente a 7 trascendidas– y relativizado en consonancia.



Gráfica 6.50 Distribución relativa de figuras retóricas por categoría en el subcorpus.

Fuente: elaboración propia

La distribución del impacto relativo de las diferentes figuras retóricas dentro del subcorpus presenta un total de 221 marcas en 153 lemas. La jerarquía establecida en función del número de coincidencias de cada figura –dispuesta en la Tabla 6.12- no arroja ninguna variación sustancial salvo el citado crecimiento del Juego de Palabras o Dilogía o Silepsis. Cabe recordar que esta distribución no es relativa a todo el conjunto del corpus, sino que muestra tan solo las preferencias dentro de los casos en los que se presentan figuras retóricas.

Tabla 6.12: Distribución individual de las figuras retóricas en los 153 casos marcados.

Figura Retórica	Coincidencias	Impacto Relativo
Asonancia	34	15,38%
Juego de Palabras o Dilogía o Silepsis	29	13,12%
Metáfora pura	23	10,41%
Similicadencia	23	10,41%
Derivación	15	6,79%
Asíndeton por yuxtaposición	14	6,33%
Paralelismo	14	6,33%
Políptote o Políptoton	12	5,43%
Asíndeton	9	4,07%
Elipsis	9	4,07%
Greguería	7	3,17%
Reduplicación	6	2,71%
Anáfora	5	2,26%
Paronomasia o Paronomasia	5	2,26%
Hipérbaton	3	1,36%
Metáfora visual	3	1,36%
Metonimia	3	1,36%
Conversión o epífora	2	0,90%
Sinonimia	2	0,90%
Epíteto	1	0,45%
Pleonasmo	1	0,45%
Retruécano	1	0,45%
Aliteración	0	0,00%
Anadiplosis	0	0,00%
Polisíndeton	0	0,00%
TOTAL	221	100%

Nota. Fuente: elaboración propia.

6.3.7 Perfil anatómico agrupado del subcorpus como Flujo de Salida en torno a sus características dominantes.

Una vez realizada la descripción pormenorizada de las tendencias del corpus en torno a los cinco niveles de análisis, podemos establecer un perfil conjunto alrededor de sus características dominantes de un modo análogo al presentado en 6.2.6. La disposición estadística queda reflejada en la Tabla 6.13, y en ella se indican las características dominantes –coincidentes con las del corpus- junto con sus porcentajes y número de coincidencias o marcas. En el caso del número de palabras y caracteres, son el promedio y la moda los valores resumidos en la tabla.

Tabla 6.13: Perfil estadístico agrupado del subcorpus en torno a sus características dominantes.

NIVEL	CARACTERÍSTICA DOMINANTE	PORCENTAJE	MARCAS
Fonético	Ausencia marca fonética	88,86%	335
Sintáctico	Estructura Simple	59,15%	223
Flexivo	Vb Presente, ausente o forma no temporal	78,78%	297
Semántico (temas)	Economía, Política y Leyes, TIC	55,97%	211
Semántico (parasitismo)	No parasitismo	56,23%	212
Léxico (nº palabras)	Promedio= 6,46; Moda: 5 palabras		
Léxico (nº caracteres)	Promedio=36,1; Moda: 37 caracteres		
Retórico	Ausencia figuras retóricas	59,42%	224

Nota. Fuente: elaboración propia.

El subcorpus arroja por tanto, en base a la descripción sintetizada en la Tabla 6.13, un perfil anatómico sintetizable de idéntica manera que el corpus. Sin embargo, dicha síntesis puede encerrar determinadas derivas que no reflejan unos simples porcentajes globales de cinco categorías de marcación. Por ello, y con el fin de determinar los factores que favorecen la trascendencia

de lemas contenidos en pancartas hacia el territorio de lo virtual, procederemos a una comparación detallada a lo largo de 6.4.

6.4 Comparativa entre corpus y subcorpus

En la presente sección abordaremos las diferencias estadísticas entre los perfiles anatómicos de corpus y subcorpus. La comparativa se realizará siguiendo el mismo patrón descriptivo de las secciones 6.2 y 6.3, lo que implica que contrastaremos los valores obtenidos con respecto a los diferentes niveles de análisis. Con el objetivo de alcanzar el mayor grado de rigor posible, se revisarán no solo los valores de agrupación resumidos en 6.3.7, sino que se abordarán todas aquellas diferencias numéricas internas a cada uno de los niveles descriptivos de los lemas.

El objetivo es acudir no solo a las evidencias notorias de prioridad de selección de lemas de cara a la trascendencia virtual, sino poder interpretar las derivas internas de cada nivel que, si bien pierden visibilidad al analizar cada uno como conjunto, sí que pueden responder a cierta tendencia de selección. Para ello se ha aplicado un mismo patrón comparativo en todos los niveles de estudio, indicando los diferentes impactos de marcación en corpus y subcorpus y exponiendo la diferencia entre ambos. Dado que esta sección trata de dilucidar el peso de las diferentes variables de cara a la selección de los lemas para su trascendencia en la red virtual, la diferencia de impacto vendrá de la diferencia entre los respectivos índices de impacto en el subcorpus y el corpus, y no al revés. Así, un resultado positivo (destacado en las tablas de toda esta sección con el signo “+”) implicará un crecimiento de la característica como potencial Atractor dentro de la comunicación entendida como flujos de entrada y salida de información en un sistema caótico. Los resultados negativos, por lo tanto, significarán el decrecimiento de

las características buscadas y una pérdida de importancia –y por tanto un descarte de las mismas- como potenciales Atractores.

6.4.1 Conclusiones sobre la influencia de las marcas fonéticas

De acuerdo con los resultados resumidos en la Tabla 6.14, la presencia de las marcas fonéticas no supone un incentivo a la hora de seleccionar un lema de cara a su trascendencia virtual. El crecimiento proporcional de los lemas marcados con Ausencia de Marca en el tránsito entre el entorno urbano y las redes de comunicación virtual se fija en un 2,09%.

Tabla 6.14: Tendencia de uso de marcación fonética de corpus a subcorpus.

MARCA	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
i!	7,69%	9,52%	-1,83%
¿?	3,18%	3,55%	-0,37%
i! + ¿?	0,27%	0,16%	+0,11%
Ausencia de marca	88,86%	86,77%	+2,09%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Dicho crecimiento, habida cuenta de que se produce dentro de un conjunto que supera los 300 lemas –335 no presentan marcación fonética de un total de 377- puede ser considerado técnico o poco relevante. Con ello podemos concluir que el empleo de signos de marcación fonética al margen del empleo de mayúsculas no supone un incentivo a la transmisión del lema, al menos en lo que respecta a sus posibilidades de difusión mediante las herramientas virtuales.

La marcación fonética, por tanto, no constituye un indicativo de Atractor ni por presencia ni por omisión, si bien la mayoritaria ausencia de este recurso lo dispone como poco habitual en el paso de generación de lemas.

6.4.2 Revisión del empleo de referencias temporales en las figuras verbales

De acuerdo con lo dispuesto en 6.2.2.1 con respecto al empleo de diferentes referencias temporales en las figuras verbales presentes en los lemas, se disponen dos conjuntos de lemas diferenciados. Por un lado, los lemas que recogen formas de Presente, Formas No Temporales (F.N.T.) y aquellos que presentan una ausencia de verbo. Por otro, aquellos basados en formas verbales de Pasado o Futuro, o que bien emplean de manera combinada varias formas verbales de diferente adscripción temporal (Formas Mixtas). Empleando la misma configuración, se disponen las tendencias de uso de dichas marcaciones temporales agrupadas de manera comparada en la Tabla 6.15.

Tabla 6.15: Tendencia de uso de marcación temporal agrupada de corpus a subcorpus.

MARCAS AGRUPADAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Presente + F.N.T. + Ausencia de Verbo	78,78%	77,25%	+1,53%
Pasado + Futuro + Formas Mixtas	21,22%	22,75%	-1,53%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Atendiendo a los guarismos, no podemos afirmar que un incremento del 1,53% en la presencia de los lemas marcados en el primer conjunto suponga un factor decisivo de cara a la captación de la atención de los receptores y su posterior reproducción en Twitter. A priori, por tanto, determinada tendencia de tiempo verbal no supone un indicativo de consideración de Atractor.

Con el objetivo de dilucidar si podemos encontrar una potencial figura de Atractor dentro de las diferentes posibilidades de marcación –realizada en este caso de modo individual- disponemos las respectivas tendencias y su variación del corpus al subcorpus. Las mismas se encuentran en la Tabla 6.16.

Tabla 6.16: Tendencia de uso de marcación temporal individual de corpus a subcorpus.

MARCAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Pasado	1,86%	1,94%	-0,08%
Presente	46,95%	45,00%	+1,95%
Futuro	1,06%	1,45%	-0,39%
F.N.T	8,22%	7,90%	+0,32%
Formas Mixtas	18,30%	19,35%	-1,05%
Ausencia de Verbo	23,61%	24,35%	-0,74%

Nota. Fuente: elaboración propia.

En dicha tabla se advierte la existencia de un sensible crecimiento interno de uso de las formas de Presente en el paso del medio urbano al virtual. Los lemas que emplean únicamente formas verbales de Presente presentan un apreciable crecimiento proporcional frente al resto: un 1,95%. Ciertamente no estamos hablando de un porcentaje significativo, ya que de hecho no alcanza el 2% que en las subsecciones anteriores considerábamos como un margen de crecimiento técnico. No obstante, la conjugación entre el citado crecimiento contenido y la mayoritaria presencia de los lemas de Presente en el corpus y en el posterior proceso de selección de lemas sí que indica una importancia significativa de la capacidad referencial al momento presente en las comunicaciones del movimiento 15M. El carácter propagandístico de los lemas revisados a lo largo de este trabajo basan notoriamente su peso productivo en la suma de la referencia a los acontecimientos que le son coetáneos y una autorreferencia generada en no pocas ocasiones mediante *hashtags* como #tomalaplaza, #spanishrevolution, #15M u otros, pero también al uso de formas de presente en primera persona de plural con un efecto inclusivo. Además, hemos de tener en cuenta la afirmación de Verschueren (2002, 165), quien afirma que “el ‘tiempo’ es una noción relativa más que un valor absoluto en relación con el lenguaje (...) además interfiere con muchas otras

consideraciones” (Verschueren, 2002: 165). Además, es el mismo autor quien sugiere la importancia de los distintos usos temporales como herramientas de señalamiento, al afirmar que “al hablar de referencia temporal, es útil hacer la distinción entre tiempo del evento, tiempo del enunciado y tiempo de referencia (en relación a un claro centro deíctico distinto del tiempo del enunciado)” (Verschueren, 2002: 166).

En la sección del corpus transcrito a la esfera virtual hallamos no pocos ejemplos de este señalamiento deíctico. Ello constituye a los emisores y su ámbito de acción en centro de referencia temporal: el manifestante es el núcleo referencial y, por tanto, el generador de foco de interés si consideramos el éxito de los lemas en términos de trascendencia virtual. Lemas como [041] “Estamos desempleados, no parados”, [154] “Esto no es una feria, estamos aquí para manifestarnos”, [352] “No somos antisistemas somos cambiasistemas”, [354] “No somos mercancía en manos de políticos, empresarios y banqueros”, [519] “Somos jóvenes, no gilipollas” o [615] “#Estamoshartos” constituyen ejemplos ilustrativos de este fenómeno de señalamiento mediante el uso de la primera persona de plural del presente de indicativo. Ello no solo posee un efecto de atracción de la atención del receptor toda vez identificado un centro temporal, sino que además genera una consecuencia de identificación del conjunto de los protestantes como colectivo unitario. La referencia al momento presente puede indicar la voluntad de transmisión de cierto impacto.

De todo ello podemos concluir que, si bien resulta significativa la tendencia de uso de formas verbales de Presente, No Temporales o incluso la Ausencia Verbal –con efectos de constitución de

identidad del conjunto de emisores- su tendencia de uso no constituye figura de Atractor en sí, en términos cuantitativos, sino más bien una característica inherente a este tipo de producción y difusión de lemas.

6.4.3 Revisión de las posibles implicaciones del uso de estructuras sintácticas simples y complejas

Las diferencias de marcación entre lo establecido a lo largo de las secciones 6.2.2.2 y 6.3.3.2 como Estructuras Simples y Estructuras Complejas nos arrojan los datos reflejados en la Tabla 6.17. En ella se refleja un crecimiento de un 2,21% en cuanto a presencia de Estructuras Simples en el tránsito entre el corpus y el subcorpus.

Tabla 6.17: Tendencia de uso de marcación sintáctica de corpus a subcorpus.

TIPO DE ESTRUCTURA	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Estructura Simple (Construcción simple y Expresión)	59,15%	56,94%	+2,21%
Estructura Compleja (Construcciones Coordinadas, Subordinadas, Yuxtapuestas y Uds Complejas)	40,85%	43,06%	-2,21%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Dicho crecimiento es bastante parejo porcentualmente al de los elementos no marcados con caracteres de variación fonética, con lo que no se puede asegurar que el ligero crecimiento del impacto de las Estructuras Simples constituya un indicativo de que el reduccionismo sintáctico suponga un Atractor. No obstante, se asume como lógico que las Estructuras Complejas tienden a presentar una mayor extensión, dado que como mínimo constan de dos construcciones sintácticas. Por ello, y pese a la escasa magnitud (en términos numéricos) del crecimiento de la presencia de Estructuras Simples en el subcorpus con respecto al corpus, sí podemos apuntar que la tendencia a reducir formal o estructuralmente la extensión del lema podría ser considerada en última instancia como Atractor. No obstante, este extremo deberá ser confirmado en base a la revisión de todos aquellos parámetros

que puedan ser indicativos de la predominancia del reduccionismo como potencial Atractor.

6.4.4 Variación semántica: referencia a las TIC como evidencia de la importancia del marco contextual virtual

Como establecimos a partir del análisis de frecuencias léxicas en el punto 6.2.3.1 de este trabajo, la mayoría de ítems léxicos marcados se pueden acotar semánticamente dentro de tres campos. De acuerdo con los vocablos y expresiones breves marcadas con relación a los mismos, se estableció en la citada subsección un estudio de marcación al respecto. Las diferencias de ambos perfiles, detallados en las secciones 6.2.3.2 y 6.3.4.1, aparecen reflejadas en la Tabla 6.18.

Tabla 6.18: Tendencia de marcación semántica de corpus a subcorpus.

MARCAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Economía + Política/Leyes + TIC	55,97%	55,16%	+0,81%
Otros	44,03%	44,84%	-0,81%

Nota. Fuente: elaboración propia.

A tenor del poco significativo crecimiento de la marcación a este respecto –un 0,81%– presumimos que la inclusión de léxico perteneciente a los tres campos semánticos no posee ningún efecto notable a la hora de facilitar una transición hacia la red Twitter. El efecto de atracción en el tránsito del entorno urbano hacia el virtual, por tanto, parece ser inexistente.

No obstante, debemos tratar de obtener una confirmación en este sentido o en caso contrario el indicio de que alguna de las categorías de acotación semántica sí puede suponer determinado nivel de atracción. Para ello conviene disponer de los datos reflejados anteriormente conforme a categorías temáticas diferenciadas. La Tabla 6.19 es dispuesta al efecto.

Tabla 6.19: Impacto de categorías de marcación semántica de corpus a subcorpus.

MARCAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Economía	31,01%	33,49%	-2,48%
Política/Leyes	62,40%	61,20%	+1,20%
TIC	6,59%	5,30%	+1,29%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Si bien la referencia a los tres campos semánticos usados como referencia no parece constituir un foco de atracción creciente en el tránsito entre lo físico y lo virtual –a tenor del contraste estadístico reflejado en la Tabla 6.18- las dinámicas internas de este tipo de sistema de referencia semántica sí que pueden mostrar cierta deriva justificable. De acuerdo con los guarismos expresados en la Tabla 6.19, la referencia a un entorno común parece establecerse en torno a dos campos semánticos –Política/Leyes y TIC- con perjuicio de uno –Economía- demostrando que, como afirma Verschueren (2002: 169), “la relevancia del espacio como correlato de la adaptabilidad espacial va más allá de las meras referencias espaciales”.

Del mismo modo en que relatábamos la importancia de la referencia al tiempo presente como centro deíctico en 6.4.2, el empleo creciente de determinados ítems léxicos constituye un ejercicio de contextualización. Este ejercicio se hace patente cuando se realiza a través de vocablos marcados como susceptibles de pertenecer a determinado campo semántico identificable con un espacio, sea físico o no: la creciente referencia a las TIC –un 1,29%, incremento destacable habida cuenta de la escasa referencia a este campo semántico en el corpus- puede ser interpretado como una referencia a un espacio que, sin ser físico, sí que constituye un contexto compartido por aquellos que provocan la difusión de los lemas a través de Twitter. Este fenómeno no deja de ser denotativo

de la importancia del Yo-receptor y a la vez difusor, algo ya apuntado por Van Dijk (2012, 123):

“los modelos contextuales son, en esencia, egocéntricos y podemos asumir así que el Yo es la categoría central y orientadora de los modelos contextuales. Esta categoría organiza las relaciones entre el Yo (ya sea como Hablante, Receptor u otro rol involucrado) y otros participantes. También se aplica a otras categorías contextuales, como ‘aquí’ (el lugar donde estoy), la acción (lo que estoy haciendo), el conocimiento (lo que soy) y los objetivos (lo que quiero).”

Por tanto, si bien el crecimiento de las referencias semánticas a los tres campos de referencia resulta poco destacable en términos cuantitativos (ver Tabla 6.18), nuevamente se antoja fundamental observar las derivas internas (ver Tabla 6.19) para comprender la tendencia al empleo de un contexto que se muestra relevante. Las TIC son el naciente medio de difusión de un tipo de comunicación eminentemente conversacional, dado que “los actos de habla indirectos (n.d.r.: los lemas) representan un tipo de significado implícito y acarrear estrategias conversacionales” (Verschueren, 2002: 92). Por ello, cabe considerar que el empleo de referencias semánticas sí puede constituirse en figura de Atractor, dado que en este caso parece primar más la deriva distribucional interna del estudio de marcación y el hecho de que la referencia creciente sea al propio medio que a la vez es contexto que al escaso crecimiento genérico de los lemas que presentan una referencia semántica a las tres categorías de marcación agrupadas.

6.4.5 Reducción del esfuerzo cognitivo mediante la replicación de lemas parasitarios.

A la hora de analizar numéricamente la recurrencia a formas parasitarias dentro del tránsito entre el entorno urbano y la esfera virtual, hallamos la mayor evidencia estadística de crecimiento de impacto de un contexto de difusión a otro. Observando la Tabla 6.20, resulta poco cuestionable la eficacia del empleo de elementos parasitarios en términos de alcance.

Tabla 6.20: Tendencia de uso del parasitismo de corpus a subcorpus.

MARCA	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Lemas parasitarios	43,77%	35,32%	+8,45%
Lemas no parasitarios	56,23%	64,68%	-8,45%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Ciertamente, el incremento de un 8,45% en la recurrencia a formas ya conocidas que podemos ver en la Tabla 6.20 puede ser interpretado en términos de eficacia como una referencia que garantiza un alto índice de difusión. Ello implica que la presencia de slogans publicitarios, letras de canciones, frases de pensadores, versos pertenecientes al acervo cultural y demás recursos de una notoria familiaridad para el receptor supone un incentivo a la captación de la atención, lo que en un contexto poblado por eficientes herramientas de difusión de información puede ser garantía de difusión. El principio en el que parece basarse esta circunstancia, tan bien aprovechada en los crecientes movimientos de protesta coordinados por redes sociales en esta segunda década del siglo XXI, parece ser el de la reducción del esfuerzo cognitivo. Esto ya fue apuntado por Sperber y Wilson (2004: 241), quienes concluyen lo siguiente:

“cuanto mayor sea el esfuerzo requerido para una percepción, recuerdo o inferencia, menor será la recompensa que alcancemos por su procesamiento y, por tanto, merecerá en menor grado nuestra atención. En términos propios de la teoría: si no intervienen otros factores, cuanto mayor sea el esfuerzo de procesamiento requerido, menos relevante resultara el input.”

Esta influencia positiva de la reducción del esfuerzo cognitivo del receptor en aras de que el mensaje producido sea relevante se confirma atendiendo a la Tabla 6.21, en la que comprobamos como el creciente impacto de las formas previamente conocidas en los lemas del corpus es paralelo al crecimiento de las formas parasitarias calcadas.

Tabla 6.21: Tendencia de uso de calcos y variaciones de corpus a subcorpus.

MARCA	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Calcos	38,79%	30,14%	+8,65%
Variaciones	61,21%	69,86%	-8,65%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Este crecimiento análogo parece implicar un refuerzo de lo comentado en esta subsección. El lema que se presenta en un nuevo contexto pero que ya era reconocible en otro anterior no es percibido únicamente de un modo más sencillo en términos cognitivos, sino que además es interpretado como una certeza:

“un input es relevante para una persona cuando su procesamiento en el contexto de una serie de supuestos anteriormente disponibles produce un efecto cognitivo positivo. Un efecto cognitivo positivo supone una diferencia significativa para la representación mental que un sujeto tiene

del mundo: una conclusión verdadera, por ejemplo. Las conclusiones falsas no merecen la pena; son efectos cognitivos, pero no de carácter positivo” (Sperber y Wilson, 2004: 241)

Atendiendo a la distribución interna del origen de los lemas parasitarios en la Tabla 6.22, también apreciamos un ligero impacto creciente (2,68% al alza) de las formas que replican o imitan sentencias generadas desde la producción intelectual o política frente al resto de orígenes de marcación.

Tabla 6. 22: Diferencias de origen en los lemas parasitarios de corpus a subcorpus.

MARCA	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA IMPACTO
Acervo cultural	35,98%	36,53%	-0,55%
Actividades comerciales	7,93%	9,13%	-1,20%
Producción intelectual/política	56,10%	53,42%	+2,68%
Mixto	0,00%	0,91%	-0,91%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Si bien la diferencia no transgrede los márgenes considerables como técnicos –como sí lo hace el crecimiento de un 8,45% de las referencias parasitarias conjuntas- sí podemos interpretar que los mensajes procedentes del movimiento 15M alcanzan una cota de crecimiento considerable al ligarse a reflexiones de un mayor calado intelectual que, por ejemplo, comercial. En adición, los guarismos arrojan cierta necesidad de concreción: los casos de parasitismo ligados a más de una fuente desaparecen por completo en el tránsito hacia la esfera virtual.

Por todo lo expuesto, podemos confirmar que el empleo de lemas parasitarios constituye el caso más evidente de Atractor para comprender la regulación de los flujos de información a través de la pancarta en el entorno urbano y el *tweet* en el entorno virtual. La constatación estadística de lo creciente del impacto de este tipo de

formas no posee parangón en ninguna otra faceta contemplada en esta investigación doctoral.

6.4.6 Tendencia al empleo de mensajes reducidos

El análisis de la diferencia de extensión en términos de palabras y caracteres de los mensajes trascendidos del entorno físico o urbano al virtual no reviste excesiva importancia en cuestiones de variación de un ámbito a otro, como podemos comprobar en la Tabla 6.23.

Tabla 6.23: Diferencias de los niveles de extensión de corpus a subcorpus.

VALORES	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE EXTENSIÓN
Palabras (promedio)	6,46	6,38	+0,08
Palabras (moda)	5	5	0
Caracteres (promedio)	36,1	38,675	-2,575
Caracteres (moda)	37	29	+8

Nota. Fuente: elaboración propia.

La diferencia en la cantidad de palabras utilizadas entre corpus y subcorpus resulta prácticamente inexistente, y la variación en el número de caracteres no arroja datos concluyentes: si bien el promedio de caracteres empleados arroja una leve disminución en su paso al subcorpus, la moda estadística es más alta en la fase de distribución virtual que en la fase de exposición en el entorno urbano.

