

“Narrativas multimodales como instrumento de cambio social: la reinención de la democracia en España –el caso del 15M”

Montesano Montessori, Nicolina, Univesidad de Utrecht
Morales López, Esperanza, Universidad de A Coruña¹

Mayo de 2014.

Versión ampliada y traducida del artículo “Multimodal narrative as an instrument for social change: reinventing democracy in Spain -the case of 15M”, que aparecerá en *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines (CADAAD)* (<http://www.cadaad.net/journal>). Esta versión se hace pública con permiso de la dirección de la revista.

Resumen

Este artículo ofrece una descripción de la emergencia del movimiento español *Democracia real ya*. Nuestro objetivo es analizar los rasgos discursivos más creativos de este movimiento social y conectar el análisis con el potencial de innovación de las ciencias críticas. Este grupo es el resultado de un levantamiento espontáneo en las principales plazas de Madrid y Barcelona el 15 de mayo de 2011, extendido después a muchas otras ciudades del país; de ahí el nombre de *15M*. Aunque la lucha por la democracia no es nueva en España, el 15M muestra una serie de rasgos creativos; entre ellos su lucha pacífica y la propuesta de imaginario de una nueva democracia o visión del mundo, todo ello transmitido a través de eslóganes creados espontáneamente y de manera anónima por sus integrantes. Sus rasgos innovadores no residen solamente en esta creatividad discursiva, sino también en su uso como una forma de acción social. Nuestra hipótesis es que estos eslóganes funcionan a la vez como forma de protesta, y de activación de una nueva comprensión de la crisis y de rearticulación de la identidad de los ciudadanos de *víctimas* de la crisis a *agentes* con capacidad de articulación de propuestas. En cuanto a los eslóganes, no nos referimos solamente a los recogidos en las plazas donde estaban situadas las acampadas, sino también a los de las diferentes manifestaciones que tuvieron lugar en las diversas ciudades (las autoras participamos en dos de Barcelona); la mayoría de todos estos eslóganes pudieron descargarse por Internet desde las múltiples *webs* y blogs del grupo.

Con el fin de analizar el carácter multimodal de esta lucha, hemos desarrollado una metodología interdisciplinaria: por un lado, la perspectiva socio-cognitiva que considera las propuestas ideológicas como construcciones cognitivas (de ahí el uso de nociones como *narrativas* o *narratividad*, y *marcos cognitivos*) y, por otro, la posición del Análisis crítico del discurso (ACD) a la hora de analizar los discursos como procesos de imaginación social y transformación. La perspectiva socio-cognitiva nos ayuda a considerar estos discursos en relación con sus actores, sus contextos particulares y las acciones en los que se insertan. El uso de ACD, que a su vez incluye un detallado análisis retórico, nos ayuda a analizar el proceso de deconstrucción, transformación y reconstrucción que el 15M lleva a cabo para mantener su lucha. Asimismo, el análisis de los procesos narrativos de tales eslóganes y el concepto teórico de *articulación* mostrará, desde el punto de vista metodológico, el proceso de cambio al que nos hemos ya referido. Este cambio ha sido el que tanto en términos cognitivos como en la modificación de la identidad ha modificado a buena parte de la población española de víctimas a *indignados* o *indignados* (un compuesto de *indignado* y *ciudadano*).

Palabras clave: narrativas multimodales, marco cognitivo, discursos de cambio social, discursos de los movimientos sociales, Análisis crítico del discurso, emociones, perspectiva socio-cognitiva, construccionismo.

¹ La investigación de la segunda autora se enmarca en el Proyecto de investigación CEI (“Comunicación en la Empresa y en las Instituciones: Mecanismos discursivos de gestión del conocimiento y persuasión social”), financiado por el MICINN y Fondos Feder entre 2011-2013 (FFI2010-18514). <http://cei.udc.es>

Abstract

This article provides a description of the emergence of the Spanish ‘Occupy’ movement, *democracia real ya*. The aim is to analyse the innovative discursive features of this movement and to connect this analysis to what we consider the innovative potential of the critical sciences. The movement is the result of a spontaneous uprising that appeared on the main squares of Madrid and Barcelona on 15 May 2011 and then spread to other Spanish cities. This date gave it its name: *15M*. While the struggle for democracy in Spain is certainly not new, the 15M group shows a series of innovative features. These include the emphasis on peaceful struggle and the imaginary of a new democracy or worldview, transmitted through innovative placards and slogans designed by Spanish citizens. We consider these innovative not only due to their creativity, but also because of their use as a form of civil action. Our argument is that these placards both functioned as a sign of protest and, in combination with the demonstrations and the general dynamics of 15M, helped to reframe the population's understanding of the crisis and rearticulate the identity of the citizens from victims to agents.