Por ello, podemos afirmar que la limitación extensiva no supone un condicionante o Atractor de cara a la trascendencia de un ámbito a otro, sino más bien una limitación estructural desde el inicio. Esta circunstancia sitúa a esta peculiar constricción como un Atractor de ciclo límite, en tanto condiciona los flujos de información de este movimiento social desde el inicio, dado que la pancarta también supone un límite físico que condiciona la extensión del mensaje desde su inicio en el ámbito urbano.

6.4.7 Combinación de la reducción del esfuerzo cognitivo y la estimulación cognitiva del receptor.

Como ya se ha comentado en la sección 6.3.6 de este estudio, las variaciones porcentuales entre el número de lemas marcados con presencia de figuras retóricas son mínimas. Como se puede comprobar atendiendo a la Tabla 6.24, las diferencias cuantitativas entre el número de lemas marcados en este aspecto son prácticamente nulas, presentando incrementos o disminuciones que en ningún caso arrojan guarismos concluyentes a priori. Atendiendo a este dato, se puede presumir que el empleo de figuras retóricas no constituye un incentivo a la difusión en el terreno virtual de aquellos lemas exhibidos en el marco urbano del que se extrajeron los 620 lemas del corpus.

Tabla 6.24: Distribución de número de marcas retóricas de corpus a subcorpus.

NÚMERO DE MARCAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
No marcados	59,42%	59,68%	-0,26%
1 Marca	27,32%	27,10%	+0,22%
2 Marcas	10,61%	10,16%	+0,45%
3 Marcas	2,65%	2,74%	-0,09%
4 Marcas	0,00%	0,32%	-0,32%

Nota. Fuente: elaboración propia.

No obstante, si atendemos a un contraste de un perfil más cualitativo como el dispuesto en la Tabla 6.25 sí podemos percibir un incremento cuanto menos sensible de los lemas marcados mediante figuras consistentes en combinación de palabras en detrimento de figuras por adición o supresión y por repetición. El incremento porcentual de la presencia de lemas marcados retóricamente por figuras enmarcadas dentro de la última categoría de análisis –los trops- resulta mínimo.

Tabla 6.25: Distribución de los tipos de figuras de corpus a subcorpus.

TIPOS DE FIGURAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
Por adición o supresión	15,38%	17,70%	-2,32%
Por repetición	28,05%	29,49%	-1,44%
Por combinación de palabras	40,27%	37,08%	+3,19%
Tropos	16,29%	15,73%	+0,56%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, es a la hora de profundizar en las comparativas por grupos de figuras cuando percibimos ciertas tendencias anteriormente apuntadas. De acuerdo con lo expresado en la Tabla 6.26, la cual representa las diferencias proporcionales del grupo de figuras por adición o supresión, las derivas de redistribución del corpus al subcorpus sí dejan entrever cierta tendencia al reduccionismo. El crecimiento porcentual de figuras por supresión⁸⁴ –especialmente la Asíndeton y la Elipsis- coincide con un descenso prácticamente proporcional de aquellas figuras que buscan ofrecer un atractivo visual o auditivo mediante la adición –con especial incidencia el Pleonasma y el Polisíndeton-, algo que orienta la difusión de lemas en torno al reduccionismo. Este dato parece confirmar una tendencia apuntada en las anteriores secciones de esta parte contrastiva del estudio, y es el papel fundamental de la reducción del esfuerzo cognitivo, esta vez implementada sobre el aspecto formal del lenguaje.

⁸⁴ Nótese que los porcentajes empleados en las tablas contrastivas por categoría retórica no son absolutos, sino relativos dentro de la propia subcategoría de marcación. Este hecho resulta de fácil deducción, toda vez la suma de los porcentajes presentes en las columnas etiquetadas como “corpus” y “subcorpus” suman el 100% en cada una de las tablas de la presente sección.

Tabla 6.26: Distribución de las figuras por adición o supresión de corpus a subcorpus.

FIGURAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
Asíndeton	26,47%	22,22%	+4,25%
Asíndeton por yuxtaposición	41,18%	41,27%	-0,09%
Elipsis	26,47%	23,81%	+2,66%
Epíteto	2,94%	1,59%	+1,35%
Pleonasmo	2,94%	7,94%	-5,00%
Polisíndeton	0,00%	3,17%	-3,17%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Esta aparente tendencia al reduccionismo, que como ya hemos visto ha sido apuntada a lo largo de 6.4, también posee representación en la transmisión de aquellos lemas en los que se aprecian figuras retóricas por repetición. El sensible crecimiento de la reduplicación en el tránsito del corpus al subcorpus –ver Tabla 6.27- también puede ser interpretado como sintomático de una tendencia a la reducción del esfuerzo cognitivo. Recordemos que, si bien la Reduplicación consiste en la repetición de un determinado vocablo y por ello la extensión de los lemas marcados con este recurso será mayor de lo que sería si se prescindiera de esta figura, el hecho de acometer precisamente la repetición de un único ítem supone un intento del emisor de reducir el esfuerzo cognitivo del receptor más allá de un recurso estético.

Tabla 6.27: Distribución de las figuras por repetición de corpus a subcorpus.

FIGURAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
Aliteración	0,00%	0,95%	-0,95%
Anáfora	8,06%	8,57%	-0,51%
Anadiplosis	0,00%	0,95%	-0,95%
Asonancia	54,84%	54,29%	+0,55%
Conversión o epifora	3,23%	3,81%	-0,58%
Paralelismo	22,58%	23,81%	-1,23%
Reduplicación	9,68%	5,71%	+3,97%
Retruécano	1,61%	1,90%	-0,29%

Nota. Fuente: elaboración propia.

El ya citado ejemplo del lema [448] “Que no, que no, que no nos representan” supone un énfasis en la negación, pero también un intento de fijación de un hecho –la nula significación entre los representantes de la ciudadanía y el emisor o el colectivo del que es representativo- en la mente del receptor. El también citado ejemplo [221] “La ignorancia de los ciudadanos da la victoria a los tiranos. Lee Lee Lee Lee Lee” pretende incidir en la función conativa mediante la repetición de un único ítem léxico en lugar del empleo de un razonamiento o silogismo más complejo.

Sin embargo, la reducción del esfuerzo cognitivo no es la única conclusión extraíble de esta parte del estudio contrastivo que nos ocupa. Cabe recordar que, como se presentaba en la Tabla 6.25, el grupo de figuras retóricas que presentaba un crecimiento más notable –con un 3,19%- era el de las figuras por combinación. Dentro de este conjunto de figuras retóricas, la figura que presenta un mayor crecimiento porcentual es el Juego de palabras o Dilogía o Silepsis como se puede observar en la Tabla 6.28.

Tabla 6.28: Distribución de las figuras por combinación de corpus a subcorpus.

FIGURAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
Derivación	16,85%	15,91%	+0,94%
Hipérbaton	3,37%	2,27%	+1,10%
Juego de palabras o Dilogía o Silepsis	32,58%	28,79%	+3,79%
Paronomasia o Paronomasia	5,62%	4,55%	+1,07%
Poliptote o Poliptoton	13,48%	15,15%	-1,67%
Similicadencia	25,84%	28,03%	-2,19%
Sinonimia	2,25%	5,30%	-3,05%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Algunos de los ejemplos presentados en la sección 6.2.5.3 presentaban una estructura que recuerda a las que pueden presentar

mensajes tradicionalmente ligados a las actividades comerciales, no sólo en cuanto a repetición de una fórmula de exhortación a la compra ([042] “Chorizo ibérico liquidación”) sino en cuanto al atractivo del empleo de referencias poéticas ([516] “Sol ya lo tenemos, ahora vamos a por la luna”). Incluso el empleo de vocablos con connotaciones políticas o económicas ([149] “¡Esto es esperanza y no la presidenta!”, [206] “Justicia popular para Camps”, [334] “No más BOTÍN para EMILIO”), cuya presencia y presumible eficacia a la hora de captar la atención del receptor potencial ya ha sido comentada en 6.4.5, no hacen más que suponer la carga semántica de un lema presentado de un modo atractivo mediante una combinación aparentemente anómala de sus palabras constituyentes.

Por tanto, del análisis de la incidencia de las figuras retóricas por combinación de palabras en la transición entre el entorno físico y el virtual podemos desprender que la búsqueda del estímulo cognitivo del receptor es un factor a sumar a la reducción del esfuerzo de la misma naturaleza. Dicho de un modo más eficiente en términos de economía lingüística, para que un mensaje visual cumpla con su primer objetivo –captar la atención de quien pueda posar sus ojos sobre él- el mensaje ha de ser breve pero no por ello poco atractivo. El Juego de palabras o Dilogía o Silepsis supone un atractivo visual pero también cognitivo para el receptor, y si bien el esfuerzo que ha de realizar el mismo para proceder a la decodificación de un mensaje como los aquí citados es mínimo dada su extensión, el empleo de un recurso como el aquí destacado exige cierto lapso de reflexión y a la vez recreación. Por ello, de esta parte

del análisis podemos presumir que el estímulo cognitivo es un efecto complementario a la reducción del esfuerzo de la misma naturaleza.

El último lugar dentro de esta última subsección de análisis contrastivo de los perfiles estadísticos de corpus y subcorpus encontramos las figuras retóricas etiquetadas como tropos. En este análisis contrastivo, representado en la Tabla 6.29, percibimos un aparente mantenimiento de las cuatro figuras enmarcadas dentro de esta subcategoría de marcación. No obstante, pese a lo cuantitativamente banal en apariencia, se produce un movimiento alcista de la Greguería y la Metonimia en el tránsito del entorno urbano hacia el intangible virtual.

Tabla 6.29: Distribución de los tropos de corpus a subcorpus.

FIGURAS	SUBCORPUS	CORPUS	DIFERENCIA DE IMPACTO
Metáfora pura	63,89%	66,07%	-2,18%
Metáfora visual	8,33%	8,93%	-0,60%
Greguería	19,44%	17,86%	+1,58%
Metonimia	8,33%	7,14%	+1,19%

Nota. Fuente: elaboración propia.

Si bien es necesario incidir en lo marginal del crecimiento en términos cuantitativos, sí resulta cuanto menos denotativo que las dos figuras cuya magnitud se hace más grande estén basadas en el humor –la Greguería- y en el empleo de dos términos imaginarios contiguos –la Metonimia- como ya se describió en la sección 6.2.5.4. Estos dos recursos pueden ser interpretados como determinado estímulo cognitivo del receptor, un estímulo basado en la necesidad de un trazado lineal entre términos imaginarios y realidad.

Por todo lo expuesto en la subsección 6.4.7, podemos concluir que la reducción del esfuerzo cognitivo en el aspecto formal de la comunicación visual aparece una vez más como un potencial

Atractor. El estímulo cognitivo del potencial receptor mediante el empleo de recursos de embellecimiento del lenguaje puede ser considerado como un efecto complementario al mismo, mediante el cual se pretende incentivar a la complementación del papel del receptor con un papel como difusor o, si se prefiere, emisor secundario.

6.5 Establecimiento y clasificación de Atractores

En la presente sección se identificarán las diferentes cualidades comunes al corpus que han sido revisadas a lo largo del capítulo 6, con especial incidencia en la sección 6.4, que presentan las siguientes peculiaridades:

- Ser comunes a una parte suficientemente representativa del corpus, sea su totalidad o esté presente en un conjunto suficiente de lemas como para no considerarse anecdóticas.
- Estar presentes en una parte lo suficientemente representativa del subcorpus, no habiendo perdido una cuantía mínimamente sensible en el tránsito del ámbito físico al virtual.
- Mostrar una capacidad de pervivencia en el citado tránsito, pudiendo ser susceptibles de ser consideradas determinantes a la hora de establecer un factor de importancia en el proceso de captación de la atención de los receptores.
- Arrojar el suficiente calado estadístico como para ser consideradas modificadores de las derivas de los flujos de información nacidos en el entorno físico y transmitidos a través de la red.

De acuerdo con el marco teórico adoptado en esta tesis y expuesto en el capítulo 3, dichas características o modificadores serán interpretados de un modo análogo –o, si se prefiere, metafórico- en torno a la figura del Atractor, cuya incidencia como modificador determinista de las derivas de un sistema susceptible de ser interpretado como complejo ya ha sido expuesta en 3.2.4.1. De acuerdo con las diferentes tipologías de la figura del Atractor dispuestas en dicha subsección del tercer capítulo, cada una de las

cualidades modificadoras será enmarcada dentro de un tipo de Atractor. De acuerdo con las necesidades de un estudio como el que nos ocupa, la analogía con dicha figura será justificada tratando de no caer en redundancias innecesarias, si bien se harán las pertinentes referencias a aquellas partes de este trabajo que justifiquen de manera empírica dichas atribuciones y clasificaciones.

6.5.1 Limitación de la extensión como Atractor de Punto Fijo: la restricción estructural como dinamizador.

Tal y como se expone en el punto 3.2.4.1 de esta tesis, el Atractor de Punto Fijo posee la principal cualidad de ser invariable en el tiempo, de modo que delimita de manera irreversible la generación de flujos de entrada o salida en un sistema complejo. Los flujos de información y sus ciclos tenderán a oscilar en torno a las circunstancias iniciales debido a que estas circunstancias iniciales son precisamente invariables.

De acuerdo con el ejemplo en torno a una situación comunicativa expresado en el citado punto del capítulo 3, las circunstancias relativas a la percepción visual propias de una conversación telefónica suponen un ejemplo de este tipo de Atractores en eventos comunicativos. Del mismo modo, la limitación del espacio de expresión puede considerarse un Atractor de Punto Fijo en el ejemplo de comunicación visual estudiado en esta tesis: la máxima extensión del mensaje físicamente posible en un cartel arroja un máximo de 28 palabras y 137 caracteres en el corpus, con promedios y modas notablemente inferiores⁸⁵. En el caso de los lemas trascendidos a la red social Twitter, los máximos se establecen en torno a 22 palabras y 120 caracteres, con promedios de nuevo inferiores⁸⁶. La disminución de las cotas máximas en el caso de los lemas del subcorpus puede interpretarse como una estrategia de maximización de la limitación estructural, en tanto que la liberación de espacio en torno al límite de caracteres establecido por Twitter

⁸⁵ 6,83 palabras y 38,675 caracteres de promedio y 5 palabras y 29 caracteres como moda en el estudio del corpus (ver 6.2.4).

⁸⁶ 6,46 palabras y 36,1 caracteres de promedio y 5 palabras y 37 caracteres como moda en el estudio del subcorpus (ver 6.3.5)

(140 caracteres) posibilita la adición de elementos fundamentales para la difusión de los lemas, como el *hashtag*, o sencillamente accesorios, como vínculos externos a imágenes o vídeos que pueden dotar de un mayor atractivo al lema.

Si bien es cierto que ninguno de los lemas empleados en el corpus transgrede de inicio la limitación impuesta por la superficie a través de la cual se posibilita su trascendencia virtual (en efecto, ninguno de los 620 lemas del corpus alcanza la cifra límite de los mencionados 140 caracteres), no es procedente atribuir una intencionalidad a priori a los generadores de los lemas. La explicación más sencilla es la limitación física que supone un espacio tan pequeño como una pancarta, y la adecuación de una tipografía proporcional al espacio empleado.

Además, cabe concebir la posibilidad de que precisamente dicha limitación relativa a la extensión, que como hemos visto aparece tanto en origen –el corpus- como en el estadio posterior –la red- suponga un incentivo a la transmisión de dicha información de un ámbito a otro. En referencia a este extremo, es pertinente recordar la incidencia de esta limitación estructural con aspectos formales rastreables en los lemas del corpus y analizados en el seno de esta investigación. El aspecto formal de los lemas que más puede identificarse con el reduccionismo forzado por los límites de representación es la estructura sintáctica, un aspecto ciertamente determinante a la hora de atribuir cierto grado de complejidad a un lema. En el punto 6.4.3 de la presente tesis se ha puesto de manifiesto la tendencia al crecimiento proporcional de lemas que presentan un tipo de estructura que hemos catalogado como simple, y en la que hallamos tanto construcciones con un único verbo como

expresiones carentes de él. La presencia de este tipo de estructuras, que lógicamente se adecúan más a un contexto de representación constreñido que aquellas complejas, se manifestaban en un 56,94% en el corpus y se incrementan un 2,21% hasta alcanzar una cota del 59,15% en el subcorpus. Estas dos circunstancias proporcionales –la presencia mayoritaria y el ligero pero constatable crecimiento en el tránsito a la red– resultan sintomáticos de la creciente influencia de las limitaciones coyunturales en la comunicación humana: a menor espacio, mayor búsqueda de la eficiencia comunicativa en términos de complejidad. La tendencia al crecimiento relativo de figuras retóricas por supresión, especialmente Asíndeton y Elipsis, sobre la presencia de las figuras por adición, o el crecimiento también relativo de recursos como la Reduplicación –todo ello presentado en 6.4.7– y sus evidentes efectos simplificadores en términos sintácticos pueden ser también interpretados como ejemplos del efecto de la limitación estructural sobre la complejidad de las sentencias difundidas en pancartas y *tweets*.

La constricción de la información en apenas unos pocos caracteres parece fomentar en el caso que nos ocupa la replicación total, parcial o modificada de determinados lemas. Unos lemas ajustados a un momento de desestructuración social que presenta la particularidad de presentarse en un escenario en el que la transmisión no sólo de información sino de opinión resulta extremadamente fácil gracias al desarrollo de las redes sociales virtuales.

Por todo ello, podemos considerar que la limitación de la extensión del mensaje por cuestiones estructurales puede entenderse como la representación de un Atractor de Punto Fijo a la

hora de describir las derivas de información a través de dos medios complementarios como el físico y el virtual. Su existencia como condicionante invariable en el tiempo –cada medio, físico o virtual poseerá siempre una limitación estructural- posee consecuencias en el aspecto generativo de lenguaje en aquellos entornos sujetos a estas limitaciones. A tenor de la reciente proliferación de movimientos de protesta que conjugan la citada dualidad de plataformas de comunicación y de los aspectos formales de las manifestaciones verbales plasmadas en ellos, parecen existir indicios suficientes como para considerar que este Atractor de Punto Fijo estimula no sólo la comunicación, sino la transmisión de información mediante la replicación, acción facilitada por el soporte virtual.

6.5.2 La referencia contextual como Atractor de Ciclo Límite: la Relevancia como articulador de una sociedad de la comunicación.

En el punto 3.2.4.1 se exponía el Atractor de Ciclo Límite de acuerdo a los postulados de Çambel (1993: 64) como una peculiaridad de las dinámicas internas de un sistema que forzaban a que estas derivaran en torno a determinados límites. De acuerdo con esta definición, el Atractor de Ciclo Límite resulta poseer una gran similitud con el Atractor de Punto Fijo. Sin embargo, el tipo de Atractor que nos ocupa no muestra y por tanto provoca una invariabilidad al respecto en el tiempo como el descrito en la subsección anterior. Por el contrario, provoca que el sistema evolucione en torno a las posibles variaciones de este tipo de Atractor con respecto de sus condiciones iniciales, siendo los límites del sistema los propios de este condicionante y estando sujetos a las variaciones de sus parámetros.

Para sustentar la analogía establecida en este punto debemos de tener en cuenta lo descrito acerca de los lemas del corpus en las secciones 6.2.2.1 y 6.3 –referentes al estudio de las formas temporales presentes en los verbos de los lemas del corpus y a su marcación semántica respectivamente-, a lo discriminado en las secciones 6.3.3.1 y 6.3.4 de modo análogo en el subcorpus y a los contrastes estadísticos de los puntos 6.4.2 y 6.4.4. Considerando los datos expuestos en dichos puntos, el empleo de referencias contextuales explicitadas mediante formas temporales de Presente y empleo de ítems o expresiones marcadas semánticamente en torno a la Política y Leyes y las TIC condicionan los flujos de información generados a partir de los lemas del corpus. El condicionamiento se

produce a través de la citada referencia al contexto, y ello se puede explicar empleando como base la presunción de Relevancia Óptima, que explicita en primera instancia que “el estímulo ostensivo es tan relevante que merece el esfuerzo de procesamiento del receptor” (Sperber y Wilson, 2004: 247).

De acuerdo a lo citado, debemos ligar el concepto de Relevancia al empleo de información que suponga un estímulo pero no un imposible para las capacidades del receptor. La inclusión de información decodificable por parte del mismo supone un estímulo para su recepción, con lo que podemos presumir que toda referencia contextual resultará relevante y por tanto conveniente para acometer una comunicación satisfactoria, en tanto su referencia atraerá cuanto menos un mínimo la atención del destinatario:

“En general, la comunicación ostensivo-inferencial supone el uso de un estímulo ostensivo, producido para atraer la atención del receptor y concentrarla en el significado del emisor (...) El hecho de que los estímulos ostensivos generen expectativas de relevancia es algo que se deriva del propio Principio Cognitivo de Relevancia. Un estímulo ostensivo está concebido para atraer la atención de un destinatario.” (Sperber y Wilson, 2004: 245)

Se ha de añadir que todo estímulo ostensivo relevante como es la referencia contextual ya mencionada es también un aliciente para el emisor, dado que “el estímulo ostensivo es el más relevante teniendo en cuenta las capacidades y preferencias del emisor” (Sperber y Wilson, 2004: 247). Habida cuenta del potencial doble papel del destinatario de una pancarta exhibida en el entorno

urbano como las 620 que conforman el corpus de este trabajo –en tanto que es potencial replicador y por tanto emisor secundario del mensaje original a través de la red- es inevitable otorgar un papel preponderante a la carga semántica referente al contexto en el caso que nos ocupa.

Mencionábamos al principio de esta subsección 6.5.2 las referencias temporales y semánticas como ejemplos de referencias contextuales. Esta afirmación de que ambos tipos de referencia son denotativas de aportar información contextual se desprende de la afirmación de Verschueren (2002, 15) acerca de que “el contexto no es ‘todo’ lo extralingüístico, sino que es generado en el uso del lenguaje, y por lo tanto restringido hasta cierto punto, y, además, puede rastrearse en los enunciados, no es una realidad inaccesible”.

El motivo por el que pueden relacionarse los tiempos verbales hallados en el proceso de análisis del corpus con el contexto se deriva de las afirmaciones de Verschueren (2002: 165, 166) ya citadas en el punto 6.4.2. Siendo cierto que el tiempo resulta un valor relativo según el autor, la función de señalamiento deíctico puede considerarse como un efecto de señalamiento y por tanto concreción de un contexto compartido por el emisor y el receptor. Su compartición será ciertamente potencial, debido a la imposibilidad de fijar un receptor concreto. No obstante, la condición necesaria para ser un receptor real –circular por la vía pública en la que se encontraba el mensaje emitido en una pancarta concreta- maximiza la posibilidad de que el contexto sea en efecto compartido por emisor y receptor. Por ello, el mayoritario empleo de formas verbales de Presente (un 45,00% de los lemas del corpus y un 46,95% de los lemas del subcorpus) denotan una referencia temporal a un contexto

que, por ser el plano en que coexisten emisor y receptor, se asume como compartido.

La consideración acerca de que la referencia a campos semánticos suponga una mención contextual se interpreta del hecho de que determinadas metáforas estándares que forman parte del bagaje descriptivo del ser humano estén construidas a partir de palabras cuyo origen semántico esté referido originalmente a descripciones del espacio-tiempo:

“Los conceptos espaciales son centrales al pensamiento humano de muchas maneras, porque forman la base de metáforas estándares en numerosas áreas de la experiencia: antes de que acabe el año (tiempo), amigos cercanos (relaciones sociales), voz alta (sonidos), alta sociedad (estatus), alta cantidad (cantidad), subidas y bajadas (estado de ánimo), la corriente ascendente del pluralismo, una mente estrecha, ir cuesta abajo, etc.” (Verschueren, 2002: 169)

Del mismo modo que determinados ítems con connotaciones semánticas espaciales constituyen espacios no físicos, el empleo de palabras que refieren a no-lugares (“sistema”, “leyes”, “política”) o incluso a emplazamientos físicos en los que se materializan los mecanismos de los mismos (“bancos”, “cortes”, “congreso”) pueden constituir un contexto. En este sentido, el uso de ítems que explicitan una referencia a los tres campos semánticos de mayoritaria incidencia –Economía, Política/Leyes y TIC- poseen una representación altamente significativa, con un 55,16% de presencia en el corpus y un 55,97% en el subcorpus. Resulta esencial atender al hecho de que la mayoría de lemas no marcados, como [002] “A

pesar de vuestra soberbia se os tratará con dignidad”, [207] “Juventud sin futuro: sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo”, [304] “Nadie podrá descolgar estos mensajes de tu mente cuando caiga el último cartel”, [423] “Por el bien de todos, no de unos pocos” o [548] “Todos somos humanos sin límites” no explicitan semánticamente una referencia contextual, si bien señalan deícticamente a emisor o emisores, receptor o receptores y destinatarios subsidiarios –en este caso, las instituciones señaladas como culpables de la situación socioeconómica- de manera implícita mediante el uso de las distintas personas gramaticales.

La referencia contextual (mediante sus representaciones temporales y semánticas) será por tanto exponente de la relevancia o pertinencia en el conjunto de lemas estudiados en este trabajo, dado que esta misma producirá el conveniente efecto cognitivo en el receptor, máxime habida cuenta su potencial doble papel como replicador:

“Una información comunicada será tanto más relevante o pertinente cuantos más efectos cognitivos contextuales produzca en la mente del destinatario interpretante, es decir, cuando éste puede percibir el valor comunicativo o informativo del enunciado descubriendo informaciones que contribuyen a modificar sus conocimientos y su representación del mundo.” (Herrero Cecilia, 2006: 66)

Esto condicionará la transmisión de información en el ámbito urbano y virtual de un modo análogo al Atractor del Ciclo Límite, dado que la referencia al contexto compartido y por tanto la búsqueda de referentes relevantes para el receptor tenderá a

constituir una de las principales estrategias de captación de la atención del mismo.

Cabe destacar por último la implementación de *hashtags* y referencias a fórmulas clásicas de las TIC como referencias a un contexto compartido hasta el momento inexistente en eventos de comunicación de masas de la naturaleza del que nos ocupa. La red puede ser en efecto un contexto compartido, en el cual además puede darse cierta *democratización* de la comunicación. La comparación con los medios de comunicación de masas clásicos (los *mass media*), incluso con el más fácil ejemplo de comunicación visual dirigida a receptores potenciales (el cartel electoral) no admite discusión al respecto de la potencial pluralidad de emisión: cualquier usuario de una red social como Twitter puede transmitir pensamiento y por tanto opinión al respecto de un contexto, puesto que la posibilidad de comunicación a un número siempre ampliable de potenciales receptores es la principal herramienta de las redes sociales. Si además se considera que la red virtual es un contexto no físico pero compartido, la referencia a la misma –pese a que su presencia sea más bien mínima con un 5,30% en el corpus y un 6,59% en el subcorpus- es cuanto menos denotativa de la creciente importancia de los contextos compartidos en los procesos de comunicación entre ciudadanos que ejercen el activismo, sea presencial o virtualmente. Máxime cuando la mención a dichos contextos –no sólo el virtual, si bien su presencia resulta indicativa del calado del mismo en la vida diaria de los usuarios- se realiza en aras de modificar los mismos.

6.5.3 Equilibrio entre reducción del esfuerzo cognitivo y estímulo ostensivo como Atractor Extraño: parasitismo como incentivo en el proceso de recepción y replicación.

Cuando en el punto 3.2.4.1 de esta tesis se disponían los tipos más comunes de Atractor, se citaban referencias que advertían de la necesaria inmersión en el campo de la experiencia a la hora de definir el Atractor Extraño dentro de cada caso particular de sistema complejo determinista. De acuerdo con los presupuestos de Ali Bulent Çambel (1993: 69), recordábamos que este tipo de Atractor resulta ciertamente difícil de encontrar sin una revisión más cualitativa que cuantitativa de los diferentes elementos del sistema a analizar. La irregularidad con la que este tipo de condicionante sistémico aparece, siendo un producto de la misma su alto nivel de abstracción, ya indicaba desde un principio que su identificación en el ámbito de estudio que nos ocupa escaparía a cualquier análisis del lenguaje que se limitara a cuestiones rastreables bajo prismas convencionales, como la fonética, la morfología, la lexicografía, o la sintaxis. La analogía entre las cualidades de los lemas registrados para su análisis y el Atractor Extraño debe derivarse, por tanto, de un estudio que aplique estrategias de búsqueda y medición basadas en aspectos adicionales a dichos niveles de análisis clásicos. La búsqueda de referencias pertenecientes al saber popular implementa estrategias de análisis ajenas a cuestiones paradigmáticas si tenemos en cuenta la ingente cantidad de las mismas y sus múltiples dimensiones de análisis.

Partiendo de una perspectiva analítica centrada en los aspectos cualitativos de las diferentes facetas de la realidad observable, citábamos en el mencionado punto 3.2.4.1 la revisión de este

concepto concreto que realizaba Antonio Escohotado en *Caos y Orden* (1999: 88). En dicha cita, el autor destacaba la compleja ordenación, en cierto modo difícil de percibir, que ejercía el Atractor Extraño sobre sistemas caóticos autoestructurantes. No obstante, y pese a la tremenda dificultad a la hora de identificar a priori este tipo de Atractor dentro de un sistema, el aporte en términos de determinismo estructural del mismo hace fundamental la identificación del mismo, especialmente en el seno de un trabajo de carácter tan descriptivo como el presente.

Por ello, la identificación de la figura del Atractor Extraño dentro de este trabajo de investigación debe partir de tres premisas: debe ser una cualidad ajena a las estrategias de descripción y clasificación sujetas a convenciones paradigmáticas y basarse en su mera cuantificación como fenómeno, debe ser identificable únicamente a través de un proceso experiencial –con lo cual el investigador y su bagaje constituyen una parte activa del proceso de identificación al margen de paradigmas tales como los morfológicos o los sintácticos- y esta cualidad puede estar sujeta a variaciones esenciales en el transcurso del tiempo.

Considerando el carácter peculiar de este tipo de condicionante, y dados los indicios hallados en el transcurso de la investigación, se puede afirmar que la reducción del esfuerzo cognitivo mediante el empleo de lemas parasitarios cumple con las tres premisas anteriormente mencionadas:

- En primera instancia, el estudio del parasitismo –si bien se puede ligar en cierto modo con la función referencial del lenguaje- atiende a un aspecto de una naturaleza distinta al del

resto de niveles de análisis, en tanto este depende de la repetición de formas ya producidas en distintos ámbitos, cualesquiera que fueran, y su aspecto formal no resulta tan determinante en su estudio como su mera existencia como fenómeno. No se puede aplicar un método de búsqueda al uso, como en el caso del estudio de empleo de marcas fonéticas, tiempos verbales, estructuras sintácticas, marcación semántica por campos explicitados o extensión del mensaje en términos de palabras y caracteres.

- En segundo lugar y como consecuencia, el método de estudio del parasitismo depende directamente del observador, de su acervo y de las posibilidades de ampliación del mismo en el proceso de búsqueda. El proceso experiencial derivado de la búsqueda de este segmento del corpus –esto es, la interacción del propio investigador y la búsqueda de referencias externas que confirmen el fenómeno- resulta un factor adicional que predetermina la búsqueda hacia una base de referencias tendente al crecimiento. Es prudente admitir, si bien esto pudiera restar brillo o rigor cuantitativo a la investigación, que no todos los referentes a partir de los cuales se han generado una significativa porción de los lemas estudiados eran conocidos por el autor de esta tesis con anterioridad a la investigación. Por ello, es incluso posible que la cantidad de lemas parasitarios sea en realidad mayor al reflejado en la tesis y sus anexos, dado que algunos lemas pueden presentar referencias que han sido ignoradas por desconocimiento o incultura del propio redactor.
- Por último, es necesario considerar la alta variabilidad – siempre en términos de potencial crecimiento- del parasitismo

como Atractor Extraño. Este fenómeno emplea referencias de múltiples campos, habiendo discriminado en este trabajo entre Producción Intelectual/Política, Acervo Cultural y Actividades Comerciales, además de una cuarta dimensión de marcación mixta. Dichos campos están constantemente añadiendo nuevas referencias potenciales, máxime habida cuenta del marco coyuntural que nos afecta: pensadores e intelectuales, junto con representantes políticos, sindicales e ideológicos generan constantemente pensamiento en forma de reflexión, y los medios de comunicación sintetizan y difunden su producción en tiempo real. Además, en una sociedad sustentada sobre las actividades comerciales, incontables nuevos slogans sobreestiman al ciudadano-consumidor constantemente a través de todas las superficies disponibles. Todo ello genera un crecimiento exponencial de las potenciales fuentes de referencia, con lo que lemas parasitarios como [166] “Fresh Camping: tu campa, y cada día el de más gente” o especialmente [194] “Indignaos” ilustran la rápida adaptación de lemas –o, en el segundo caso, título de obra literaria de aparición inmediatamente anterior a la de los movimientos como 15M u Occupy- de reciente creación como vehículo de transmisión de opinión. El alto potencial de crecimiento del parasitismo es sinónimo de su alta variabilidad en el tiempo, tercera característica que posibilita la consideración del mismo como Atractor Extraño.

En el apartado 6.4.5 se ha realizado un contraste del impacto general del parasitismo en el corpus y en el subcorpus para tratar de cuantificar si existe un crecimiento del impacto de este fenómeno en

el tránsito entre los dos entornos de estudio. El empleo de formas preexistentes pasa de una presencia del 35,32% en el corpus a un 43,77%. Ello implica un crecimiento del 8,45%, constituyendo el rasgo de mayor preponderancia relativa en el cambio de soporte. Este crecimiento, además, muestra un crecimiento prácticamente idéntico en cuestiones relativas de los casos de calco, los cuales aumentan desde un 30,14% en el corpus hasta un 38,79% en el subcorpus. El aumento del 8,65% de una esfera a otra supone un síntoma inequívoco de la importancia de la disminución del esfuerzo cognitivo del receptor mediante el uso de formas ya conocidas no sólo en su variante alterada, sino bajo su apariencia habitual.

Otorgar importancia a este hecho hasta el punto de considerarlo un Atractor Extraño –variante que determina la evolución en el tiempo en torno, como hemos dicho, de variables en el tiempo- supone para algunos autores contemporáneos como Van Dijk (2012: 49), un hecho fundamental a la hora de establecer una teoría social del discurso:

“Mi punto de vista es que una teoría social del discurso que relacione las estructuras discursivas con las situaciones sociales y la estructura social también debe exhibir varios componentes cognitivos, es decir, en términos de cogniciones sociales compartidas (conocimiento, ideologías, normas y valores) en general, u modelos mentales únicos de los miembros sociales en particular. Sólo entonces tenemos una teoría integrada del discurso y el uso del lenguaje en general”

El estudio de la presencia del parasitismo no solo en el caso que nos ocupa sino en cualquier aproximación social al estudio del

lenguaje aporta datos fundamentales acerca de la estructura social a la que pertenecen los hablantes, dado que la capacidad de realizar referencias textuales o indirectas a determinados pensadores o incluso productos permiten deducir la procedencia del emisor. De manera adicional, la capacidad de difusión en términos de recepciones empíricamente demostrables a través de herramientas de rastreo de comunicaciones en las redes sociales permite trazar un esbozo de lo exitoso o no de dichas manifestaciones. Esta descripción de la culminación de procesos comunicativos aporta a su vez datos de la eficiencia cognitiva del emisor, aspecto sin duda relacionado con la Relevancia entendida por Sperber y Wilson. Francisco Yus (2010: 85) destaca como premisa la conciencia de buscar esta reducción a la hora de simplificar el acceso –o en este caso replicación- de información en la red, y en concreto en las redes sociales:

“Los usuarios poseen una necesidad cognitiva, e intentarán obtener la información que están buscando sin un esfuerzo excesivo de procesamiento, para lo cual tenderán a usar los enlaces de forma adecuada y tratarán de mantener la necesaria coherencia entre los textos enlazados”

Sin embargo, el empleo de lemas parasitarios no debe entenderse únicamente en términos de reducción del esfuerzo cognitivo, sino también de estímulo de la misma naturaleza. El empleo de un slogan político, filosófico, comercial o perteneciente al acervo cultural minimiza el esfuerzo de recepción, pero exige una decodificación entre la forma del mensaje y la información a inferir. Este difícil equilibrio entre la reducción del esfuerzo cognitivo del receptor y la generación de un estímulo por parte del emisor supone

una estrategia habitual en los actos comunicativos. La misma procura según Sperber y Wilson (2004: 245) una maximización de la relevancia por parte del emisor y trata no de entregar cierta información al receptor, sino de ofrecer al mismo un proceso de interpretación a priori atractivo:

“Dada la tendencia universal a maximizar la relevancia (...), un interlocutor determinado solo prestara su atención a un estímulo que le resulte lo suficientemente relevante. Al producir un estímulo ostensivo, el emisor anima, por tanto, al receptor a sospechar que el estímulo es tan relevante que su procesamiento merece la pena.”

El tipo de estímulo que trata de compensar la reducción del esfuerzo es observable principalmente a través de la búsqueda de lemas parasitarios en los lemas del corpus, pero también de un modo secundario a través de recursos como figuras retóricas no basadas en la supresión o en la repetición. Cabe recordar que, conforme a lo expuesto en 6.4.7, un insignificante crecimiento del impacto absoluto de los lemas marcados por presencia de figuras retóricas –un 0,26%- arrojaba una dinámica interna de crecimiento de dos tipos de figuras. En el tránsito de la parcela física a la virtual, las figuras por combinación de palabras –con un crecimiento relativo del 3,19%- y las de naturaleza metafórica –los Tropos crecían ligeramente con un 0,56%- cobran importancia de cara a alargar la pervivencia de los lemas del entorno urbano en la red.

Por tanto, del mismo modo que el aporte de información relativa a la gestión de la cognición de emisor y receptor es positivo de cara a ampliar la visión social del lenguaje, el estudio del empleo

de formas parasitarias puede resultar importante de cara a comprender las implicaciones del mismo en un entorno con crecientes posibilidades comunicativas. Por las citadas implicaciones, por poseer un banco referencial creciente en el tiempo y por ser la característica que presenta un mayor crecimiento de impacto en aquellas revisadas en este estudio, podemos considerar que el equilibrio entre la reducción del esfuerzo cognitivo y el estímulo ostensivo generado mediante lemas parasitarios puede equipararse en forma y efectos con la figura del Atractor Extraño.

6.6 La Entropía comunicativa: estudio de los flujos de información en el tiempo.

En el punto 3.2.4.2.2 de la presente tesis realizábamos una necesaria introducción a un concepto aparentemente distante de la teoría de la comunicación en términos disciplinares: la Entropía. Asumiendo la problemática que encierra ya no la interdisciplinariedad de este trabajo sino la propia definición de Entropía, conveníamos que esta sería considerada como la medida de transmisión de información. Así pues, un alto nivel de la misma implicaría una alta liberación de información, mientras que un bajo nivel entrópico denotaría una alta conservación de la información.

La Entropía es un concepto que, como comentábamos en el citado punto del apartado correspondiente a la perspectiva teórica, indica actividad en el interior de un sistema e interacción con el exterior. Con el objeto de poder interpretar los resultados del cálculo de la misma, es conveniente recordar dos cuestiones de suma importancia:

- En primer lugar, la Entropía $\{S\}$ de un sistema se calculará siempre a lo largo de varios espacios-fase y mediante el contraste de la Entropía parcial de cada una de las porciones temporales del sistema. Esto significa que la Entropía es una medida de la transmisión de la información de un sistema, pero sus resultados nos aportarán tendencias relativas. Es decir: del contraste entre tendencias a lo largo de distintas sucesiones temporales de un sistema hallaremos la pauta de absorción y liberación de información del mismo. La Entropía en este sentido nos permite únicamente esbozar

cualitativamente la tendencia de un sistema, algo en cierto modo similar al objeto de esta tesis.

- En segundo lugar, el cálculo de la Entropía $\{S\}$ en sistema se realizará mediante el sumatorio sencillo entre su incidencia intrasistémica –en este caso entrada de información- y su incidencia extrasistémica –en este caso, salida- en cada uno de sus espacios-fase. Dicho sumatorio fue presentado en 3.2.4.2.3, siendo siempre igual o mayor que cero. El sumatorio $dS_T = dS_I + dS_E$ será igual a cero si no existe actividad de entrada ni de salida, y en ese caso estaremos hablando de un sistema en estado suspensión. En caso de que el sumatorio sea superior a cero, este dato implicará actividad.

Es esencial tener no confundir el cálculo de la Entropía de un sistema con el de su desequilibrio. Mientras que el desequilibrio se calcula a tenor de unas condiciones iniciales e incluso puede deducirse a través de parámetros como el *Número de Damköhler*⁸⁷ –ver 3.2.3.2- la Entropía es un cálculo que asocia el factor tiempo al devenir del sistema. Precisamente esta inclusión del factor tiempo en el análisis de sistemas resultaba, atendiendo a los supuestos de Çambel (1993: 44), fundamental a la hora de comprender la evolución de los sistemas complejos. Recordemos que la invariabilidad en el tiempo es una propiedad inherente a los sistemas lineales o cerrados –ver 3.2.1.2- y que su opuesto –esto es, la variabilidad- indica interacción con el entorno. Esta interacción con el entorno resulta inevitable en un tipo de sistemas que disipa

⁸⁷ Con anterioridad en la presente tesis ya se había convenido la evidencia del desequilibrio sistémico en términos de asimilación de información a través del citado *Número de Damköhler*, dado que el crecimiento de las fuentes de información –*mass media*, internet- y de su capacidad de producción y transmisión de nueva información no se ve acompañado de un crecimiento del factor tiempo.

información y que genera corrientes de opinión con el objeto de forzar adhesiones a un movimiento social. La citada capacidad de difusión de información al exterior, cuya cuantificación acometeremos en las próximas subsecciones de 6.6, viene condicionada por las figuras de Atractores establecidas en 6.5. La definición de los espacios-fase empleados como referencia y las distintas variantes a la hora de ubicar el flujo de entrada a lo largo de los mismos centrará el estudio de la Entropía comunicativa.

6.6.1 Definición de los espacios-fase

En el punto 4.2.2 de esta tesis establecíamos el plazo de un año como lapso de observación del alcance de los 620 lemas presentados originalmente sobre un soporte físico. El alcance de los mismos es cuantificable en la esfera virtual, y se escogió el servicio de *microblogging* Twitter como soporte de observación. La herramienta de búsqueda Topsy fue el motor de rastreo escogido – ver 5.2- dada su efectividad en términos de seguimiento y enlace con aquellos lemas del corpus plasmados en Twitter. Al margen de su capacidad como buscador –superior a Google o al mismo motor de búsqueda histórica de Twitter- la posibilidad de acotar temporalmente la presentación de resultados resultó esencial a la hora de optar por esta superficie. Algo coherente con el ánimo descriptivo pero también con la perspectiva teórica desde la cual parte la hipótesis del presente trabajo. De acuerdo con lo presentado en 6.6, el análisis de sistemas que presentan una interacción con el propio contexto debe contar con la dimensión temporal en aras de proporcionar una descripción del sistema que arroje indicios acerca de su devenir en el futuro. Por ello, la posibilidad de concretar lapsos de tiempo proporcionales adaptables a la cuestión de los espacios-fase posibilita el necesario calado descriptivo.

El plazo elegido para establecer los espacios-fase fue el trimestre. El objetivo tras esta elección era doble. Por un lado, fijar una cantidad no excesiva de lapsos que eternizaran el esbozo de las dinámicas entrópicas⁸⁸. Por otro lado, que fueran los suficientes

⁸⁸ La búsqueda de 620 lemas en su forma literal o alterada supuso un proceso de 1240 búsquedas por espacio-fase, la verificación visual de los tweets hallados y su plasmación en los anexos de este trabajo. Un total de 4960 búsquedas y tareas añadidas. A todo esto hay que añadir la necesidad de acotar temporalmente cada búsqueda individual mediante un sistema mejorable de calendarios, circunstancia

para discernir la presencia de ciclos de crecimiento de la transmisión de los 620 lemas del corpus a rastrear.

Por todo ello, los espacios-fase quedaron distribuidos de la siguiente manera:

- Espacio-Fase 1: del 15 de Mayo de 2011 al 14 de Agosto de 2011.
- Espacio-Fase 2: del 15 de Agosto de 2011 al 14 de Noviembre de 2011.
- Espacio-Fase 3: del 15 de Noviembre de 2011 al 14 de Febrero de 2012.
- Espacio-Fase 4: del 15 de Febrero de 2012 al 16 de Mayo de 2012.

La extensión anormal del Espacio-Fase 4 viene motivada por la inclusión del día 16 de Mayo. Dado que el 15 de Mayo de 2011 se produjo la manifestación de la cual el Movimiento 15M adopta su nombre y que la actividad en Twitter es potencialmente mayor en horas de ocio –como por ejemplo la madrugada- se quiso incluir las primeras horas de la madrugada del 16 de Mayo de 2012 para poder incluir en los registros los posibles lemas replicados con motivo del primer aniversario, aún en horas intempestivas. La adición de un día supone en términos proporcionales un 1,11% de incremento del espacio-fase, un margen más simbólico que incidente.

A partir de este punto, se dispondrán los resultados de los lemas del corpus trascendidos en la red Twitter a través de los cuatro espacios-fase definidos en esta sección, lo hayan sido literalmente o

de Topsy en Junio de 2012, cuando concluyó la fase de rastreo. Haber escogido el mes como unidad de medida hubiera implicado elevar la cifra de búsquedas hasta las 14880.

de forma modificada pero suficientemente reconocible. Junto con la disposición de la cantidad de lemas transmitidos, se calcularán los niveles de Entropía de cada espacio-fase y se analizará contrastivamente la presencia de ciclos de crecimiento de la transmisión o Entropía positiva y ciclos de decrecimiento, conservación o Neg-entropía.

6.6.2 Derivas de la Entropía del flujo de información en T_1 , T_2 , T_3 y T_4 dependiendo del origen del flujo de entrada.

A la hora de calcular los niveles de Entropía ($\{S\}$) en los diversos espacios-fase se ha contemplado una doble posibilidad en torno a la dificultad de definir el origen del flujo de entrada o dS_I . Su origen en el primer espacio-fase (T_1) no cabe duda que es el ámbito de lo físico, en concreto el entorno urbano del que se recopiló el corpus. Sin embargo, en los tres siguientes espacios-fase (T_2 , T_3 y T_4) se puede considerar que dS_I posee dos posibles orígenes:

- El físico en el primer espacio-fase. En este caso se considera que no existe flujo de entrada en T_2 , T_3 y T_4 dado que la captación del corpus finalizó durante T_1 .
- El virtual, dado que la red puede ser considerado como un espacio no-físico en el que se conserva información, lo que en ocasiones origina Neg-entropía si esta conservación se acentúa en contraste con anteriores espacios-fase. En este caso, el flujo de entrada o dS_I de cada espacio-fase es el flujo de salida o dS_E del espacio-fase anterior. De ese modo, el flujo de salida de T_1 será el flujo de entrada de T_2 y así sucesivamente.

El contraste entre los niveles de Entropía de cada espacio-fase el que nos sugerirá si cada uno de ellos transmite más información de la que conserva, siendo entrópico, o conserva más de la que transmite, siendo neg-entrópico. La atribución o no de flujo de entrada en cada uno de los espacios-fase según la hipótesis doble sobre su origen podrá modificar, como veremos, la consideración de algunos espacios-fase en términos de transmisión o conservación de información.