In order to analyse the multimodal character of this struggle, we developed an interdisciplinary methodology, which combines socio-cognitive approaches that consider ideological proposals as socio-cognitive constructs (i.e. the notion of narrative or cognitive frame), and Critical Discourse Analysis (CDA) in the analysis of discourses related to processes of social imagination and transformation. The socio-constructivist perspective is used to consider these discourses in relation to their actors, particular contexts and actions. The use of CDA, which included a careful rhetoric analysis, helped to analyse the process of deconstruction, transformation and reconstruction that 15M uses to maintain its struggle. The narrative analysis and the discursive theoretical concept of articulation helped to methodologically show aspects of the process of change alluded to above. This change was both in terms of cognition and in the modification of identity that turned a large part of the Spanish population from victims to *indignados* and to the neologism *indignadanos*, which is a composition of *indignado* and *ciudadano* (citizen).

Key words: multimodal narratives, cognitive frame, discourses of social change, social movements' discourses, Critical Discourse Analysis, emotions, socio-cognitive approaches, constructionism.

“¡INDIGNÁOS! Después de 93 años, estoy cerca del final. El final para mi ya no está muy lejos. Pero todavía permítanme recordar a otros que actuaron basados en mi compromiso político. Fueron los años de resistencia a la ocupación Nazi –y el programa de derechos sociales elaborado hace 66 años atrás por el Consejo Nacional de la Resistencia... Estos principios y valores los necesitamos más que nunca...” (Stephane Hessel, *Indignez-vous*).

1. Introducción

Este artículo es el resultado del interés académico y personal de las dos autoras en los discursos que incluyen alternativas a los problemas de la actual sociedad y procesos de cambio social. Por ello, hemos seguido con particular interés la irrupción del 15M, conocido también como *Movimiento de los indignados*. Asistimos a diversas asambleas en diferentes ciudades del país, porque fuimos conscientes desde los primeros días que algo nuevo estaba surgiendo en sus diferentes plazas y acampadas. Aunque los medios de comunicación principales pasaron por alto estas acampadas en sus primeros días y algunos de ellos, en los días posteriores, los calificaron en términos muy negativos, sus integrantes iban creando mensajes muy creativos y los iban distribuyendo insertos en eslóganes. Se escribían en papel o cartones en las mismas acampadas y también circulaban a través de las diferentes *webs* y blogs creados por los mismos integrantes

(Castells, 2012, p. 120, Castañeda, 2012). En este sentido, la lucha de los *indignados* se convirtió también en una lucha a través de las redes sociales.

Con este trabajo, nuestro objetivo concreto es, primero, analizar un gran número de estos eslóganes recogidos en la acampada de Barcelona. Hemos añadido a este corpus, otros eslóganes procedentes de Internet, así como canciones recogidas en la manifestación que tuvo lugar en Barcelona el 15 de octubre de 2011. El rasgo común a muchos de estos eslóganes fue su creatividad y el carácter inesperado de sus mensajes tanto para la clase política como para la mayor parte de la ciudadanía. En este sentido, nuestro segundo objetivo es tanto la interpretación de estos datos en relación con su potencial de cambio social, como la explicación de por qué esta creatividad e innovación emerge en el contexto socio-político del momento. Para ello, hemos desarrollado una perspectiva teórico-metodológica ecléctica basada en el análisis crítico del discurso (ACD, en adelante), especialmente la dimensión histórico-discursiva de algunos de sus integrantes, la Teoría del discurso (TD en adelante, desarrollada por Laclau y Mouffe, 1985), y la perspectiva socio-cognitiva de tipo construccionista, inspirada en los estudios de la complejidad. A estas posiciones nos referiremos en el apartado siguiente.

El conflicto que el 15M intenta resolver es la experiencia de que la economía neoliberal favorece al sector económico-financiero a expensas de las clases trabajadoras y media, así como a expensas del sector público estatal. Otra constatación es que los líderes de los principales partidos políticos están al servicio de los intereses neoliberales.