Por ello, la conclusión final acerca de la deriva de estos flujos de información desde el entorno físico hasta la red será en cierto modo aproximada, pero nunca exacta y siempre sujeta al volumen del corpus. En ningún caso se sugiere siquiera la posibilidad de realizar un mapeo acerca de todos los casos de replicación de lemas en Twitter. En primer lugar el corpus es tan solo un extracto de todos los lemas que pudieron ser exhibidos y recibidos en las manifestaciones promovidas por el movimiento 15M durante su primer año de vida. En segundo lugar y como consecuencia, esta descripción de la Entropía y toda la investigación precedente únicamente esboza el primer año de vida de los 620 lemas del corpus en un segmento del entorno físico y el virtual, una buena parte de los cuales -243, un 39,19% del total como se dispone en 6.3.1- jamás trascendieron a la red social Twitter.

6.6.2.1 Niveles de Entropía para dS_i con origen en el entorno físico

De acuerdo con la primera hipótesis acerca de la consideración del origen del flujo de entrada, consideramos que este se restringe únicamente al periodo de recopilación del corpus, iniciado y finalizado durante el espacio-fase T_1 . Por ello, la interacción en el interior del sistema se inicia con la exhibición de los 620 lemas del corpus en el medio físico, representado por el flujo de entrada o dS_i como vemos en la Tabla 6.30.

Tabla 6.30: Niveles de Entropía para dS_i con origen en entorno físico.

ESPACIO-FASE	dS_i	dS_e	dS_t
T_1	620	294	914
T_2	0	191	191
T_3	0	200	200
T_4	0	291	291

Nota. Fuente: elaboración propia.

Su nivel de interacción con el entorno, representado por su flujo de salida (dS_e), es de 294 *tweets*. Por ello el nivel total de Entropía (dS_t) en T_1 es en este caso 914, una cifra significativamente superior al de restos de espacios-fase, en los que se supone que no existe nueva entrada de información dado que toda ella se produjo en T_1 . El análisis de las tendencias de Entropía en los cuatro espacios-fase según esta hipótesis se dispondrá en 6.6.3 con el objetivo de contrastarlas con las derivadas de la hipótesis acerca de la conservación de la información en la red.

6.6.2.2 Niveles de Entropía para dS_i conservada en el entorno virtual.

De acuerdo con la segunda hipótesis acerca de la consideración del origen del flujo de entrada, consideramos que este no solo se restringe únicamente al periodo de recopilación del corpus, sino que el propio entorno virtual transmite y conserva constantemente ciertos niveles de información.

Tabla 6.31: Niveles de Entropía para dS_i conservado en el entorno virtual

ESPACIO-FASE	dS_i	dS_e	dS_t
T ₁	620	294	914
T ₂	294	191	485
T ₃	191	200	391
T ₄	200	291	491

Nota. Fuente: elaboración propia.

Por ello, mientras que el nivel de actividad sistémica se inicia con la entrada de 620 lemas a través de la exhibición en el medio físico (por ello $dS_i=620$ en T₁ de acuerdo con la Tabla 6.31), los lemas que se replican en la red Twitter durante cada uno de los espacios-fase (en la columna dS_e) pasan a ser considerados como tráfico interno del sistema. Por tanto se les supone parte de un flujo de entrada cíclico y constante. Esto se justifica teniendo en cuenta el hecho de que la transmisión de información se realiza mediante replicación, bien directa mediante el *retweet*, bien indirecta mediante la nueva escritura tras haber leído la misma en un *tweet* anterior.

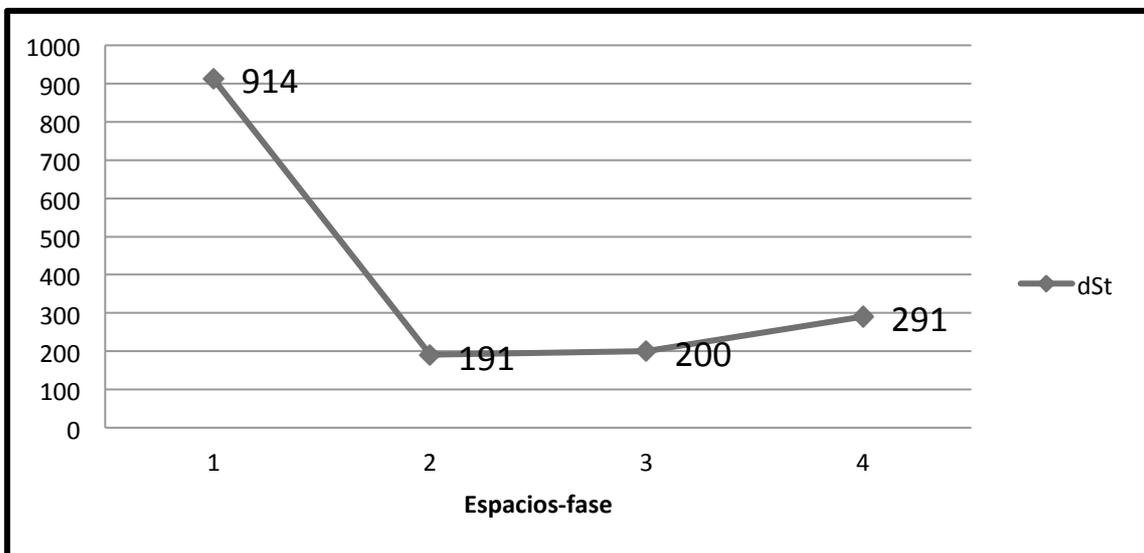
Por ello, las cifras de los niveles totales de entropía o dS_T de cada espacio-fase son superiores en T₂, T₃ y T₄ de acuerdo a la hipótesis de la función de conservación de la red con respecto a la

hipótesis del origen de actividad en el interior del sistema a causa únicamente de la exhibición de los lemas en el entorno urbano.

El análisis de las tendencias de Entropía en los cuatro espacios-fase según esta segunda hipótesis se dispone en 6.6.3 para su contraste con las tendencias derivadas de la hipótesis anterior sobre el origen de la actividad sistémica.

6.6.3 Resumen de tendencias entrópicas: Entropía frente a Neg-entropía o ciclos de transmisión y conservación de la información.

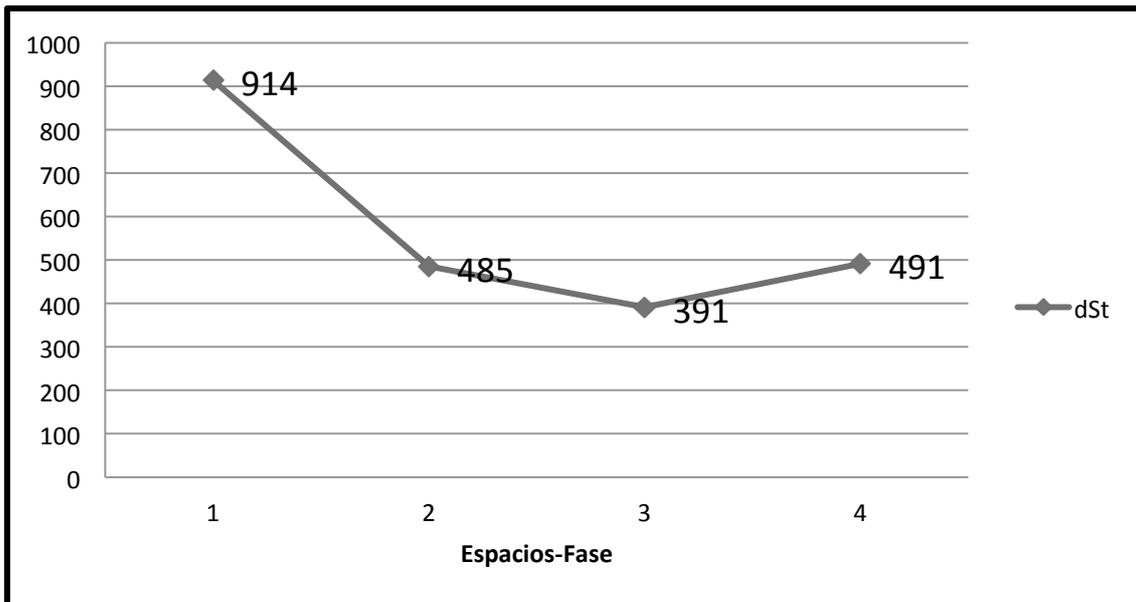
De acuerdo con la hipótesis de que la actividad en el seno del sistema de difusión de información del corpus a través de la red parte exclusivamente del ámbito urbano del que se capta el corpus, los niveles entrópicos dispuestos en 6.6.2.1 arrojan lo representado en la Gráfica 6.51.



Gráfica 6.51 Niveles de Entropía para dS_i con origen en el entorno físico
Fuente: elaboración propia

Si atendemos a las dinámicas de decrecimiento de la transmisión de información entre el primer espacio-fase (netamente entrópico al partir de una Entropía nula) y el segundo, percibiremos que la primera tendencia es neg-entrópica o de conservación de la información. Sin embargo, los niveles de Entropía de T_3 y T_4 son positivos, en tanto que en ellos se replican progresivamente más lemas. El ciclo entrópico es, por tanto, de transmisión-conservación-transmisión-incremento de la transmisión, pese a que el sistema se encuentra en evidente decadencia de actividad.

Si por el contrario concebimos que la red posee una función de conservación de la información, los niveles de transmisión y difusión de la información expuestas en 6.2.2.2 arrojan una tendencia representada en la Gráfica 6.52.



Gráfica 6.52 Niveles de Entropía para dS_t , conservado en el entorno virtual

Fuente: elaboración propia

Las dinámicas de Entropía y Neg-entropía detectables en la red a través de los cuatro espacios-fase definidos en base a la hipótesis de la función de conservación de información de la red nos muestran una tendencia similar a la anteriormente mostrada. En ella, el ciclo entrópico es de transmisión-conservación-conservación-incremento de la transmisión. La recuperación de los primeros niveles relativos de Entropía o transmisión de información parece más lenta en este segundo caso que en el primero. Sin embargo la cantidad de información activa en el seno del sistema es paradójicamente mayor de acuerdo al segundo precepto sobre el origen de la actividad interna del sistema.

6.6.4 Nuevas vías para la conservación de la información. El lema a través de la red: una nueva paremia.

Pese a que la descripción de las dos tendencias entrópicas posibles muestran similitudes –ambas muestran un crecimiento súbito de la transmisión de información, una posterior tendencia a la conservación de la misma y un tímido esbozo de recuperación– ninguna de las dos descripciones resultan más que esbozos orientativos acerca de las derivas de la información del corpus en la red virtual. La explicación radica en una incoherencia cuantitativa de imposible solución dados los medios actuales de búsqueda de información en la red –restringidos a una única red social- y al propio segmento de estudio de esta tesis. Se ha de recordar que se consideran dos posibles orígenes de la actividad en el interior del sistema: el flujo de entrada a través del ámbito físico o el mismo entorno urbano sumado a las capacidades de almacenamiento o conservación de la información del propio canal de transmisión (Twitter). No obstante, dado que en 6.3.1 advertíamos que el total de lemas iniciales trascendidos a la esfera virtual mediante Twitter fueron 377 lemas de los 620 del total y que el global de lemas del corpus trascendidos –sea literalmente o en una variante alterada pero reconocible- en el espacio-fase T_1 es de 294, existen 83 lemas que no fueron trascendidos hasta al menos el segundo trimestre o T_2 . La explicación a esta incoherencia puede ser doble:

- Estos 84 lemas pudieron ser conservados por la red durante el primer trimestre de vida del movimiento 15M. La red puede poseer, por tanto, una función de conservación posiblemente

fundamentada en fuentes externas, como webs de almacenamiento de imagen susceptibles de ser enlazadas en *tweets* como se ha dispuesto en diversos ejemplos del punto 6.1.2 . Por ello, la hipótesis acerca del origen de la actividad en el interior del sistema a partir de la conservación en la propia red se antoja más verosímil que aquella que considera que la única fuente de actividad sistémica es el entorno urbano del cual provienen los 620 lemas del corpus.

- Estos 84 lemas de los 377 trascendidos que no aparecen durante el primer espacio-fase pueden además haber sido retenidos en la memoria colectiva de los usuarios que posteriormente los difundirían. En este caso, deberíamos considerar que el análisis de la transmisión y conservación de la información visual liberada en el entorno urbano y replicada a través del virtual únicamente afecta, como hemos convenido previamente en 6.6.2, a un segmento muy concreto de la red. De acuerdo con ello, deberíamos descartar la primera hipótesis acerca del origen de la información a través del tiempo y tomar únicamente la segunda hipótesis como aproximada, dado que la superficie de conservación no es únicamente virtual, sino también mental.

Dado que en esta tesis hemos mencionado la importancia del uso de lemas parasitarios, parece coherente mantener la certeza de que el saber popular es capaz de almacenar frases ya conocidas. En el caso de los lemas parasitarios, aludíamos al acervo cultural como segunda fuente de inspiración parasitaria a la hora de generar los lemas del corpus. Por ello, hemos de asumir como plausible la hipótesis acerca de la conservación de información no solo del

propio canal –la red- sino de los propios usuarios, y por tanto las dinámicas o tendencias entrópicas de las corrientes de transmisión de información cuantificadas en 6.6.2.2 y descritas en la Gráfica 6.51. La asunción de este hecho posee una consecuencia inesperada en el seno de este trabajo: el lema expuesto en unas condiciones como las de partida del corpus, como consecuencia, podría estar adquiriendo gracias a la red una consideración similar a la de la paremia, habitualmente empleada como argumento de autoridad. Ello obliga a reabrir la consideración que del slogan se ha tenido hasta la irrupción de las nuevas vías de transmisión de información, concepto que Herrero Cecilia disociaba de la paremia o refrán en términos de función y calado:

“Cuando estos (n.d.r: los hablantes de una colectividad) recurren a las paremias de la sabiduría popular lo hacen para citarlas como argumentos de autoridad que vienen a corroborar o a apoyar una opinión personal sobre un tema determinado. El eslogan, por el contrario, no existe para ser citado sino para ser dirigido a un público determinado a través de algún medio de comunicación (televisión, radio, prensa, prospectos de propaganda, carteles, pintadas..., etcétera) y para que el público reaccione o actúe en la línea propuesta en el contenido del enunciado” (Herrero Cecilia, 2006: 173)

Por ello, podemos concluir este apartado con un indicio acerca de los efectos de la transmisión de lemas de los movimientos de protesta que conjugan la comunicación visual en el entorno urbano con la replicación de la misma en el entorno virtual. Según este indicio de conservación de los lemas no sólo en la red sino en el inconsciente colectivo, se ha de considerar a las redes sociales como

fuentes de nuevas paremias cuyo uso puede ser similar al de los dichos populares que refuerzan una opinión como argumento de autoridad. Posiblemente esta capacidad para generar nuevas fuentes de autoridad pueda ir ligada a momentos de desestructuración social. En ellos, recordemos, el carácter de la comunicación visual adquiere connotaciones dialógicas, algo sugerido por autores como Voloshinov (2009). En este en concreto, dados los avances técnicos, la accesibilidad a redes sociales como Twitter a través no sólo del ordenador personal sino de cada vez más dispositivos – *smartphones*, tabletas- suponen un creciente altavoz de la opinión popular, cuyo acervo crece toda vez esta es sobrepuesta a las mismas plataformas de recepción de información y opinión que los propios usuarios emplean para transmitir las propias.

7. CONCLUSIONES

A la hora de realizar la pertinente revisión del estado de la cuestión, considerábamos la posibilidad de conceptualizar los movimientos de protesta que vienen sucediéndose en el contexto de la presente crisis económica como sistemas de comunicación. El alto grado de interacción en los mismos a través de vías tan dispares como la confección y exhibición de carteles o la transmisión de los mismos lemas a través de internet ya contaba con precedentes como el de la ciudad china de Xiamen, el cual ilustra a la perfección el empleo de las posibilidades comunicativas con pretensiones transformadoras. De ahí que se haya entendido en este trabajo que “los movimientos sociales son en sí mismos procesos de comunicación. Las actividades que se llevan a cabo, las personas que los constituyen, pueden ser vistos como comunicación.” (Marí Sáez, 2004: 240).

Sin embargo, esta concepción de los fenómenos sociales como comunicación puede –y en cierto grado debería- ser visto como un proceso que posee una propiedad conmutativa. Si los movimientos de cohesión social pueden ser vistos como meros eventos comunicativos, el aprovechamiento de las vías de transmisión de información que precisamente posibilitan dichos eventos comunicativos puede ser visto asimismo como un factor de cohesión o agrupamiento social. La proliferación de vías de difusión de información basadas en la interacción –y no únicamente al servicio de poderes que emplean los canales de manera intencionadamente unidireccional- precipita, aun sin querer caer en un ilusorio determinismo tecnológico, la tendencia a la agrupación social basada en la comunicación. Una comunicación que, como recoge

Francisco Yus (2010: 310) está comenzando a desdoblarse en cierto modo el concepto comunitario:

“La tendencia en los próximos años será la de una multiplicidad de posibilidades de interacción y agrupamiento social y de diferentes papeles de mediación tecnológica en la formación, estabilización y desarrollo de las diferentes modalidades de relación interpersonal y asociacionismo comunitario. Estamos ante un proceso de hibridación comunitaria físico-virtual, según la cual en una misma persona ‘conviven’ diferentes formas de intersubjetividad en redes personales de interacción”

Este aparente proceso de redefinición de aquello que entendemos por relaciones de conjunto, no es un acontecimiento casual ni mucho menos excepcional en la historia reciente de la humanidad. Al contrario, este aparente momento axial en el que los más tecnológicamente determinista y utópica pueden creer que se adentra la civilización occidental no parece más que uno de aquellos momentos en los que el desarrollo tecnológico amplía el horizonte de interacción del ciudadano medio. La red no es únicamente un entorno que favorece el intercambio de bienes y servicios o que proporciona infinitas posibilidades de ocio. Como ya advirtiera Escotado (1999: 287), la red ofrece infinitas posibilidades de democratización de la comunicación, toda vez despojada del componente jerárquico que lo alumbró:

“Fue el Pentágono, modelo de organización jerárquica, quien empezó a montar en los años setenta una malla informática capaz de interconectar ordenadores de todo el planeta, y la

criatura resultante –Internet- es una organización teóricamente ajena a jerarquías, rentable para una gama muy amplia de empresarios que inventan portales, páginas y otros recursos capaces de señalar y poblar las ‘autopistas’, o que simplemente usan la red para promover toda suerte de objetos e iniciativas. La interacción humana conquista así nuevos horizontes, y aunque esa red sea todavía una caricatura de sus verdaderas posibilidades, habilita ya un traslado de preguntas y respuestas que pueden producir amplias noticias sobre casi todo lo imaginable”

Ciertamente, las posibilidades de la red tan solo muestran un esbozo en la actualidad. Sin embargo, la promoción de esos objetos e iniciativas parecen suponer la primera porción de ADN descifrado de ese futuro de posibilidades por desarrollar. El ánimo mercantil esconde dos circunstancias que no deben ser ignoradas a la hora de entender las posibilidades de la red entendida como una herramienta de transformación. La primera, el evidente carácter persuasivo que hallaremos en cualquier comunicación – especialmente visual- producida en la red. La segunda, la necesidad de asociar lo presente en la nube con algo tangible, sea producto, servicio o, como en el caso que nos ocupa, cartel y manifestación.

Acerca de lo primero se ha disertado con mayor o menor acierto a lo largo de esta tesis. La comunicación visual posee un alto grado de parentesco con el lenguaje publicitario, cuando no es directamente un subproducto de la misma. Este tipo de lenguaje, como elocuentemente engarza Seni Medina (2011: 130), se deja ver no sólo en el ámbito de las relaciones comerciales, sino también en el ámbito de lo político y lo social, precisamente los dos marcos entre

los cuales podemos ubicar el mensaje difundido a través de la cartelería como la presente en el corpus de este trabajo:

“La argumentación del discurso publicitario se centra en valores e ideales comunitarios fundantes (propios del discurso político) que aprovechan la afectividad que se desprende de la empatía, la sensibilidad o la compasión (propias de la publicidad social), dentro de las lógicas del marketing y del estilo publicitario más tópico (propio de la publicidad comercial)”

Efectivamente, el mensaje contenido en segmentos de la realidad como el recogido en el corpus de este trabajo se sustenta sobre un intento de redefinición comunitaria, algo que se sobrentiende dadas las ya retratadas cualidades persuasivas de las proclamas. El reciclaje de lemas empleados en actividades comerciales ilustra perfectamente esta voluntad de redefinición social que caracteriza al lenguaje sugestivo, independientemente de su concreción contextual: del mismo los publicistas buscan redefinir la sociedad en torno al consumo, los partidos políticos buscan lo propio en torno al refuerzo de las vías sistémicas y los movimientos sociales propugnan una redefinición del tejido social en base a la participación. Esta búsqueda de constante reforma de los cimientos de la civilización posee hoy un horizonte infinito de propagación basado en una perspectiva basada en el diálogo, como ya hemos mencionado a lo largo de este monográfico. El diálogo se trata de generar mediante el uso de los ya revisados factores de atracción presentes en el lenguaje empleado por los generadores de los slogans que conforman la base empírica de este trabajo: concreción, adecuación al contexto y la búsqueda del equilibrio entre la

reducción del esfuerzo cognitivo y el estímulo de la misma naturaleza. Mediante un uso caótico pero no por ello desordenado de los recursos basados en estos tres Atractores se produce una difusión perdurable en el tiempo de la información generada, cimentada en torno a lo epidemiológico:

“Al contrario de la cultura vigente en la vieja sociedad de masas, que aconsejaba lanzar el máximo de octavillas sobre la máxima multitud, lo importante es hoy inocular un eslogan en uno, dos o tres individuos característicos para que ellos, por su cuenta, lo vayan inculcando a todos los demás. Este es el principio epidemiológico de las redes, el éxito de Twitter con 200 millones de usuarios o el de Facebook con 5000 millones de amigos, casi toda la humanidad” (Verdú, 2012: 180)

Enlazando lo persuasivo en su estadio más efectivo –lo epidemiológico- con la segunda circunstancia propia de un ámbito tan poco susceptible de ser identificado con el crecimiento de los derechos sociales como es la actividad mercantil –la identificación de lo intangible con lo físico- encontramos la necesidad de una plasmación de lo propugnado en la cartelera y las redes sociales con una *presentificación* de la opción sistémica en forma de concentración o manifestación. La combinación de ambas circunstancias parece garantizar el contagio estratégico, algo que puede devenir un factor fundamental en estas ansias de constante redefinición de la realidad plasmable en actos de comunicación:

“Tampoco en España la protesta de la calle contra la reforma laboral y los recortes sociales (mutilaciones individuales) fue bastante. Naturalmente, el 15-M se contagió a otras naciones

de Europa y al Occupy Wall Street norteamericano y, a la altura de 2011, el argumento de la Gran Crisis y de sus multimillonarias víctimas había logrado una audiencia planetaria” (Verdú, 2012: 90)

El horizonte analítico necesario para lograr siquiera un esbozo del impacto esta nueva circunstancia –las posibilidades comunicativas a través de la red- en los movimientos de protesta social que surgen en un entorno tendente a la desestructuración requiere, toda vez consideradas sus implicaciones, de una complejidad que minimice las opciones de un análisis lineal y puramente cuantitativo. El prisma teórico empleado en este trabajo, pues, parece adecuado dado el nivel de detalle logrado en el mismo. De acuerdo con esta perspectiva, la descripción del sistema comunicativo elegido –el 15M a través de los lemas recopilados en el corpus- debe combinar el estudio cualitativo con una traducción cuantitativa de lo habitual en el segmento de estudio. Los guarismos arrojados y expuestos a lo largo de todo el capítulo 6 de esta tesis conducen a un abanico interpretativo amplio. Una de estas posibles interpretaciones –que en ningún momento ha poseído ánimo de sentar cátedra- es aquella que nos sugiere la importancia de la consideración de las posibilidades del receptor. Por ello, además de la lógica necesidad de adecuación a las posibilidades de los canales de comunicación –que en el caso de los carteles y los lemas se ajusta a una cuestión de reducción del mensaje por cuestiones de espacio- hallamos que la referencia al contexto compartido por emisor y potencial receptor potenciará que el origen de la replicación y retransmisión del mensaje sea similar, en clave de estrato social, al de la manifestación original: la pancarta en el entorno urbano. La

referencia al contexto compartido entre interlocutores, por tanto, será esencial para tratar de transformar el mismo mediante redefinición:

“los contextos se generan en el uso del lenguaje, y, por tanto están restringidos de distintas formas. Aunque en principio cualquier posible ingrediente de un evento comunicativo puede aparecer como elemento contextualmente relevante a tener en consideración, no todos esos ingredientes se movilizan de manera relevante en todas las ocasiones. En otras palabras, de toda la gama virtualmente infinita de posibilidades, los contextos se crean por las dinámicas de interacción entre los enunciadores y los intérpretes en relación a lo que está (o se cree que está) ‘ahí afuera’. Como resultado, existen fronteras para el contexto relevante, aunque no sean estables y sí permanentemente negociables” (Verschueren, 2002: 185)

No obstante, a lo largo de este trabajo hemos citado la necesidad de implementar un enfoque que tenga en cuenta el factor cognitivo a la hora de buscar una comprensión amplia de la capacidad transformadora de la comunicación de masas. Esta combinación entre una perspectiva sociolingüística y un enfoque cognitivo enlaza precisamente con un ánimo persuasivo –el mercantil- que basa su estrategia en la predicción de los estados mentales de los potenciales receptores. Si se trata de analizar al receptor-consumidor en aras de sondear sus necesidades para la generación de nuevas dependencias de consumo, la misma perspectiva es empleada en un fenómeno de comunicación de masas

que pretende maximizar la adhesión para así consolidar una necesidad: la transformación social.

“La tendencia cognitiva universal a maximizar la relevancia hace posible que, al menos en cierto grado, se puedan predecir y manipular los estados mentales de los demás. Si yo soy consciente de que usted tiene tendencia a escoger los estímulos más relevantes entre aquellos de los que dispone en su entorno y a procesarlos de tal modo que se maximice su relevancia, estoy entonces capacitado para producir un estímulo que con toda probabilidad atraerá su atención, le incitara a la activación de ciertos supuestos contextuales y le conducirá hacia la conclusión a la que yo pretendía que usted llegara.”
(Sperber y Wilson, 2004: 244)

La maximización de la Relevancia entendida tal y como Sperber y Wilson enlaza la referencia contextual con la reducción del esfuerzo cognitivo del receptor. El empleo de lemas parasitarios y de figuras como el juego de palabras o la metáfora produce el deseado equilibrio entre la reducción del esfuerzo cognitivo y la generación de un estímulo lo suficientemente atractivo para que el receptor se convierta en un replicador del mensaje original, sea de modo calcado o añadiendo alteraciones que puedan servir para incrementar en la medida de lo posible el atractivo del mensaje.

Los efectos de la difusión en red, prácticamente fractal, de la información contenida originalmente en pancartas por parte de ciudadanos con un idéntico poder comunicativo, redes mediante, poseen un alcance multidimensional que hace inabarcable su medición en un corto plazo. Si bien es cierto que trazar la línea entre

capacidad de difusión en red y adhesión a un movimiento social es relativamente sencillo, los efectos de la difusión de lemas como los estudiados en este trabajo alcanzan incluso a modificar la noción de acervo cultural. La entropía definida como oscilante en cuanto a medida de difusión y conservación de información de un sistema comunicativo esconde ciclos de expansión y contracción, o lo que es lo mismo de transmisión y conservación de información en forma de lemas y *tweets*. Si bien es evidente que la principal consecuencia de las fases de mayor liberación es el crecimiento de la adhesión, las fases neg-entrópicas producen un efecto más sutil y por ende más complejo de retratar. La conservación en el inconsciente colectivo de algunos de los lemas exhibidos durante el primer mes de vida del movimiento 15M y su posterior replicación a través de la red toda vez pasados algunos meses indica que algunos de los mensajes contenidos en el corpus y transmitidos a través de Twitter son potenciales paremias. Los ciclos de transmisión y conservación de información esbozados en esta tesis aportan nuevos argumentos de autoridad al conjunto de ciudadanos susceptibles de ser receptores de los lemas contenidos en el corpus, sea en el entorno urbano o en la red. El popular lema [324] “No es una crisis, es una estafa” supone un excelente ejemplo de nueva paremia. La necesaria combinación entre el entorno físico y el virtual, por tanto, no sólo genera contagio estratégico –o mimesis del modelo de protesta- sino que aporta nuevos argumentos o incluso mantras para ser utilizados en ambos entornos en aras de incrementar el nivel de adhesión al movimiento o, al menos, de divulgar los postulados que lo sustentan.

Si bien el calado de los lemas podría comprobarse mediante el análisis del discurso de unos pocos individuos en un marco

conversacional no restringido a un ámbito profesional, su potencial es inmenso y por ello difícil de cuantificar en términos globales. No parece que la raíz profunda de los próximos postulados filosóficos o políticos tenga que surgir necesariamente de la mente de unos pocos teóricos al uso. La posibilidad de que el futuro de una sociedad acuciada por una crisis sistémica sea definido por un saber compartido se hace hoy más plausible que nunca. Quizá estas nuevas posibilidades de comunicación estén comenzando a esbozar el tránsito entre la sociedad de la información y la del conocimiento. En ese caso, el estudio de la comunicación humana se antoja fundamental para poder comprender y en determinado caso incluso proteger la generación de un saber compartido y su inevitable plasmación transformadora en el tejido social. La interacción humana parece erigirse en la herramienta definitiva de transformación social, abriendo a largo plazo la emocionante posibilidad de dejar al margen conflictos más allá de lo verbal.

“Estar al día es hoy, sobre todo, estar conectado. Y el último grito no es el monólogo, sino la conversación. Como igualmente, lo que hoy prospera en los negocios, en la ciencia o en la política es el saber compartido y fomentado por muchos y no por una mente maravillosa” (Verdú, 2012: 63)

La consecuencia que pueden poseer movimientos sociales de la naturaleza del 15M u Occupy no es, por tanto, baladí. Este tipo de convergencia entre lo dicho y lo materializado por un segmento de la ciudadanía que hoy vivimos en un momento de crisis sistémica puede suponer el primer precedente de un intento de construcción a través de un diálogo abierto a prácticamente todo el mundo. En este sentido, el sociólogo y filósofo polaco Zygmunt Bauman apuntó a

Vicente Verdú en Octubre de 2011 que “el efecto que puede esperarse de un movimiento como el 15-M es sólo el de allanar el terreno para una construcción posterior. Ni un paso más” (Verdú, 2012: 196). No obstante, y pese a lo que se puede inferir de las palabras de Bauman, este paso no es ni mucho menos poco meritorio, si bien puede percibirse cierto principio de inercia en el mismo, especialmente desde un determinismo tecnológico que consideraría inevitable y lógica la deriva de acontecimientos que confluyeron en la generación de movimientos sociales de nuevo cuño en 2011.

Sin embargo, y como último apunte a esta breve conclusión, cabe recordar la necesidad de ligar este aprovechamiento de los canales comunicativos que el desarrollo tecnológico ofrece con una necesaria interacción en el entorno físico. No únicamente por la mencionada adecuación requerida entre lo propagado y lo reclamado presencialmente, sino por la necesidad de seguir predispuesto a la observación de la realidad más allá de una pantalla de ordenador o teléfono móvil de última generación y de interactuar como receptores y potenciales replicadores con aquellos emisores anónimos que buscan transmitir su percepción de la realidad. De acuerdo con Arantxa Martín López y Ricard Morant Marco (2012: 21-22), esta necesidad nos obliga a atender a elementos tan dispares como los carteles de una plaza, las pintadas en un muro o, como se trata en su reciente artículo, los mensajes dispuestos en los balcones del entorno urbano:

“Este es el presente de los balcones en la sociedad actual, que tienen una importante función como mensajeros, si bien este altavoz, en el futuro, puede ir enmudeciendo ante las restricciones de las normativas municipales, ante la

construcción de edificios que prescindan de ellos y ante la preferencia de las generaciones más jóvenes de otros balcones, los virtuales –que les llevan a dirigir sus ojos hacia las pantallas en lugar de hacia las alturas-, para expresarse, para manifestarse y para darse a conocer.”

La complejidad es el factor común de todos los segmentos de la realidad a los que nuestros ojos pueden apuntar en un mundo superpoblado de estímulos. Esta puede ser percibida como desorden y, por tanto, como un problema. Esta circunstancia, entendida como un reto cognitivo irresoluble, puede acabar derivando en un sentimiento generalizado de indiferencia similar al que se percibe en aquellos entornos sociales con una escasa participación en la construcción del mismo. Sin embargo, la complejidad entendida como finura estructural debe suponer un estímulo a la interacción entre seres humanos y a la búsqueda de una conexión –en un sentido más amplio que el virtual- entre individuos cuyo nexo no se fundamente únicamente en la proximidad física o el ámbito profesional, sino el tiempo empleado en compartir información, conocimiento u opinión.

El tiempo y los estudios acerca de la comunicación visual en el entorno físico y el empleo de las nuevas tecnologías acabarán de esbozar el relato de una realidad que se antoja rica en términos de conocimiento y, sobretodo, diálogo.

8. APÉNDICE 1: EL CORPUS

- 001 A la puta calle nos dijeron y eso hacemos
- 002 A pesar de vuestra soberbia se os tratará con dignidad
- 003 A por ellos, que son pocos y cobardes
- 004 ¡A por ellos! Que son pocos y cobardes. Salud y república.
- 005 ¡A por la tercera ya!
- 006 A ser libres.
- 007 Abre los ojos. Estamos aquí.
- 008 Abuelo esto va x ti
- 009 Aceptamos todo tipo de donaciones excepto: dinero / alcohol /
trajes
- 010 Acordaos de lavaros las manos
- 011 Ací pintem tots/es
- 012 Ahí está la cueva de Alí Babá
- 013 Ahora o nunca
- 014 Algunos visten de azul, pero todavía piensan en gris.
- 015 Altra falla es posible
- 016 Amb totes i tots 15 05 11
- 017 Amor y paz en el corazón. El amor es + fuerte que el miedo.
- 018 Anem espai, ¡¡¡perque anem lluny!!!

- 019 Antes estudiaba historia, ahora la historia nos estudiará a nosotros
- 020 Apaga la luz, que la pago yo.
- 021 Apaga la tele. Enciende la mente
- 022 Aquellos que nos llaman antisistema deberían empezar a plantearse quien está en contra de la democracia.
- 023 Así, así, así lucha Madrid!!!
- 024 Así, no
- 025 Attention: politician at work
- 026 Aturem el genocidi del poble palestí
- 027 Arbeitslosigkeit macht frei
- 028 Ayudadnos: somos italianos ¡que alguien se lleve al Silvio!
- 029 Bancos, Corporaciones nuevos genocidas mundiales
- 030 Bancos, salváis. Pobres, robáis
- 031 ¡Basta!
- 032 Benvinguda, utopía. Ànim i endavant.
- 033 Bienvenido a la república independiente de tu plaza
- 034 Bienvenidos a la República Independiente de mi Plaza
- 035 Bótalos
- 036 Botellón no, es la revolución
- 037 Cambio porra x abrazo

- 038 Caminante no hay camino. Se hace camino al andar.
- 039 Caminemos juntos contra la crisis y el capital
- 040 Capitalismo: DEP 1712-2010
- 041 Caution Occupation
- 042 Chorizo ibérico. Liquidación.
- 043 Coche, lavadora, microondas, móvil, mp3, aipod, wii, blackberry... ¿hasta dónde?
- 044 Collage Canal 9 Corta y pega
- 045 Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado
- 046 Con el pueblo no se juega
- 047 Con este sistema, te cueces o te enriqueces
- 048 Consume – y vive +
- 049 Contágate con la revolución. No tengas miedo, que todo saldrá bien.
- 050 Corrupción precintada por palabra liberada
- 051 Corruptes a la presó
- 052 Corrupzilla: the chorizo's revenge
- 053 Courage!! We are one – We are all. Thank you Iceland
- 054 Cría ricos y te sacarán los ojos.
- 055 Cría ricos y te comerás su crisis. No a los paraísos fiscales
- 056 ¿Cri\$i\$? ¿Qu€ cri\$i\$?

- 057 Cristalizar este m15 en una fuerza política
- 058 Cualquier noche puede salir el Sol
- 059 Cuando a los caracoles nos quitan la casa, ¡estamos acabados!
- 060 Cuando alguien comprende que obedecer leyes injustas es contrario a su dignidad humana, ninguna tiranía puede dominarle.
- 061 Damos la cara por tu futuro
- 062 Democracia
- 063 ¿De dónde eres? Del mundo
- 064 De norte a sur, de este a oeste, la lucha sigue cueste lo que cueste
- 065 ¿De qué vale abrir la boca si no dices nada?
- 066 ¿De qué vale abrir la boca, si no dices nada? Olvida tus temores, mira tu futuro, si te quedas sentado todo se pierde
- 067 De ti depende el color del futuro
- 068 De tonta nada
- 069 De un pasado gris a un presente negro
- 070 Decís que sois rescatadores y sois unos ladrones
- 071 Defiende lo natural
- 072 Deixeu-me somniar en un futur digne
- 073 Deixeu-nos pensar en PAU. Sabem utilitzar la granera.
- 074 Democracia 1.0 obsoleta. Democracia 2.0 instalándose

- 075 Democracia = Dictadura consentida
- 076 Democracia actual
- 077 Democracia económica y social ¡ya!
- 078 D€mo Crazy
- 079 Democràcia al carrer, no a les urnes
- 080 Democracia depende de nosotros todos somos iguales
- 081 Democracia Real Ya
- 082 ¿Demócrata? ¡No te calles! A la calle
- 083 Demogracia
- 084 Derecho a techo.
- 085 Desamparados, pero indignados
- 086 Detrás de un corrupto hay seis tertulianos
- 087 Después de siglos de oscuridad salió el sol
- 088 Devuelve lo robado que para eso lo he ganado
- 089 D’hont: si es democracia participativa, déjame participar
- 090 Diagnòstic: sordera política. Tractament: la veu del poble.
Duració: indefinida
- 091 Digamos no, negaos. Actuad: ¡¡¡indignaos!!!
- 092 ¿Dijiste media verdad? Dirán que mientes dos veces si dices la otra mitad.

- 093 Disculpen si les llamo demócratas, pero es que no les conozco muy bien (Groucho Marx)
- 094 Disculpen las molestias, estamos cambiando el rumbo
- 095 Disculpeu les molèsties pero aixó es la revolució
- 096 Dormíamos y despertamos
- 097 Educación digna ya
- 098 Ein volk, ein Reich, ein euro
- 099 Ejercer el poder corrompe, someterse a él degrada.
- 100 El amigo del banquero, chaquetero!
- 101 El amor es la materia con que se hacen las cosas bien hechas
- 102 El cambio ha empezado pero ellos no lo ven
- 103 El enemigo no viene en patera: viene en limusina
- 104 El estado es el arma de represión de una clase sobre otra
- 105 El fascismo ataca a los pobres, a los emigrantes y a los manteros pero no a sus banqueros.
- 106 El futuro es ahora
- 107 El futuro es la consecuencia del presente
- 108 El miedo lleva a la ira; la ira lleva al odio; el odio lleva al lado oscuro; y el lado oscuro, al ayuntamiento. Siento mucho miedo en ti.
- 109 El mundo es de todos. Por un mundo sin fronteras.

- 110 El mundo está lleno de buenas máximas. Sólo hace falta aplicarlas.
- 111 El pacto del Euro=asesinato local
- 112 El president a Picassent
- 113 El pueblo ha perdido la confianza con sus gobernantes. Ha de ser el poble qui governe!
- 114 El pueblo no debería temer a los gobiernos, los gobiernos deberían temer al pueblo
- 115 El pueblo tiene el poder
- 116 El pueblo unido jamás será vencido
- 117 El robar se va a acabar
- 118 El sentido de la vida es sentir la vida
- 119 El sistema aún es suyo. La plaza ya es nuestra.
- 120 El Sol sale para todo el mundo
- 121 Ellos no tienen la culpa... apadrina un Mosso d'Esquadra
- 122 Ellos nos necesitan nosotros a ellos no
- 123 Els meus fills en barracons, dos anys esperant una operació, sense feina ,sense casa y fan la Fórmula 1. ¡Ja està be!
- 124 En estos tiempos no ser antisistema es inmoral
- 125 En la lucha lo único que puede perder el pueblo son las cadenas
- 126 En valencià o castellà tots la mateixa veu

- 127 Energía solar, Democracia Real
- 128 Ens escolteu
- 129 Entre rosas y gaviotas nos toman por idiotas
- 130 Epic fail of modern democracy
- 131 Es + lo que nos une que lo que nos separa Estado español, monarquía partitocrática
- 132 Error 404 Democracia not found
- 133 Error d'el sistema
- 134 Error del sistema
- 135 Error de sistema: insertar ciudadanía 2.0 para reinstalar una democracia real.
- 136 Error del sistema ¡Reinicia!
- 137 Error del sistema. Reiniciar
- 138 Es necesaria otra realidad. Busquémola
- 139 Es una estafa, no es una crisis
- 140 Estamos desempleados, no parados
- 141 Estamos pre-parados
- 142 Estamos trabajando por tu seguridad. Més mossos. Més aprop.
- 143 Estas son las llaves, de casa de mis padres
- 144 Estas son nuestras porras
- 145 Este 22M no les votes

- 146 Este es el momento de olvidar lo que nos separó y empezar con lo que nos une
- 147 Este traje me lo he pagado yo
- 148 Este verano presumiré de mi moreno de plaza
- 149 ¡Esto es esperanza y no la presidenta!
- 150 Esto no ha acabado, que se oiga nuestra voz
- 151 Esto no es sólo por la crisis.
- 152 Esto no es un festival, es una lucha
- 153 Esto no es una feria, estamos aquí para manifestarnos
- 154 Estoy buscando mis derechos, ¿alguien los ha visto?
- 155 Estoy hasta los mangantes de tantos huevos
- 156 ¡Estoy muy emocionada!
- 157 Estoy reflexionando
- 158 Euro-pacto, euro-desfalco
- 159 Face a la repression je m'indigne
- 160 Fig#t
- 161 Fills de putes
- 162 Formateemos el gobierno
- 163 Fórmula – 1 Educación – 0
- 164 Fórmula 1, Barrios 0
- 165 Fòrmula per a uns pocs, deutes per a tots

- 166 Fresh Camping: tu campa, y cada día el de más gente
- 167 Fuck Mayo '68. Fight Now
- 168 Fuera capitalismo! Abajo los tecnócratas del mundo.
¡¡¡Libertad y conciencia ya!!!
- 169 Fuera las zapatillas: pies libres!
- 170 Fuera sueldos vitalicios a políticos
- 171 Generación Ni-Ni: Ni tú me tienes en cuenta Ni yo te doy mi voto
- 172 Generación pre-parados
- 173 Gracias policía por vuestro cariño
- 174 Grecia eres la cuna de la democracia no desistas nunca
- 175 Grecia: hunden al pueblo para salvar a los bancos alemanes y franceses
- 176 Harto ya de estar harto, ya me cansé de preguntarle al mundo por qué y por qué (Antonio Machado)
- 177 Hay un te miento
- 178 Hay Untamiento
- 179 Hemos reflexionado, por eso estamos aquí
- 180 Hemos sido hijos de la comodidad, pero no seremos padres del conformismo
- 181 Hey, hey, que trabaje el rey
- 182 Hijo de puta Hay que decirlo más

- 183 Hoy empieza todo!
- 184 Human race get off of your knees (David Icke)
- 185 I d'Hont want
- 186 I'm the King. Problem?
- 187 Idiocracia
- 188 In SOL we trust
- 189 Indignados
- 190 Indig Nación
- 191 Indigna-2
- 192 Indignado
- 193 Indignado, actúa
- 194 Indignaos
- 195 Indignez-vous Merci Stèphanne Hessel
- 196 Indignados
- 197 Indigneu-vos també en valencià. Digueu no!
- 198 Inteligencia se llama la energía del futuro, por lo menos del mío
- 199 Jornada d'inflexió
- 200 Jubilación a los 60 años.
- 201 Jubilados pensionistas indignados Solidarios con los del 15 Mayo

- 202 Juegan con tu dinero y cuando pierden pagas tú
- 203 Juegan con tu dinero y cuando pierden pagas tú (si tú pagas su deuda, que ellos paguen tu hipoteca)
- 204 Junta electoral ilegaliza zumo por estar concentrado
- 205 Juntos e indignados ¡¡¡podemos!!!
- 206 Justicia popular para Camps
- 207 Juventud sin futuro: sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo
- 208 La barricada cierra la calle pero abre el camino
- 209 La belleza está en las calles
- 210 La calle es el camino
- 211 La clave está en Sol
- 212 La corrupción es como la paella: como en Valencia no la hacen en ningún sitio
- 213 La democracia eixa... ¿qué val?
- 214 La democracia ha durado lo que una demo
- 215 La diferencia entre evolución y revolución es la "r" de responsabilidad (Federico Mayor Zaragoza)
- 216 La esperanza es lo último que se pierde. Aquí no sólo no se pierde, aquí también se encuentra
- 217 La gente alienada necesita líderes. Nosotros no.
- 218 La gente alienada necesita líderes. Nosotros no: nosotros somos nuestros propios líderes

- 219 La gente en paro no son vagos... trabajo digno ya!
- 220 La historia de la humanidad es la historia de la emigración
- 221 La ignorancia de los ciudadanos da la victoria a los tiranos. Lee
Lee Lee Lee Lee
- 222 La indignación nos lleva a la acción
- 223 ¿La izquierda, por favor? Al fondo, a la derecha
- 224 La ley d'hont nos toca los cojones
- 225 La libertad exige responsabilidad (tu libertad termina donde
empieza la de los demás)
- 226 La no-violencia es la fuerza que cambiará el mundo
- 227 La paja en el ojo es la mejor lente de aumento
- 228 La patronal nos quiere esclavizar
- 229 La peor lucha es la que no se hace
- 230 La pobreza no se acabará hasta que... las leyes las hagan los
pobres
- 231 La rage du peuple
- 232 La revolución será feminista o no será
- 233 La televisión siempre asume un rol decisivo: por todo lo que
muestra y por todo lo que oculta
- 234 La UE informa: la mentira es verdad, la guerra es paz, el
saqueo es rescate. Tod@s somos Grecia.
- 235 La utopía es posible y empieza hoy

- 236 La utopía es posible y empieza hoy 15-M
- 237 La verdad es siempre revolucionaria
- 238 La violencia del capital y sus esbirros masacra al pueblo griego
- 239 La violencia es el último recurso del incompetente (Isaac Asimov)
- 240 Ladrones que... roban hasta el miedo
- 241 Las enredaderas trepan y ahogan
- 242 Las fronteras sólo existen en la mente
- 243 Las fronteras son cicatrices en la tierra
- 244 Las huellas de los que caminamos juntos no se borrarán jamás
- 245 Las personas discriminadas por nuestra diversidad funcional también indignadas
- 246 Lee más.
- 247 Levántate y piensa
- 248 Libertad sin corsés
- 249 ¡¡¡Libertad y conciencia!!!
- 250 Libertad
- 251 Libertad es nacer en cada momento.
- 252 Lladres
- 253 Lo llaman botellón y es la revolución
- 254 Lo llaman democracia y no lo es

- 255 Lo podemos decir más alto pero no más claro
- 256 Lo que ha hecho Islandia: banqueros a la cárcel, políticos al paro.
- 257 Lo sentimos: aquí no hay un líder para poder derrotarnos
- 258 Los Borbones, a los tiburones
- 259 Los chorizos se me repiten
- 260 Los ideales no se matan a palos
- 261 Los martes a las 22H apagón de la luz. Otros que nos chorizan!!! Basta ya...
- 262 Los mercados me comen el nardo
- 263 Los políticos no existen, son los padres
- 264 Los políticos nos mean, los medios dicen que llueve
- 265 Los políticos saben tanto de política como los pájaros de ornitología
- 266 Los ricos están ricos: ¡cómetelos!
- 267 Los ricos son ladrones o hijos de ladrones
- 268 Love Evolution 2012
- 269 Luc#a
- 270 Lucha obrera contra el paro
- 271 Manos arriba, esto es un contrato
- 272 Mañana esto sigue. Jamás tragaremos

- 273 Más amor y menos “coentor”
- 274 Más dar la cara y Menos dar por culo
- 275 Mayo del 68, pedisteis lo imposible. Mayo del 2011 haremos realidad lo imposible.
- 276 Me cago en vuestros huertos, higos de fruta
- 277 Me creeré la crisis cuando los ricos se suiciden en masa
- 278 Me desCCOOjono.
- 279 Me gustaría que la princesa del pueblo fuera la cultura
- 280 Me parto el UGT
- 281 Me sobra mucho mes a final de sueldo
- 282 Menos circo para el rico, Más pan para el pueblo BOIKOT FÓRMULA 1
- 283 Menos miedos de comunicación
- 284 Menos policía y más auditorías
- 285 Menys retalls socials i més impostos globals
- 286 Mercaderes de nuestro templo
- 287 Metro de las SOLuciones
- 288 Més val indignats en moviment que resignats al sofà de casa!
- 289 México apoya este movimiento y ojalá la juventud mexicana tome ejemplo para ya limpiar nuestro país
- 290 Mi corazón es de aquí y de allá.