De ahí que en este trabajo partamos de las siguientes premisas:

- El surgimiento espontáneo del 15M y su carácter plural, aunque pacífico, es una respuesta directa a la forma como la clase media (especialmente, jóvenes) se vieron afectados por la crisis del 2008, en términos de reducción de sus salarios, pérdida de trabajos y problemas hipotecarios, lo que ha provocado incluso la pérdida de sus casas para muchas familias. El desempleo juvenil es extremadamente alto (el 46.1 por ciento en 2011).²
- El término democracia en España tiene aún importantes conexiones con la pobreza durante y después de la Guerra Civil, la dictadura franquista y la transición a partir de 1975. El 15M intenta demostrar que la democracia en España no puede darse por establecida y necesita aún una profunda revisión en favor de una mayor participación ciudadana.
- Los diferentes eslóganes desempeñan una función central en la deslegitimación del sistema político y económico presente, al mismo tiempo que muestran el imaginario de un espacio económico, social y político más equitativo para todos.

En el texto que sigue, presentamos, primero, una breve descripción del contexto socio-político de este movimiento social y una descripción de la manifestación ocurrida en Barcelona el 15 de octubre de 2011; a continuación, haremos referencia a nuestro marco teórico y metodológico; finalmente, nos centraremos en el análisis, la interpretación y la evaluación de los resultados.

² Juan Ramón García (2011) “Desempleo juvenil en España: causas y soluciones”, *Documentos de Trabajo*, descargado el 23 de marzo de 2012: http://www.bbvaesearch.com/KETD/fbin/mult/WP_1130_tcm346-270043.pdf?ts=2332012.

1.1. El contexto socio-político

Las recientes crisis (financieras, crediticias y del sistema bancario) ocurridas en el mundo capitalista han afectado especialmente a los países “periféricos” del sur de Europa.³ En España, la crisis afecta de lleno al sistema democrático que se había construido en los últimos cuarenta años, viendo la población cómo la clase política de los dos principales partidos se comporta como auténticos aliados del sector financiero, en lugar de representar al pueblo. El movimiento de los indignados fue uno de los primeros movimientos organizados de protesta pública contra la economía neoliberal de libre mercado en Europa, que más tarde fue seguido por el movimiento *Occupy* en todo el mundo. Sin embargo, el 15M afirma sentirse deudor de la revuelta espontánea de la primavera árabe, sobre todo las luchas en Túnez y Egipto; asimismo, afirman que comenzaron a actuar en solidaridad con las protestas griegas movilizadas en contra del programa de recortes tan severo impuesto por la UE.

En particular las demandas de los *indignados* (en aquel momento, su *web* principal era <http://www.democraciarealya.es>) pueden resumirse en los siguientes puntos:

- La reforma de la ley electoral, con el fin de dar el mismo poder a todos los partidos (un ciudadano, un voto) y no, como ocurre en el sistema electoral actual, para favorecer a los grandes partidos con escaños en el Congreso.⁴
- La reforma interna de los partidos políticos a través de listas abiertas.
- La creación de un banco público que otorgue préstamos a los pequeños y medianas empresas.
- La dación en pago al banco (o un alquiler social), en el caso de imposibilidad del pago de una hipoteca por parte de una familia.
- La participación de los ciudadanos en las propuestas de nuevas leyes a través del voto por Internet (por ejemplo, soluciones como Democracia 4.0, <http://demo4punto0.net> o posteriormente propuestas como las del nuevo Partido X, www.partidoX.org).

1.2. Descripción de la manifestación del 15 octubre 2011

En otros estudios sobre el 15M, es escasa la atención prestada a las manifestaciones y mucho menos a las características semióticas de eventos como los de las manifestaciones ocurridas en todo el territorio español; entre ellas las que tuvieron lugar en Barcelona el 19 de junio y el 15 de octubre 2011 (Castells, 2012, Castañeda, 2012, Fuster Morell, 2012). Siguiendo el trabajo de Castelló y Barberá-Tomás (2012), consideramos que estas manifestaciones podrían describirse como acciones que ocurren en el nivel *meso* de la lucha de los indignados. El nivel *macro* se referiría a la aparición del movimiento a nivel mundial en protesta por la economía global, y el nivel *micro*

³ En agosto de 2011, algunos de estos países (Portugal, Italia, España, Grecia e Irlanda) sufrieron los mayores efectos de las especulaciones financieras sobre su deuda privada, extremadamente elevada; algunos de ellos también con alto nivel de deuda pública (aunque no era el caso de España).