- 291 Mi corazón no tiene fronteras
- 292 Mi madre administra mejor que vosotros.
- 293 Mi madre follaba + en mayo del 68 que yo en
#spanishrevolution Estoy indignado
- 294 Mi novia está hipotecada, dación en pago ya!
- 295 Migrar es un derecho, tómatelo.
- 296 MIR para los políticos
- 297 Mis sueños serán tus pesadillas; mis reivindicaciones tus
maldiciones
- 298 Mossostruosos
- 299 Mucho chorizo y poco pan
- 300 Mucho slogan de color, y aun tenéis la mente en blanco.
- 301 Multinacionales: terroristas legales
- 302 Nadie es diferente
- 303 Nadie es más que nadie. Ninguna persona vale menos que otra.
- 304 Nadie podrá descolgar estos mensajes de tu mente cuando
caiga el último cartel
- 305 Ni cara A ni cara B, queremos cambiar de disco
- 306 Ni los políticos me representan ni las fuerzas del estado me
dan seguridad
- 307 Ni PP ni PSOE Políticos macabros al paro

- 308 Ni ricos ni pobres. Todos los ciudadanos a mojarse.
- 309 Ni un pas enrere!
- 310 Nietos en el paro, abuelos trabajando
- 311 Ningún ser humano es ilegal
- 312 Ninguna persona es ilegal.
- 313 No a la guerra, Sí a la libertad
- 314 No a la Memocracia
- 315 No a la violencia, no a la brutalidad
- 316 No ah los rreqortes hen ehdukacion !!Que le recorten al borbón!!
- 317 No al bipartito
- 318 No buscamos la revolución. Exigimos evolución
- 319 No consumir alcohol o estupefacientes en el recinto de la plaza
- 320 No es crisis, es saqueo
- 321 No es signo de buena salud estar adaptado a una sociedad profundamente enferma.
- 322 No es un derecho llorar por nuestro techo
- 323 No es una crisis, es una estafa
- 324 No estás soñando: esto es Valencia y esto es real
- 325 No falta dinero: sobran ladrones
- 326 No hay derecho a listas con políticos imputados

- 327 No hay evolución sin revolución
- 328 No hay pan para tanto chorizo
- 329 No hay pan p'a tanto chorizo
- 330 No hay revolución sin revolucionarios
- 331 No hay vallas que detengan nuestras voces
- 332 No les interesa que pienses por ti mismo/a
- 333 No llego a fin de mes, tú no llegas al congreso
- 334 No más BOTÍN para EMILIO
- 335 No me llega ni para un cartel
- 336 No me quieras convencer. Convéncete.
- 337 No nos callarán.
- 338 No nos vamos
- 339 No olvidéis por lo que estáis aquí. La revolución no es lúdica, es lucha, dura y eterna.
- 340 No pienso vivir en un país como este y no pienso marcharme
- 341 No puedo apretarme el cinturón y bajarme los pantalones a la vez
- 342 No puedo dormir. No quiero despertar.
- 343 No queremos más Barberitats
- 344 No queremos que gobiernen los bancos
- 345 No quiero ir a la chepa de mi padre hasta los 30

- 346 No robéis, para eso estamos bankers y políticos
- 347 No seas violento
- 348 No se encontró la democracia. Error 404 archivo no encontrado
- 349 No se hace un mundo diferente con gente indiferente.
- 350 No soCorruptes a Picassent, no al parlament
- 351 No somos antisistemas somos cambiasistemas
- 352 No somos mercancía
- 353 No somos mercancía en manos de políticos, empresarios y banqueros
- 354 No somos piezas de vuestro juego
- 355 No son festivales pero ya nos acampamos
- 356 No son rescates son chantajes
- 357 No soy antisistema, el sistema es antiyo.
- 358 No t'enganyes: el Sol ix pel Cabanyal
- 359 No te lamentes, enséñales los dientes
- 360 No tenemos miedo
- 361 No tengáis miedo a escuchar nuestra voz
- 362 No tengo trabajo pero tampoco tengo miedo.
- 363 No vas a tener una casa en la puta vida
- 364 Nobody expects the spanish revolution

- 365 Nos dan libertad pero no nos dicen cómo usarla!!
- 366 Nos dejan sin casa, nos niegan la calle
- 367 Nos habéis dejado sin nada: ahora lo queremos todo
- 368 Nos han dejado en pañales
- 369 Nos la dan con queso y queremos jamón
- 370 Nos mean y dicen que llueve
- 371 Nos mean y Canal 9 dice que llueve
- 372 Nos negáis nuestros derechos, os negamos el poder
- 373 Nos USAn para pagar su crisis
- 374 Nosotros reflexionamos, vosotros reflexionaréis
- 375 Nosotros somos el jodido cambio
- 376 Nosotros también repartimos galletas
- 377 Nuevo mundo en el útero de este mundo.
- 378 Nunca amais
- 379 Nunca dejes de educarte
- 380 Nuestras galletas no hacen daño
- 381 Nuestros sueños no caben en sus urnas
- 382 Of the people. By the people. For the people.
- 383 ¡Ojalá esto se internacionalice!
- 384 Olvídense de todo lo que han aprendido. Comiencen a soñar

- 385 Orgullo ciudadano
- 386 Os gusta cuando voto porque estoy como ausente
- 387 Otra realidad es posible
- 388 Otro Mayo es posible
- 389 Papá, no veo mi futuro. Eso es porque no tienes.
- 390 ¿Para esto lucharon nuestros abuelos?
- 391 Para pedir democracia real necesitas claridad mental. Ni alcohol ni drogas en la plaza.
- 392 Para salvar a la banca alemana y francesa... hunden al pueblo griego!!!
- 393 Parados, moveos
- 394 Partidisme es caciquisme
- 395 Pásate a Triodos Bank, banca ética. Dales donde les duele!!!
- 396 Passarem a la història
- 397 Patraix Manda
- 398 Pegar un polvo cada cuatro años no es vida sexual. Votar cada cuatro años no es democracia
- 399 Peligroso perroflauta
- 400 Pensar no es una obligación: es un derecho ¡Ejercítalo!
- 401 Pepe, vete ya que no queda na pa robá.
- 402 Pequeño xo indignado

- 403 Per una reforma política que salve als ciutadans
- 404 Perdona. Lo siento. Gracias. Te amo.
- 405 Peoples of Europe, rise up!
- 406 ¿Perro flautas? Ellos son los perros y nosotros las flautas en su culo
- 407 Perroflauta peligroso
- 408 Piensa el mundo, comparte el mundo, transforma el mundo
- 409 Pienso luego estorbo
- 410 Pienso luego insisto
- 411 Pienso, luego no sirvo
- 412 Pienso luego resisto
- 413 Pink Floyd ya lo sabía. El sistema da asco!!!
- 414 Poco pan, pésimo circo.
- 415 Podéis encarcelar a un revolucionario pero no una revolución
- 416 Podéis encarcelarnos, nunca callarnos
- 417 Podrán desalojar la plaza, pero nunca podrán desalojar nuestras ideas.
- 418 Político escuchándote
- 419 Políticos al paro, banqueros a la cárcel
- 420 Políticos, banqueros al paro
- 421 Políticos incapaces de reaccionar

- 422 Políticos mundiales vergonzosos
- 423 Por el bien de todos, no de unos pocos
- 424 Por favor no queremos bolis de Bancaja
- 425 Por favor, sonría: está cayendo un sistema
- 426 ¿Por qué manda el mercado si yo no lo he votado?
- 427 Por un mundo sin fronteras.
- 428 Por una educación que enseñe a pensar
- 429 Por una transición feliz
- 430 Por una Valencia limpia, ¡Limpieza efectiva ya!
- 431 Por unas listas limpias de imputados
- 432 Porque nos afecta a todos, tenemos que estar todos. 19 JUN
- 433 Power to the people
- 434 Prensa libre!!!
- 435 President Fàcil d'untar
- 436 Primero Grecia, después va España
- 437 Premios Nobel de la paz que entran en casa de la gente para asesinarla
- 438 Prohibició de les “persones jurídiques”. Responsabilitat als culpables de la crisis!!!
- 439 Prohibido el paso, políticos robando
- 440 Prohibido prohibir

- 441 PP = PSOE Corruptes ineptes!
- 442 ¿Promesas? Esto sí que promete
- 443 PSOE y PP la misma mierda es
- 444 Que alguien llame al Equipo A... o esto se va a la mierda.
- 445 Que no acabe el sueño
- 446 Que no nos quiten la dignidad: indígnate
- 447 Que no prescriban los delitos de corrupción y sean juzgados
RTVV menteix
- 448 Que no, que no, que no nos representan
- 449 Que nos gobiernen las putas ya que sus hijos no supieron
hacerlo
- 450 ¿Qué serías capaz de hacer si no tuvieras miedo?
- 451 Queremos nuevos aires.
- 452 ¿Quién nos rescata de los re\$catador€s?
- 453 ¿Quién te defiende de la mafia banquera?
- 454 Quina resaca! Ay Rita! Quina resaca!
- 455 Quien debe mucho más es el tío Sam
- 456 Quiero volver a mi edad del mayo 1968
- 457 Rebeldes sin casa
- 458 Recórtate tú FMI BSantander BBVA
- 459 Recortes a los ricos

- 460 Re-Corts Valencianes
- 461 Re-evolucionana
- 462 Reforma laboral para los políticos
- 463 Renta básica
- 464 Respeto
- 465 Revolución
- 466 Revolución Made In Spain
- 467 RLOVEution
- 468 Rita, a mí también me gustan las lesbianas y el Cardhu
- 469 Rita, baja: tenemos un cubata
- 470 Rita, los tomates no son marihuana. PD: Deja el whisky
- 471 Rita manda. Ellos obedecen. El pueblo pringa
- 472 Rita quiero un Beefeater
- 473 Robáis a los pobres para dárselo a los ricos
- 474 Rocafort no votó al B.C.E ¿Y tú?
- 475 Saca la pasta del banco
- 476 Sal 19 06 2011
- 477 Sal de ahí a defender el pan y la alegría, y sal de ahí, para que sepan que esta boca es mía.
- 478 Saquemos la basura
- 479 Se alquila democracia. Razón: Unión Europea

- 480 Se vende democracia corrupta
- 481 Se vende: Estado del Bienestar
- 482 Se embarga piso amueblado con mucha luz. Interesados llamar a cualquier banco.
- 483 Seamos realistas y hagamos lo imposible
- 484 Semáforo rojo al tráfico de influencias
- 485 Semillas de Revolución
- 486 Ser antisistema en el mundo actual es lo más ético y noble y limpio que se puede ser.
- 487 SGAE insert coin
- 488 Si el presente es lucha, el futuro es nuestro
- 489 Si eres consciente del problema, eres parte de la solución
- 490 Si estás harto ¡¡pita!!
- 491 Si esto no cambia, esta mente privilegiada se marcha a Islandia
- 492 Si la política es un chiste, ¿por qué no nos hace gracia?
- 493 Si los de abajo se mueven, los de arriba se caen
- 494 Si los políticos hacen el payaso, los payasos tendremos que hacer política
- 495 Si me queréis, iros
- 496 Si no es social no es democracia
- 497 Si no nos dejáis soñar, no os dejaremos dormir

- 498 Si somos el futuro, ¿por qué nos dan por culo?
- 499 Si te quejas en casa, si no votas, no te quejes cuando te estrujen las pelotas
- 500 Si tienes un problema y no te movilizas, eres parte del problema
- 501 Si viene la policía, sacad las uvas y disimulad
- 502 Si unimos los murmullos formamos gritos
- 503 Si votar cambiara algo sería ilegal
- 504 ¿Sigues pensando que es una utopía?
- 505 Silla de pensar: si te sientas, piensa!
- 506 Sin botellón no nos sacan en la televisión
- 507 Sin cambios no hay evolución
- 508 Sin la porra no sois nada. No tenemos miedo.
- 509 Sin la revolución sólo somos libres para equivocarnos
- 510 Sin miedo al cambio!
- 511 Sin mi voto no eres nada
- 512 Sin tele, sin cerveza, toma la plaza con cabeza
- 513 Sin violencia, sin miedo, sin prisa: ¡¡lo queremos todo!!
- 514 Sistema SOLar
- 515 Soberanía nacional = pueblo
- 516 Sol ya lo tenemos, ahora vamos a por la luna

- 517 Soles els peixos morts segueixen la corrent
- 518 Somos jóvenes, no gilipollas
- 519 Somos lo que hacemos para cambiar lo que somos
- 520 Somos los nietos de los obreros que nunca pudisteis matar
- 521 Somos noticia. No pararemos hasta que seamos historia.
- 522 Somos pacíficos
- 523 Sonríe, el sistema te está follando.
- 524 Soy ciudadana del mundo
- 525 Spain is different, not indifferent
- 526 Spanish revolution no somos antisistema, el sistema es antinosotros
- 527 Sr Pirotécnic: pot començar la democracia
- 528 Standard & Poor's y Moody's Iros a tomar por culo
- 529 Still Alive!
- 530 Stop ParlaMiento
- 531 Su crisis-estafa rompe la paz social
- 532 Tanto imbécil y tan pocas balas.
- 533 Tejiendo barrios, cambiando el presente
- 534 Ten valor, demuestra tu opinión
- 535 Tenemos derecho a tener derechos.

- 536 Tenemos la oportunidad política de acabar con los políticos oportunistas
- 537 Tengo ganas de cambiar contigo
- 538 Thank you Iceland
- 539 The €nd\$ justify the media
- 540 This is Sparta
- 541 This is the end of the world as we know it, and I feel fine
- 542 Tienes voz
- 543 Todas las personas necesitamos de todos
- 544 Todo es de todos y quien más sepa que enseñe
- 545 Todos iguales siempre
- 546 Todos los caminos llevan a Islandia
- 547 Todos los pueblos del mundo unidos
- 548 Todos somos humanos sin límites
- 549 Todos somos iguais. Igualdade ja.
- 550 Todos somos iguales
- 551 Todos somos uno
- 552 Todos tenemos derecho a vivir libremente en cualquier lugar
- 553 Todos tenemos los mismos derechos.
- 554 Trabajar menos para trabajar tod@s y vivir mejor
- 555 Traje público, corrupción privada

- 556 Tu alma por una hipoteca
- 557 Tu corrupción mi perdición
- 558 Tú sólo no puedes ¡con amigos sí!
- 559 TV pública imparcial
- 560 Un banquero se balanceaba sobre la burbuja inmobiliaria...
- 561 Una vez más la mano invisible del capital nos hace un corte de mangas
- 562 Únete, a ti también te roban
- 563 ¡Únete madero! ¡Tú también eres obrero!
- 564 Unidos por el sentido común
- 565 Vais de rescatadores y sois timadores
- 566 Vamos despacio porque vamos lejos
- 567 Vas a esperar a que todo cambie o a luchar por ello?
- 568 ¡Vergüenza!
- 569 Ver la plaza viva me gusta!
- 570 Violencia es cobrar 600€
- 571 Violencia es gasto militar
- 572 Violència es no fer res en contra d'èsta infàmia
- 573 Viva el mal, viva el capital
- 574 Vive la revolución
- 575 Vosotros tomáis el dinero, nosotros tomamos la calle

- 576 Vosotros usáis la fuerza, nosotros el argumento
- 577 Vota chorizo, porque una buena loncha se la mete cualquiera
- 578 Vota! Lo que quieras, lo que sientas, pero vota!
- 579 Vote for yourself
- 580 Vuelve el gris esta primavera
- 581 Vuestros palos nos hacen + fuertes
- 582 We are hammers not nails
- 583 Welcome to the world revolution
- 584 We're gonna bring down the Wall
- 585 Who watches the watchmen?
- 586 Women: Wake up! We, the women, say stop!! Game Over!!
- 587 Y descubrí que es importante mirar en tu interior... y sanarte...
- 588 Y por fin la gente despertó
- 589 ...y sin embargo, se #15Mueve
- 590 ...y esto es sólo el principio #15M #19J
- 591 ¡Ya es hora de una revolución!
- 592 ¡Ya está bien de estar mal!
- 593 Yes we camp
- 594 Yo no quiero que me rescate nadie
- 595 Yo no voté ninguna guerra

- 596 Yo pienso, tú golpeas, ella gobierna
- 597 Yo quiero un pisito como el del principito
- 598 Yo reflexiono donde me da la gana!!!
- 599 Yo voto por el pueblo
- 600 Yo voto, tú votas, él vota, nosotros votamos, vosotros votáis, ellos se van.
- 601 Zapatero, lacayo de los banqueros.
- 602 1 día de reflexión 4 años de extorsión
- 603 10s en el mundial... del endeudamiento familiar!!!
- 604 15M Somos la levadura que levantará a la masa
- 605 18% IVA, 23% Paro, 95% hasta los cojones
- 606 19J No nos mires, únete
- 607 2 wrongs do make a right!!!
- 608 21: Día de inflexión
- 609 + Payasos – Policía
- 610 + democracia – corrupción
- 611 -policía + filosofía
- 612 - x - = + juntos podemos
- 613 #Enjoy the #acampadavalencia
- 614 #Estamoshartos
- 615 # Hashtag los huevos!

616 # HashtagYa!

617 # Revolución se escribe con hashtag

618 #spanishrevolution

619 #Tienes voz

620 #tomalaplaza

9. APÉNDICE 2: EL SUBCORPUS

- 001 A la puta calle nos dijeron y eso hacemos
- 003 A por ellos, que son pocos y cobardes
- 005 ¡A por la tercera ya!
- 007 Abre los ojos. Estamos aquí.
- 008 Abuelo esto va x ti
- 012 Ahí está la cueva de Alí Babá
- 013 Ahora o nunca
- 014 Algunos visten de azul, pero todavía piensan en gris.
- 017 Amor y paz en el corazón. El amor es + fuerte que el miedo.
- 018 Anem espai, ¡¡¡perque anem lluny!!!
- 019 Antes estudiaba historia, ahora la historia nos estudiará a nosotros
- 020 Apaga la luz, que la pago yo.
- 021 Apaga la tele. Enciende la mente
- 023 Así, así, así lucha Madrid!!!
- 024 Así, no
- 026 Aturem el genocidi del poble palestí
- 030 Bancos, salváis. Pobres, robáis

- 031 ¡Basta!
- 033 Bienvenido a la república independiente de tu plaza
- 034 Bienvenidos a la República Independiente de mi Plaza
- 035 Bótalos
- 036 Botellón no, es la revolución
- 038 Caminante no hay camino. Se hace camino al andar.
- 039 Caminemos juntos contra la crisis y el capital
- 045 Colorín colorado, vuestro cuento se ha acabado
- 046 Con el pueblo no se juega
- 047 Con este sistema, te cueces o te enriqueces
- 048 Consume – y vive +
- 051 Corruptes a la presó
- 052 Corrupzilla: the chorizo’s revenge
- 054 Cría ricos y te sacarán los ojos.
- 055 Cría ricos y te comerás su crisis. No a los paraísos fiscales
- 056 ¿Cri\$\$? ¿Qu€ cri\$\$?
- 058 Cualquier noche puede salir el Sol
- 060 Cuando alguien comprende que obedecer leyes injustas es contrario a su dignidad humana, ninguna tiranía puede dominarle.

- 062 Democracia
- 063 ¿De dónde eres? Del mundo
- 064 De norte a sur, de este a oeste, la lucha sigue cueste lo que cueste
- 065 ¿De qué vale abrir la boca si no dices nada?
- 067 De ti depende el color del futuro
- 069 De un pasado gris a un presente negro
- 073 Deixeu-nos pensar en PAU. Sabem utilitzar la granera.
- 074 Democracia 1.0 obsoleta. Democracia 2.0 instalándose
- 078 D€mo Crazy
- 079 Democràcia al carrer, no a les urnes
- 081 Democracia Real Ya
- 082 ¿Demócrata? ¡No te calles! A la calle
- 083 Demogracia
- 084 Derecho a techo.
- 086 Detrás de un corrupto hay seis tertulianos
- 094 Disculpen las molestias, estamos cambiando el rumbo
- 095 Disculpeu les molèsties pero aixó es la revolució
- 096 Dormíamos y despertamos

- 097 Educación digna ya
- 098 Ein volk, ein Reich, ein euro
- 099 Ejercer el poder corrompe, someterse a él degrada.
- 102 El cambio ha empezado pero ellos no lo ven
- 103 El enemigo no viene en patera: viene en limusina
- 104 El estado es el arma de represión de una clase sobre otra
- 106 El futuro es ahora
- 109 El mundo es de todos. Por un mundo sin fronteras.
- 110 El mundo está lleno de buenas máximas. Sólo hace falta aplicarlas.
- 112 El president a Picassent
- 114 El pueblo no debería temer a los gobiernos, los gobiernos deberían temer al pueblo
- 115 El pueblo tiene el poder
- 116 El pueblo unido jamás será vencido
- 117 El robar se va a acabar
- 119 El sistema aún es suyo. La plaza ya es nuestra.
- 120 El Sol sale para todo el mundo
- 124 En estos tiempos no ser antisistema es inmoral
- 129 Entre rosas y gaviotas nos toman por idiotas

- 130 Epic fail of modern democracy
- 131 Es + lo que nos une que lo que nos separa Estado español, monarquía partitocrática
- 132 Error 404 Democracia not found
- 133 Error del sistema
- 134 Error del sistema
- 135 Error de sistema: insertar ciudadanía 2.0 para reinstalar una democracia real.
- 136 Error del sistema ¡Reinicia!
- 137 Error del sistema. Reiniciar
- 139 Es una estafa, no es una crisis
- 140 Estamos desempleados, no parados
- 141 Estamos pre-parados
- 143 Estas son las llaves, de casa de mis padres
- 144 Estas son nuestras porras
- 145 Este 22M no les votes
- 146 Este es el momento de olvidar lo que nos separó y empezar con lo que nos une
- 147 Este traje me lo he pagado yo
- 149 ¡Esto es esperanza y no la presidenta!

- 150 Esto no ha acabado, que se oiga nuestra voz
- 152 Esto no es un festival, es una lucha
- 154 Estoy buscando mis derechos, ¿alguien los ha visto?
- 156 ¡Estoy muy emocionada!
- 157 Estoy reflexionando
- 159 Face a la repression je m'indigne
- 163 Fórmula – 1 Educación – 0
- 164 Fórmula 1, Barrios 0
- 170 Fuera sueldos vitalicios a políticos
- 171 Generación Ni-Ni: Ni tú me tienes en cuenta Ni yo te doy mi voto
- 172 Generación pre-parados
- 174 Grecia eres la cuna de la democracia no desistas nunca
- 176 Harto ya de estar harto, ya me cansé de preguntarle al mundo por qué y por qué (Antonio Machado)
- 178 Hay Untamiento
- 179 Hemos reflexionado, por eso estamos aquí
- 180 Hemos sido hijos de la comodidad, pero no seremos padres del conformismo
- 181 Hey, hey, que trabaje el rey

- 182 Hijo de puta Hay que decirlo más
- 183 Hoy empieza todo!
- 184 Human race get off of your knees (David Icke)
- 185 I d'Hont want
- 187 Idiocracia
- 188 In SOL we trust
- 189 Indignados
- 190 Indignación
- 191 Indignados-2
- 192 Indignado
- 193 Indignado, actúa
- 194 Indignados
- 196 Indignados
- 197 Indigneu-vos també en valencià. Digueu no!
- 199 Jornada d'inflexió
- 204 Junta electoral ilegaliza zumo por estar concentrado
- 205 Juntos e indignados ¡¡¡podemos!!!
- 207 Juventud sin futuro: sin casa, sin curro, sin pensión, sin miedo
- 208 La barricada cierra la calle pero abre el camino

- 209 La belleza está en las calles
- 211 La clave está en Sol
- 212 La corrupción es como la paella: como en Valencia no la hacen en ningún sitio
- 215 La diferencia entre evolución y revolución es la "r" de responsabilidad (Federico Mayor Zaragoza)
- 216 La esperanza es lo último que se pierde. Aquí no sólo no se pierde, aquí también se encuentra
- 219 La gente en paro no son vagos... trabajo digno ya!
- 220 La historia de la humanidad es la historia de la emigración
- 221 La ignorancia de los ciudadanos da la victoria a los tiranos. Lee Lee Lee Lee
- 223 ¿La izquierda, por favor? Al fondo, a la derecha
- 229 La peor lucha es la que no se hace
- 231 La rage du peuple
- 232 La revolución será feminista o no será
- 234 La UE informa: la mentira es verdad, la guerra es paz, el saqueo es rescate. Tod@s somos Grecia.
- 235 La utopía es posible y empieza hoy
- 236 La utopía es posible y empieza hoy 15-M
- 237 La verdad es siempre revolucionaria

- 239 La violencia es el último recurso del incompetente (Isaac Asimov)
- 242 Las fronteras sólo existen en la mente
- 243 Las fronteras son cicatrices en la tierra
- 244 Las huellas de los que caminamos juntos no se borrarán jamás
- 246 Lee más.
- 247 Levántate y piensa
- 249 ¡¡¡Libertad y conciencia!!!
- 250 Libertad
- 252 Lladres
- 253 Lo llaman botellón y es la revolución
- 254 Lo llaman democracia y no lo es
- 255 Lo podemos decir más alto pero no más claro
- 256 Lo que ha hecho Islandia: banqueros a la cárcel, políticos al paro.
- 257 Lo sentimos: aquí no hay un líder para poder derrotarnos
- 258 Los Borbones, a los tiburones
- 263 Los políticos no existen, son los padres
- 264 Los políticos nos mean, los medios dicen que llueve

- 265 Los políticos saben tanto de política como los pájaros de ornitología
- 266 Los ricos están ricos: ¡cómetelos!
- 267 Los ricos son ladrones o hijos de ladrones
- 268 Love Evolution 2012
- 270 Lucha obrera contra el paro
- 271 Manos arriba, esto es un contrato
- 275 Mayo del 68, pedisteis lo imposible. Mayo del 2011 haremos realidad lo imposible.
- 276 Me cago en vuestros huertos, higos de fruta
- 277 Me creeré la crisis cuando los ricos se suiciden en masa
- 278 Me desCCOOjono.
- 280 Me parto el UGT
- 281 Me sobra mucho mes a final de sueldo
- 282 Menos circo para el rico, Más pan para el pueblo BOIKOT
FÓRMULA 1
- 288 Més val indignats en moviment que resignats al sofà de casa!
- 291 Mi corazón no tiene fronteras
- 294 Mi novia está hipotecada, dación en pago ya!
- 295 Migrar es un derecho, tómatelo.

- 296 MIR para los políticos
- 299 Mucho chorizo y poco pan
- 303 Nadie es más que nadie. Ninguna persona vale menos que otra.
- 304 Nadie podrá descolgar estos mensajes de tu mente cuando caiga el último cartel
- 305 Ni cara A ni cara B, queremos cambiar de disco
- 306 Ni los políticos me representan ni las fuerzas del estado me dan seguridad
- 307 Ni PP ni PSOE Políticos macabros al paro
- 308 Ni ricos ni pobres. Todos los ciudadanos a mojarse.
- 309 Ni un pas enrere!
- 310 Nietos en el paro, abuelos trabajando
- 311 Ningún ser humano es ilegal
- 312 Ninguna persona es ilegal.
- 314 No a la Memocracia
- 315 No a la violencia, no a la brutalidad
- 316 No ah los rreqortes hen ehdukacion ¡¡Que le recorten al borbón!!
- 317 No al bipartito
- 320 No es crisis, es saqueo

- 321 No es signo de buena salud estar adaptado a una sociedad profundamente enferma.
- 323 No es una crisis, es una estafa
- 325 No falta dinero: sobran ladrones
- 327 No hay evolución sin revolución
- 328 No hay pan para tanto chorizo
- 329 No hay pan p'a tanto chorizo
- 330 No hay revolución sin revolucionarios
- 333 No llego a fin de mes, tú no llegas al congreso
- 337 No nos callarán.
- 338 No nos vamos
- 340 No pienso vivir en un país como este y no pienso marcharme
- 341 No puedo apretarme el cinturón y bajarme los pantalones a la vez
- 344 No queremos que gobiernen los bancos
- 345 No quiero ir a la chepa de mi padre hasta los 30
- 348 No se encontró la democracia. Error 404 archivo no encontrado
- 349 No se hace un mundo diferente con gente indiferente.
- 351 No somos antisistemas somos cambiasistemas

- 352 No somos mercancía
- 353 No somos mercancía en manos de políticos, empresarios y banqueros
- 356 No son rescates son chantajes
- 357 No soy antisistema, el sistema es antiyo.
- 358 No t'enganyes: el Sol ix pel Cabanyal
- 359 No te lamentes, enséñales los dientes
- 360 No tenemos miedo
- 362 No tengo trabajo pero tampoco tengo miedo.
- 363 No vas a tener una casa en la puta vida
- 364 Nobody expects the spanish revolution
- 365 Nos dan libertad pero no nos dicen cómo usarla!!
- 367 Nos habéis dejado sin nada: ahora lo queremos todo
- 368 Nos han dejado en pañales
- 369 Nos la dan con queso y queremos jamón
- 370 Nos mean y dicen que llueve
- 371 Nos mean y Canal 9 dice que llueve
- 374 Nosotros reflexionamos, vosotros reflexionaréis
- 375 Nosotros somos el jodido cambio

- 376 Nosotros también repartimos galletas
- 381 Nuestros sueños no caben en sus urnas
- 382 Of the people. By the people. For the people.
- 384 Olvídense de todo lo que han aprendido. Comiencen a soñar
- 385 Orgullo ciudadano
- 386 Os gusta cuando voto porque estoy como ausente
- 387 Otra realidad es posible
- 388 Otro Mayo es posible
- 390 ¿Para esto lucharon nuestros abuelos?
- 393 Parados, moveos
- 396 Passarem a la història
- 397 Patraix Manda
- 398 Pegar un polvo cada cuatro años no es vida sexual. Votar cada cuatro años no es democracia
- 399 Peligroso perroflauta
- 400 Pensar no es una obligación: es un derecho ¡Ejercítalo!
- 404 Perdona. Lo siento. Gracias. Te amo.
- 405 Peoples of Europe, rise up!
- 407 Perroflauta peligroso

- 409 Pienso luego estorbo
- 410 Pienso luego insisto
- 411 Pienso, luego no sirvo
- 412 Pienso luego resisto
- 414 Poco pan, pésimo circo.
- 415 Podéis encarcelar a un revolucionario pero no una revolución
- 417 Podrán desalojar la plaza, pero nunca podrán desalojar nuestras ideas.
- 419 Políticos al paro, banqueros a la cárcel
- 420 Políticos, banqueros al paro
- 423 Por el bien de todos, no de unos pocos
- 425 Por favor, sonría: está cayendo un sistema
- 426 ¿Por qué manda el mercado si yo no lo he votado?
- 427 Por un mundo sin fronteras.
- 428 Por una educación que enseñe a pensar
- 431 Por unas listas limpias de imputados
- 433 Power to the people
- 435 President Fàcil d'untar
- 436 Primero Grecia, después va España

- 440 Prohibido prohibir
- 443 PSOE y PP la misma mierda es
- 446 Que no nos quiten la dignidad: indígnate
- 448 Que no, que no, que no nos representan
- 449 Que nos gobiernen las putas ya que sus hijos no supieron hacerlo
- 450 ¿Qué serías capaz de hacer si no tuvieras miedo?
- 451 Queremos nuevos aires.
- 457 Rebeldes sin casa
- 458 Recórtate tú FMI BSantander BBVA
- 459 Recortes a los ricos
- 460 Re-Corts Valencianes
- 461 Re-evolucionana
- 462 Reforma laboral para los políticos
- 463 Renta básica
- 464 Respeto
- 465 Revolución
- 466 Revolución Made In Spain
- 467 RLOVEution

- 473 Robáis a los pobres para dárselo a los ricos
- 475 Saca la pasta del banco
- 476 Sal 19 06 2011
- 477 Sal de ahí a defender el pan y la alegría, y sal de ahí, para que sepan que esta boca es mía.
- 478 Saquemos la basura
- 480 Se vende democracia corrupta
- 481 Se vende: Estado del Bienestar
- 483 Seamos realistas y hagamos lo imposible
- 487 SGAE insert coin
- 488 Si el presente es lucha, el futuro es nuestro
- 489 Si eres consciente del problema, eres parte de la solución
- 490 Si estás hartos ¡¡pita!!
- 492 Si la política es un chiste, ¿por qué no nos hace gracia?
- 493 Si los de abajo se mueven, los de arriba se caen
- 494 Si los políticos hacen el payaso, los payasos tendremos que hacer política
- 497 Si no nos dejáis soñar, no os dejaremos dormir
- 498 Si somos el futuro, ¿por qué nos dan por culo?

- 499 Si te quejas en casa, si no votas, no te quejes cuando te estrujen las pelotas
- 501 Si viene la policía, sacad las uvas y disimulad
- 503 Si votar cambiara algo sería ilegal
- 508 Sin la porra no sois nada. No tenemos miedo.
- 509 Sin la revolución sólo somos libres para equivocarnos
- 511 Sin mi voto no eres nada
- 512 Sin tele, sin cerveza, toma la plaza con cabeza
- 514 Sistema SOLar
- 515 Soberanía nacional = pueblo
- 516 Sol ya lo tenemos, ahora vamos a por la luna
- 517 Soles els peixos morts segueixen la corrent
- 518 Somos jóvenes, no gilipollas
- 519 Somos lo que hacemos para cambiar lo que somos
- 520 Somos los nietos de los obreros que nunca pudisteis matar
- 521 Somos noticia. No pararemos hasta que seamos historia.
- 522 Somos pacíficos
- 524 Soy ciudadana del mundo
- 525 Spain is different, not indifferent

- 526 Spanish revolution no somos antisistema, el sistema es antinosotros
- 527 Sr Pirotécnico: pot començar la democracia
- 529 Still Alive!
- 532 Tanto imbécil y tan pocas balas.
- 533 Tejiendo barrios, cambiando el presente
- 535 Tenemos derecho a tener derechos.
- 538 Thank you Iceland
- 540 This is Sparta
- 541 This is the end of the world as we know it, and I feel fine
- 542 Tienes voz
- 545 Todos iguales siempre
- 546 Todos los caminos llevan a Islandia
- 547 Todos los pueblos del mundo unidos
- 549 Todos somos iguais. Igualdade ja.
- 550 Todos somos iguales
- 551 Todos somos uno
- 553 Todos tenemos los mismos derechos.
- 554 Trabajar menos para trabajar tod@s y vivir mejor

- 556 Tu alma por una hipoteca
- 557 Tu corrupción mi perdición
- 558 Tú sólo no puedes ¡con amigos sí!
- 559 TV pública imparcial
- 560 Un banquero se balanceaba sobre la burbuja inmobiliaria...
- 562 Únete, a ti también te roban
- 563 ¡Únete madero! ¡Tú también eres obrero!
- 564 Unidos por el sentido común
- 566 Vamos despacio porque vamos lejos
- 567 Vas a esperar a que todo cambie o a luchar por ello?
- 568 ¡Vergüenza!
- 570 Violencia es cobrar 600€
- 572 Violència es no fer res en contra d'èsta infàmia
- 573 Viva el mal, viva el capital
- 574 Vive la revolución
- 576 Vosotros usáis la fuerza, nosotros el argumento
- 577 Vota chorizo, porque una buena loncha se la mete cualquiera
- 578 Vota! Lo que quieras, lo que sientas, pero vota!
- 580 Vuelve el gris esta primavera

- 581 Vuestros palos nos hacen + fuertes
- 582 We are hammers not nails
- 583 Welcome to the world revolution
- 585 Who watches the watchmen?
- 589 ...y sin embargo, se #15Mueve
- 590 ...y esto es sólo el principio #15M #19J
- 591 ¡Ya es hora de una revolución!
- 592 ¡Ya está bien de estar mal!
- 593 Yes we camp
- 597 Yo quiero un pisito como el del principito
- 598 Yo reflexiono donde me da la gana!!!
- 600 Yo voto, tú votas, él vota, nosotros votamos, vosotros votáis, ellos se van.
- 601 Zapatero, lacayo de los banqueros.
- 604 15M Somos la levadura que levantará a la masa
- 606 19J No nos mires, únete
- 608 21: Día de inflexión
- 610 + democracia – corrupción
- 611 -policía + filosofía

- 612 - x - = + juntos podemos
- 613 #Enjoy the #acampadavalencia
- 614 #Estamoshartos
- 617 # Revolución se escribe con hashtag
- 618 #spanishrevolution
- 619 #Tienes voz
- 620 #tomalaplaza

10. APÉNDICE 3: INSTRUCCIONES Y CONVENCIONES DE ADJUNTOS.

A lo largo de la presente tesis doctoral se han dispuesto una serie de tablas, figuras, gráficas e imágenes con el objetivo de dotar de una mayor capacidad de descripción al estudio realizado. Dada la multiplicidad de las fuentes de las cuales parten los datos empleados en los capítulos anteriores (evidencia visual del corpus, procesos de cuantificación y fuentes secundarias) se ha considerado como recomendable la elaboración de una serie de tablas de registro de todas las tablas, figuras, gráficas e imágenes. En las mismas, distribuidas en el capítulo 11 (Apéndice 4) se ordenan las citadas representaciones de acuerdo a su referencia, título, sección en la que aparece y fuente original.

La distribución de las mismas se configura principalmente alrededor de cuatro casos: cita de obra externa, referencia a carpeta contenedora de archivos xls, referencia a carpeta contenedora de imágenes y finalmente hipervínculos. Dado que, de acuerdo a la normativa vigente de depósito y lectura de tesis doctorales, se adjunta copia digital de la presente, se recomienda por parte del autor y la dirección de este trabajo que la constatación del origen de tablas, figuras, gráficas e imágenes se realice a través de dicho formato digital, pues la accesibilidad a los hipervínculos es obviamente mayor empleando la citada superficie.

11. APÉNDICE 4: GLOSARIO DE TABLAS, FIGURAS, GRÁFICAS E IMÁGENES

Tablas

Referencia	Título	Sección	Fuente
2.1	Penetración de internet en los países involucrados en la Primavera Árabe	2.2.2.2	Internet World Stats [online] disponible en www.internetworldstats.com
2.2	Penetración de internet en el mundo. Datos divididos por regiones	2.2.2.2	Internet World Stats [online] disponible en www.internetworldstats.com
6.1	Recurrencia temporal total.	6.2.2.1	MarcaciónTemporal.xls
6.2	Recurrencia temporal por lemas.	6.2.2.1	MarcaciónTemporal.xls
6.3	Política, economía y TIC en los ítems de 5 o más coincidencias del corpus.	6.2.3.1	antconc_results.txt
6.4	Comparativa entre nº de marcas.	6.2.3.2	Marcación Semántica.xls
6.5	Recurrencia retórica absoluta y relativa.	6.2.5.5	Marcación Retórica.xls
6.6	Distribución individual de las figuras retóricas en los 250 casos marcados.	6.2.5.5	Marcación Retórica.xls

6.7	Perfil estadístico agrupado del corpus en torno a sus características dominantes.	6.2.6	Corpus Cruzado.xls
6.8	Recurrencia temporal total en el subcorpus.	6.3.3.1	Marcación Temporal Subcorpus.xls
6.9	Recurrencia temporal por lemas en el subcorpus.	6.3.3.1	Marcación Temporal Subcorpus.xls
6.10	Comparativa entre nº de marcas en el subcorpus.	6.3.4.1	Marcación Campos Semánticos subcorpus.xls
6.11	Recurrencia retórica absoluta y relativa en el subcorpus.	6.3.6.5	Marcación Retórica Subcorpus.xls
6.12	Distribución individual de las figuras retóricas en los 153 casos marcados.	6.3.6.5	Marcación Retórica Subcorpus.xls
6.13	Perfil estadístico agrupado del subcorpus en torno a sus características dominantes.	6.3.7	Corpus Cruzado.xls
6.14	Tendencia de uso de marcación fonética de corpus a subcorpus.	6.4.1	Marcación Fonética Subcorpus.xls
6.15	Tendencia de uso de marcación temporal agrupada de corpus a	6.4.2	Marcación Temporal Subcorpus.xls

	subcorpus		
6.16	Tendencia de uso de marcación temporal individual de corpus a subcorpus.	6.4.2	Marcación Temporal Subcorpus.xls
6.17	Tendencia de uso de marcación sintáctica de corpus a subcorpus.	6.4.3	Marcación Sintáctica Subcorpus.xls
6.18	Tendencia de marcación semántica de corpus a subcorpus.	6.4.4	Marcación Campos Semánticos Subcorpus.xls
6.19	Impacto de categorías de marcación semántica de corpus a subcorpus.	6.4.4	Marcación Campos Semánticos Subcorpus.xls
6.20	Tendencia de uso del parasitismo de corpus a subcorpus.	6.4.5	Marcación lexicosemántica parasitismo subcorpus.xls
6.21	Tendencia de uso de calcos y variaciones de corpus a subcorpus.	6.4.5	Marcación lexicosemántica parasitismo subcorpus.xls
6.22	Diferencias de origen en los lemas parasitarios de corpus a subcorpus.	6.4.5	Marcación lexicosemántica parasitismo subcorpus.xls
6.23	Diferencias de los niveles de extensión de corpus a subcorpus.	6.4.6	Marcación léxica palabras y caracteres subcorpus.xls
6.24	Distribución de número de marcas retóricas de	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls

	corpus a subcorpus.		
6.25	Distribución de los tipos de figuras de corpus a subcorpus.	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls
6.26	Distribución de las figuras por adición o supresión de corpus a subcorpus.	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls
6.27	Distribución de las figuras por repetición de corpus a subcorpus.	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls
6.28	Distribución de las figuras por combinación de corpus a subcorpus.	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls
6.29	Distribución de los tropos de corpus a subcorpus.	6.4.7	Marcación retórica subcorpus.xls
6.30	Niveles de Entropía para dS_i con origen en entorno físico.	6.6.2.1	Entropía en los Espacios-Fase según origen dSi.xls
6.31	Niveles de Entropía para dS_i conservado en el entorno virtual	6.6.2.2	Entropía en los Espacios-Fase según origen dSi.xls

Figuras

Referencia	Título	Sección	Fuente
2.1	Evolución de la complejidad interorganizativa de acuerdo con F.A. Koomanoff	2.2.2.2	ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> . Boston [etc]: Academic Press. (p 32)
2.2	Evolución de la complejidad interorganizativa de acuerdo con F.A. Koomanoff (actualización de autor)	2.2.2.2	Autor. A partir de Figura 2.1
3.1	Estructura de sistemas aislados	3.2.2.1	Autor. Basado en ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> , p 43.
3.2	Estructura de sistemas abiertos	3.2.2.2	Autor. Basado en ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> , p 43.
3.3	Estructura del 15M entendido como sistema abierto.	3.2.2.3	Autor. Basado en ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> , p 43.
3.4	Atractores y sección de Poincaré.	3.2.4.1	Fuente: ESCOHOTADO, A., 1999, <i>Caos y Orden</i> . Madrid: Espasa-Calpe.
3.5	Péndulo y Atractor de Punto Fijo.	3.2.4.1	ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> , p 62.

3.6	Atractores de Ciclo Límite	3.2.4.1	ÇAMBEL, A.B., 1993, <i>Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity</i> , p 62.
3.7	Atractor de Lorenz	3.2.4.1	ESCOHOTADO, A., 1999, <i>Caos y Orden</i> , p 87
3.8	Ruido en el diagrama general de la comunicación	3.2.4.2.2	SHANNON, E., 1969, <i>The Mathematical Theory of Communication</i> , p 34

Gráficas

Referencia	Título	Sección	Fuente
2.1	<i>Tweets</i> publicados y usuarios únicos. Mayo 2011.	2.2.2.2	FERRERAS, E., 2011, "Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter", en Revista Telos [online] disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do
6.1	Uso del castellano frente a otras lenguas.	6.1.1	Marcación uso castellano.xls
6.2	<i>Hashtags</i> más utilizados por el movimiento 15M. Evolución del 13 al 22 de Mayo de 2011.	6.1.2	FERRERAS, E., 2011, "Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter", en Revista Telos [online] disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do
6.3	Noticias sobre el 15M por fecha de publicación en la prensa generalista española	6.1.2	FERRERAS, E., 2011, "Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter", en Revista Telos [online] disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do
6.4	Movimiento 15M y Strauss Kahn en las	6.1.2	Numeroteca [online] disponible en http://numeroteca.org/wp-content/uploads/2011/05/15m-portadas-9_dsk1.png

	portadas de periódicos generalistas españoles del 15 al 22 de Mayo de 2011.		
6.5	5 Movimiento 15M y en las portadas de periódicos generalistas españoles del 9 al 19 de Junio de 2011.	6.1.2	Numeroteca [online] disponible en http://numeroteca.org/wp-content/uploads/2011/11/15m-22j_6.png
6.6	Perfil fonético por marcas.	6.2.1	Marcación fonética.xls
6.7	Perfil fonético agrupado.	6.2.1	Marcación fonética.xls
6.8	Recurrencia verbal.	6.2.2.1	Marcación temporal.xls
6.9	Recurrencia verbal por lemas.	6.2.2.1	Marcación temporal.xls
6.10	Impacto temporal relativo en las Formas Mixtas.	6.2.2.1	Marcación temporal.xls

6.11	Perfil sintáctico: coincidencias.	6.2.2.2	Marcación morfosintáctica.xls
6.12	Perfil sintáctico por marcas.	6.2.2.2	Marcación morfosintáctica.xls
6.13	Perfil sintáctico agrupado.	6.2.2.2	Marcación morfosintáctica.xls
6.14	Proporción Marcas Ítems más frecuentes.	6.2.3.1	Marcación campos semánticos.xls
6.15	Comparativa Lemas Marcados/Lemas No Marcados.	6.2.3.2	Marcación campos semánticos.xls
6.16	Distribución de marcas.	6.2.3.2	Marcación campos semánticos.xls
6.17	Distribución total de marcación/no marcación.	6.2.3.2	Marcación campos semánticos.xls
6.18	Presencia de parasitismo.	6.2.3.3	Marcación lexicosemántica_vampirización e imitación de lemas.xls
6.19	Frecuencia tipológica en	6.2.3.3	Marcación lexicosemántica_vampirización e imitación de lemas.xls

	los casos de parasitismo.		
6.20	Distribución de categorías de origen en los lemas parasitarios.	6.2.3.3	Marcación lexicosemántica_vampirización e imitación de lemas.xls
6.21	Coincidencias palabras/lema .	6.2.4	Marcación palabras y caracteres ACT.xls
6.22	Coincidencias caracteres/lema.	6.2.4	Marcación palabras y caracteres ACT.xls
6.23	Distribución relativa de las figuras por adición o supresión.	6.2.5.1	Marcación retórica.xls
6.24	Distribución relativa de las figuras por repetición.	6.2.5.2	Marcación retórica.xls
6.25	Distribución relativa de las figuras por combinación.	6.2.5.3	Marcación retórica.xls
6.26	Distribución relativa de los tropos.	6.2.5.4	Marcación retórica.xls

6.27	Distribución absoluta del número de marcas.	6.2.5.5	Marcación retórica.xls
6.28	Distribución relativa de figuras retóricas por categoría.	6.2.5.5	Marcación retórica.xls
6.29	Trascendencia virtual	6.3.1	Trascendencia virtual marcación.xls
6.30	Perfil fonético del subcorpus por marcas.	6.3.2	Marcación fonética subcorpus.xls
6.31	Perfil fonético agrupado del subcorpus.	6.3.2	Marcación fonética subcorpus.xls
6.32	Recurrencia verbal del subcorpus.	6.3.3.1	Marcación temporal subcorpus.xls
6.33	Recurrencia verbal por lemas en el subcorpus.	6.3.3.1	Marcación temporal subcorpus.xls
6.34	Impacto temporal relativo en las Formas Mixtas del subcorpus.	6.3.3.1	Marcación temporal subcorpus.xls

6.35	Perfil sintáctico del subcorpus: coincidencias.	6.3.3.2	Marcación sintáctica subcorpus.xls
6.36	Perfil sintáctico del subcorpus por marcas.	6.3.3.2	Marcación sintáctica subcorpus.xls
6.37	Perfil sintáctico agrupado del subcorpus.	6.3.3.2	Marcación sintáctica subcorpus.xls
6.38	Comparativa Lemas Marcados/Lemas No Marcados en el subcorpus.	6.3.4.1	Marcación campos semánticos subcorpus.xls
6.39	Distribución de marcas en el subcorpus.	6.3.4.1	Marcación campos semánticos subcorpus.xls
6.40	Distribución total de marcación/no marcación en el subcorpus.	6.3.4.1	Marcación campos semánticos subcorpus.xls
6.41	Presencia de parasitismo en el subcorpus.	6.3.4.2	Marcación lexicosemántica subcorpus.xls

6.42	Frecuencia tipológica en los casos de parasitismo.	6.3.4.2	Marcación lexicosemántica subcorpus.xls
6.43	Distribución de categorías de origen en los lemas parasitarios del subcorpus.	6.3.4.2	Marcación lexicosemántica subcorpus.xls
6.44	Coincidencias palabras/lema en el subcorpus.	6.4.5	Marcación léxica palabras y caracteres subcorpus.xls
6.45	Coincidencias caracteres/lema en el subcorpus.	6.4.5	Marcación léxica palabras y caracteres subcorpus.xls
6.46	Distribución relativa de las figuras por adición o supresión en el subcorpus.	6.3.6.1	Marcación retórica subcorpus.xls
6.47	Distribución relativa de las figuras por repetición en el subcorpus	6.3.6.2	Marcación retórica subcorpus.xls

6.48	Distribución relativa de las figuras por combinación en el subcorpus.	6.3.6.3	Marcación retórica subcorpus.xls
6.49	Distribución relativa de los tropos en el subcorpus.	6.3.6.5	Marcación retórica subcorpus.xls
6.50	Distribución relativa de figuras retóricas por categoría en el subcorpus.	6.3.6.5	Marcación retórica subcorpus.xls
6.51	Niveles de Entropía para dS_i con origen en el entorno físico	6.6.3	Entropía en los Espacios-Fase según origen dSi.xls
6.52	Niveles de Entropía para dS_i conservado en el entorno virtual	6.6.3	Entropía en los Espacios-Fase según origen dSi.xls

Imágenes

Referencia	Título	Sección	Fuente
2.1	Portada del diario El País del 21 de Mayo de 2011.	2.2.2.2	http://www.cadenaser.com/recorte/20110521csrsrcsnac_1/XLCO/les/Portada-Pais-Sabado-21-mayo.jpg
5.1	Portada de la herramienta online Topsy	5.2	http://www.topsy.com
5.2	Búsqueda avanzada en Topsy (ejemplo)	5.2	http://topsy.com/advanced-search
5.3	Búsqueda avanzada en Topsy: disposición de resultados (ejemplo)	5.2	http://topsy.com/s?type=tweet&order=date&intime=1305410400&maxtime=1313359200&q=Es+una+estafa+no+es+una+crisis
5.4	Búsqueda avanzada en Topsy: tweet capturado (ejemplo)	5.2	https://twitter.com/cayo_lara/status/10267600067956736
5.5	Búsqueda avanzada en Topsy: lema no trascendido	5.2	http://topsy.com/s?q=Aceptamos%20todo%20tiempo%20de%20donaciones%20excepto%3A%20dinero%20%2F%20alcohol%20%2F%20trajes%20&type=tweet

	(ejemplo)		
6.1	[562] “Unete a ti tambien te roban”	6.1.1	/Imágenes/562.jpg
6.2	Cartel de reclutamiento para la 1ª Guerra Mundial diseñado por James Montgomery Flagg.	6.1.1	American Treasures of the Library of Congress (http://www.loc.gov/exhibits/treasures/trm015.html)
6.3	[579] “Vote for yourself”	6.1.1	/Imágenes/579.jpg
6.4	Lemas [070], [175], [234], [392] y [419]	6.1.1	/Imágenes/deutsche bank.jpg
6.5	[076] “Democracia actual”	6.1.1	/Imágenes/076.jpg
6.6	[195] “Indignez-vous Merci Stèphanne Hessel”	6.1.1	/Imágenes/195.jpg
6.7	[418] “Político escuchándote”	6.1.1	/Imágenes/418.jpg

6.8	[364] “Nobody expects the Spanish revolution”	6.1.1	/Imágenes/364.jpg
6.9	[340] “No pienso vivir en un país como este y no pienso marcharme”	6.1.1	/Imágenes/340.jpg
6.10	[618] “#spanishrevolution”	6.1.2	http://vocesconfutura.tumblr.com/post/6352480273
6.11	[134] “Error del sistema”	6.1.2	https://twitter.com/borjiviri/statuses/7059497696186368
6.12	: Captura de pantalla de link asociado al link presente en la Imagen 6.11	6.1.2	http://lockerz.com/s/102501202
6.13	Ejemplo de <i>tweet</i> informativo emitido en las revueltas egipcias.	6.1.3	https://twitter.com/3arabawy/status/3607696090161154
6.14	Ejemplo de <i>tweet</i> informativo	6.1.3	https://twitter.com/palzaga/status/71517735284244480

	emitido en las protestas del 15M.		
6.15	Ejemplo de <i>tweet</i> con intención persuasiva emitido durante las protestas de 2011 en Egipto	6.1.3	https://twitter.com/mosaaberizing/status/35355767469113344
6.16	Captura de pantalla de link asociado al link presente en la Imagen 6.15	6.1.3	http://yfrog.com/gyyoiogi
6.17	Tweet generado por cuenta dependiente de @democraciar ealya (A) y tweet posterior de promoción de seguimiento de @democraciar ealya y #15M	6.1.3	https://twitter.com/dryvalladolid/status/67550947102044160 (A) y https://twitter.com/alejandra_abad/status/68999909583491072 (B)

	(B)		
6.18	[388] “Otro Mayo es posible”	6.2.1	/Imágenes/388.jpg
6.19	[494] “Si los políticos hacen el payaso, los payasos tendremos que hacer política”	6.2.1	/Imágenes/494.jpg
6.20	[329] “No hay pan p’a tanto chorizo”	6.2.1	/Imágenes/329.jpg
6.21	[136] “Error del sistema ¡Reinicia!”	6.2.3.2	/Imágenes/136.jpg
6.22	[435] “President Fàcil d’untar”	6.2.3.3	/Imágenes/435.jpg
6.23	Origen del lema [435]	6.2.3.3	Google Images en https://www.google.com/imghp?hl=en&tab=wi
6.24	[271] “Manos arriba, esto es un contrato”	6.2.3.3	http://vocesconfutura.tumblr.com/image/5833925877
6.25	: [069] “De un pasado gris a	6.2.3.3	http://www.euribor.com.es/wp-content/uploads/2011/05/jrmora-euribor-policia.jpg

	un presente negro”		
6.26	[188] “In SOL we trust”	6.2.3.3	/Imágenes/188.jpg
6.27	[480] “Se vende democracia corrupta”	6.2.3.3	/Imágenes/480.jpg
6.28	[166] “Fresh Camping: tu campa, y cada día el de más gente”	6.2.3.3	/Imágenes/166.jpg
6.29	[201] “Jubilados pensionistas indignados solidarios con los del 15 Mayo”	6.2.5.1	/Imágenes/201.jpg
6.30	[042] “Chorizo ibérico liquidación”	6.2.5.3	/Imágenes/042.jpg
6.31	[144] “Estas son nuestras porras”	6.2.5.4	/Imágenes/144.jpg
6.32	[593] “Yes We Camp” y [338] “No nos	6.3.4.2	/Imágenes/593+338.jpg

	vamos” convertidos en <i>hashtags</i>		
6.33	<i>Tweet</i> reproduciendo el lema [593] “Yes we camp” y empleándolo como <i>hashtag</i>	6.3.4.2	https://twitter.com/leila_na/status/72614132737781760
6.34	Captura de pantalla del enlace incorporado en Imagen 6.33.	6.3.4.2	http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2011/05/201152264452749575.html
6.35	Ejemplo de trascendencia virtual del lema [060]	6.3.5	https://twitter.com/sseerrggii/status/71629448641921024

11. BIBLIOGRAFÍA

- ALARCOS, E. (1999). *Gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- ALMENAR TERRE, V. (2000). *Apuntes de sistemas lineales*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, Servicio de Publicaciones
- ALONSO CORTÉS, A. (1999). *La exclamación en español*. Madrid: Minerva Ediciones.
- BABBIE, E. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. México: International Thomson.
- BADENES SALAZAR, P. (2006). *La estética en las barricadas: Mayo del 68 y la creación artística*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- BALANDIER, G. (1993). *El desorden: la teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*. Barcelona: Gedisa.
- BELTING, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Conocimiento.
- BERGÉ, P., POMEAU, Y., VIDAL, C. (1984). *Order within Chaos: Towards a deterministic approach to turbulence*. New York: John Wiley & Sons.
- BERTALANFFY, L. (2007). *Teoría General de los Sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BISHARA, M. (2011). “The Genie Is Out of the Bottle: Assessing a Changing Arab World with Noam Chomsky and Al Jazeera’s Marwan Bishara”. *democracynow.org*. 17 de Febrero.
http://www.democracynow.org/2011/2/17/the_genies_are_out_of_the (consultado 24-06-2012)

BRIGGS, J. (1990). *Espejo y reflejo, del caos al orden: Guía ilustrada de la teoría del caos y la ciencia de la totalidad*. Barcelona: Gedisa.

BROWN, P. y LEVINSON, S.C. (1987). *Politeness. Some universals in language usage*. Newcastle upon Tyne: Cambridge University Press.

BURGUI, D. (2009) “Amanecer en Islandistán”. *dburgui.com*. Julio – Agosto.
http://www.dburgui.com/docs/islandistan_dburguiNT.pdf (consultado 7-4-2011).

BURKE, P. (1993). *Hablar y callar*. Barcelona: Gedisa.

BUSSMAN, K. (2011). *A Twitter Year: 365 days in 140 characters*. London: Bloomsbury Publishing.

CABALLERO QUEMADES, F. (2004). *Información y conocimiento en la era de internet*. Valencia: Publicaciones de la Universitat de València.

CARVAJAL RIVERA, J. (2008). “Productividad informativa en situaciones de crisis social: los casos de ABC, El País y La Razón durante el 11-M”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 14, 99-109.

- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHECA GODOY, A. (2007). *Historia de la publicidad*. La Coruña: Netbiblio.
- CHIARO, D. (1992). *The language of jokes. Analysing verbal play*. Londres: Routledge.
- CHOMSKY, N., RAMONET, I. (1995). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- COHN-BENDIT, D. (1988). *La revolución y nosotros, que la quisimos tanto*. Barcelona: Anagrama.
- COHN-BENDIT, D., MARCUSE, H., SARTRE, J. P. (2008). *La imaginación al poder: Paris Mayo 1968*. Barcelona: Argonauta.
- CORONADO E HIJÓN, D. (1997). “El cartel contemporáneo: entre el consumo y la ideología”. *Questiones Publicitarias* 1, 31-39.
- COSTA, J. (1998). *La esquemática. Visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- CRYSTAL, D. (2001). *El lenguaje e internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CUENCA, M. J., HILFERTY, J. (1999). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- ÇAMBEL, A.B. (1984). “A Synergistic Approach to Energy-Oriented Models of Socio-Economic-Technological Problems”. En *Synergetics-From Microscopic to Macroscopic Order*, E. Frehland (coord), 183-196. Berlín: Springer-Verlag

- ÇAMBEL, A.B. (1993). *Applied Chaos Theory: a Paradigm for Complexity*. Boston: Academic Press.
- DAWKINS, R. (1997). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat.
- DE SANTIAGO GUERVÓS, J. (2005). *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros.
- DELLA PORTA, D., DIANI, M. (2011). *Los Movimientos Sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas: Editorial Complutense.
- DUPUY, J, P. (1991). “Complejidad social”. En *Nuevos avances en la investigación social: la investigación social de segundo orden*, J. Ibáñez (ed.). 66-72 Barcelona: Anthropos
- ESCAVY ZAMORA, R. (2008). *Pragmática y subjetividad*. Murcia: Universidad de Murcia.
- ESCOHOTADO, A. (1999). *Caos y Orden*. Madrid: Espasa-Calpe.
- ESCOLAR, A.. (2004). “Manifestación de protesta en Génova”. *escolar.net*. 13 de Marzo.
<http://www.escolar.net/MT/archives/000638.html> (consultado 9-1-2012)
- FAUS BELAU, A. (1995). *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.

FERRER FIGUERAS, L. [et al] (2000). *La Teoría del Caos y sus aplicaciones a la evolución, predicción y control de Sistemas Naturales y Sistemas Sociales*. Valencia: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència.

FERRERAS, E. (2011). “Redes sociales y cambio social: el movimiento 15M y su evolución en twitter”. *telefonica.com* .

Octubre-Diciembre 2011.

http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011102410330001&activo=6.do (consultado 12-2-2012)

FRISBY, D. (1992). *Fragmentos de la modernidad: teorías de la modernidad en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamin*. Madrid: Visor

GARÍ, J. (1995). *La conversación mural*. Madrid: Fundesco.

GARTON-ASH, T. (2011). “La revolución tunecina, Twitter y Wikileaks”. *elpais.com*. 25 de Enero.

http://elpais.com/diario/2011/01/25/opinion/1295910004_850215.html. (consultado 13-3-2012)

GUBERN, R. (1974a). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.

GUBERN, R. (1974b). *Televisión: historia de la televisión*. Madrid: Ediciones Paulinas.

GUERRERO, I. (1992). *Figuras literarias y métrica*. Zaragoza: Catón.

GUSFIELD, J., LARAÑA, E. (ed) (1994). *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

GUTIÉRREZ ATALA, F., ZURRITA ARRIAGADA, L. (2012) “Las redes sociales y su impacto en el proceso de preparación y producción de noticias: Análisis de las rutinas de los periodistas a partir de tres diarios chilenos”. *Comunicación* 1 (3), 36-44.

GUZMÁN GÓMEZ, M. (2007). *El fenómeno de la interdisciplinariedad en la ciencia de la información: contexto de aparición y posturas centrales*. Cuba: Scielo Cuba.

HALLIDAY, M. A. K. (1973). *Explorations in the functions of language*. Londres: Edward Arnold.

HEGEL, G.W.F. (1990). *Introducción a la estética*. Barcelona: Península.

IBAÑEZ, E. A. (2008). *Las teorías del caos, la complejidad y los sistemas: Impactos educativos y aplicaciones en ciencias sociales*. Rosario: Homo Sapiens.

HERRERO CECILIA, J. (2006). *Teorías de pragmática, de lingüística textual y de análisis del discurso*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

JAKOBSON, R. (1984). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.

JURY, D. (2007). *¿Qué es la tipografía?* Barcelona: Gustavo Gili.

- KOOMANOFF, F. (1992). "Energy, the Enabler, in a Changing World". *Nuclear Engineering and Design* 1-2 (136), 17-21.
- LEWIN, R. (1995). *Complejidad. El caos como generador del orden*. Barcelona: Tusquets.
- LORENZ, E. N. (1993). *The Essence of Chaos*. Seattle: University of Washington Press.
- MARÍ SÁEZ, V.M. (2004). "Nuevas tecnologías de la información: movimientos sociales y cambio social". En *Convergencia multimedia y alfabetización digital*, A. García Matilla y T. Lara Padilla (coord.), 231-269. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- MARTÍNEZ SANCHO, V. (1992). *Fonaments de física* (vol II). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- MENDOZA, A. (2006). "Normas de etiqueta en internet-Netiquette". *mercadeoglobal.com*. Enero.
<http://mercadeoglobal.com/articulos/articles/14/1/Normas-de-etiqueta-en-Internet---Netiquette/Pagina1.html> (consultado 5-11-2011)
- MIGUEL PASCUAL, R. (2006). *Fundamentos de la comunicación humana*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- MONTALT I RESURRECCIÓ, V. (1994). *Entropy, Language and Communication*. Valencia: Shakespeare Foundation of Spain.
- MONZÓN, C. (2006). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.

MORANT, R. (1994): "Sociolingüística". En *Lingüística general y aplicada*, A. López (coord.), 299-322. Valencia: Universidad de Valencia.

MORANT, R., MARTÍN, A. (2013): "El lenguaje de los balcones". *Signa*, 22, 497-519

MORENO, L. (2004). "Tipografía y diseño". *desarrolloweb.com*. 2 de Noviembre. <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php> (consultado 9-5-2012)

MORENO CABRERA, J. C. (1994). *Curso universitario de lingüística general*. Madrid: Síntesis.

PEÑA JIMÉNEZ, P., ORTIZ SOBRINO, M. A. (2011) "El eslogan político español en la campaña de elecciones generales de 2008". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17 (2), 549-568.

PINILLA GARCÍA, A. (2011). "La percepción del movimiento "15-M" en las ediciones digitales de El Mundo y El País". *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación* 12, 196-217.

RAMONET, I. (2006). *Propagandas silenciosas: masas, televisión y cine*. La Habana: Fondo Cultural del Alba.

REDONDO, D. (2011). "Twitterrevolución". *elpais.com*. 13 de Marzo. http://elpais.com/diario/2011/03/13/eps/1300001214_850215.html (consultado 30-5-2012)

REINOSO, J. (2006). "China aumenta la censura en la red y bloquea Google internacional". *elpais.com*. 8 de Junio. http://elpais.com/diario/2006/06/08/sociedad/1149717610_850215.html (consultado 5-2-2012).

RENNER, P. (2000). *Die Kunst der Typographie –El arte de la tipografía*. Valencia: Campgrafic.

RODRÍGUEZ, C. (2011). “El 15M define su decálogo”.

granadahoy.com. 22 de Mayo.

<http://www.granadahoy.com/article/granada2011/981721/m/define/su/decalogo.html> (consultado 7-12-2012)

ROE. (2006). *Ciberactivismo: sobre usos políticos y sociales de la red*. Barcelona: Virus.

SAMPEDRO, V. F., SÁNCHEZ DUARTE, J. M. (2011). “La red era la plaza”. *rebelión.org*. 29 de Mayo.

<http://www.ciberdemocracia.es/articulos/RedPlaza.pdf> (consultado 18-11-2012)

SAUSSURE, F. (1987). *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza.

SEARLE, J. R. (1976). *An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

SEMIOCAST. (2012). “Brazil becomes 2nd country on Twitter, Japan 3rd, Netherlands most active country”. *semiocast.com*. 31 de Enero.
http://semiocast.com/publications/2012_01_31_Brazil_becomes_2nd_country_on_Twitter_superseds_Japan (consultado 1-2-2012)

SENI MEDINA, G. (2011). “El discurso político desde la publicidad de consumo en la televisión”. *Palabra clave* 1 (14), 123-135.

SHANNON, C. (1969). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana (IL): University of Illinois Press.

- SPERBER, D., WILSON, D. (1994). *La Relevancia*. Madrid: Visor.
- SPERBER, D., WILSON, D. (2004). “La teoría de la Relevancia”. *Revista de Investigación Lingüística* 7, 237-286.
- TILLY, C., WOOD, L. J. (2009). *Los movimientos sociales, 1768-2008: desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.
- TORRES NABEL, L. C. (2009). “Redes sociales y efectos políticos. Reflexiones sobre el impacto de twitter México. Sociología y tecnociencia”. *Revista digital de sociología del sistema tecnocientífico* 0 (2), 63-75.
- TORRES SÁNCHEZ, M. A. (1999). *Aproximación pragmática a la ironía verbal*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- TOURAINE, A. (1994). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Temas de hoy.
- VAN DIJK, T. (1984). *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*, Madrid: Cátedra.
- VAN DIJK, T. [et alii]. (2000). *El discurso como estructura y proceso*. Madrid: Gedisa.
- VAN DIJK, T. (2012). *Discurso y contexto: un enfoque sociocognitivo*. Barcelona: Gedisa.
- VERDÚ, V. (2012). *La hoguera del capital: abismo y utopía a la vuelta de la esquina*. Madrid: Temas de Hoy.
- VERSCHUEREN, J. (2002). *Para entender la pragmática*. Madrid: Gredos.

- VIGARA TAUSTE, A. M. (1992). *Morfosintaxis del español coloquial*. Madrid: Gredos.
- VOLOSHINOV, V. N. (2009). *El marxismo y la filosofía del (los principales problemas del método sociológico en la ciencia del lenguaje)*. Buenos Aires: Ediciones Godot.
- WEAVER, W. (1969). "Recent Contributions to the Mathematical Theory of Communication". En *The Mathematical Theory of Communication*, C. Shannon (coord.), 3-28. Urbana (IL): University of Illinois Press
- YUS, F. (2010). *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.
- ZORRILLA, S. (1997). *Guía para elaborar la tesis*. México: McGraw-Hill.