⁴ Un instrumento importante para lograr esto ha sido la ley electoral en vigor, que beneficia a los partidos mayoritarios en detrimento de los minoritarios (tal como se recoge en la ley orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General; más información en <http://www.publico.es/30838/las-verdades-y-mentiras-de-la-ley-electoral>).

estaría integrado por luchas concretas, por ejemplo la de barrios específicos, los desahucios y la práctica cotidiana de la gente (organizada en pequeños grupos) que no puede hacer frente a sus pagos cotidianos. Estas manifestaciones se convirtieron en el podio para observar el apoyo de la ciudadanía al movimiento del 15M; ciudadanía que a su vez, en estas manifestaciones, produce activamente sus propios mensajes de reivindicación. La creación de los distintos eslóganes muestra expresiones similares en los niveles macro, meso y micro de la realidad social. Como se hará evidente más adelante, ciertos carteles se refieren a la economía mundial, otros a las situaciones locales y muchos a la vida cotidiana de los ciudadanos. Volveremos a este aspecto de la lucha en nuestros apartados de análisis e interpretación.

Para el propósito de este trabajo, seleccionamos la manifestación del 15 de octubre 2011. Se inició a las 5 de la tarde en la Plaza Cataluña, el punto central de Barcelona; los representantes de los diferentes grupos sociales ocupaban toda la plaza con *stands* de recogidas de firmas, pero a esa hora la multitud comenzó a moverse en la dirección del Paseo de Gracia. La policía local empezó a cortar el tráfico para facilitar el paso a la gente, y pronto esta calle central, que consta de seis carriles paralelos, se convirtió en la plataforma para una manifestación multitudinaria. Grandes anuncios de tiendas lujosas como Armani daban un sentido de ironía como símbolos del capitalismo actual frente a la marcha del movimiento. A medida que la manifestación avanzaba, se extendía también a las calles paralelas, todas ellas abarrotadas de gente, muchas de ellas portadoras de pancartas y eslóganes; la protesta cambió el ritmo a medida que pasaba por los edificios importantes, como la Bolsa de Barcelona y las casas emblemáticas de la burguesía y del poder de la ciudad. En el edificio de la bolsa, la manifestación se detuvo, para cantar una conocida canción infantil con letra para la ocasión (“un banquero se balanceaba sobre...”). La manifestación resultó pacífica y familiar: padres y madres con hijos, gente de todas las edades y de muchos sectores de la sociedad: incluidos trabajadores manuales, intelectuales, sindicalistas, trabajadores sanitarios (con sus trajes de trabajo), hippies de todas las edades, jóvenes y estudiantes, etc. Resultó ser un evento social, con gente animada que había quedado para seguir el ritmo de la manifestación en grupos afines charlando.

Después de aproximadamente una hora, la manifestación se dividió en tres direcciones en torno a tres temas: educación, salud y vivienda. Un panfleto entregado al inicio de la manifestación indicaba a la gente qué camino debía tomar según la elección temática. Las autoras de este trabajo optamos por la educación, y pronto salió en nuestro camino una especie de carro con un chorizo gigante (una típica *llonganissa* catalana), que era cortado a trozos con una guillotina por un grupo de charcuteros vestidos a la manera tradicional (resultaron ser integrantes de un grupo social del barrio de Horta). Cada vez que un trozo se desprendía quedaba al descubierto la cabeza de uno de los *Culpables* de la crisis: un banquero o un político.

Consideramos que esta demostración era representativa de todo el movimiento del 15M. Se organizó de manera espontánea y no tenía una cabeza inicial con un liderazgo oficial. Con ello el movimiento se hace, por este carácter, inclusivo con un llamamiento a la población a participar; es también un movimiento plural que involucra a personas de todas las clases sociales. Además, en esta manifestación vimos pancartas particulares con lemas escritos tanto en español como en catalán (las canciones también se hacían y se seguían de manera espontánea en cualquiera de las dos lenguas). Esto es significativo dado el uso exclusivo del catalán en los actos institucionales en Cataluña.

2. Marco teórico

Con el fin de relacionar la semiosis del 15M –en Internet, en las acampadas y durante las manifestaciones aludidas– con su contexto socio-político, proponemos un marco teórico ecléctico que parte de una breve explicación de la teoría de la hegemonía de Gramsci (1971), elaborada más tarde por Laclau y Mouffe (1985), y una visión particular de la teoría de un estado (Jessop 2002, 2004), que enfatiza el papel dinámico de las narrativas en tiempos de crisis.

También nos inspiramos en la perspectiva socio-cognitiva de tipo constructivista, defendida por autores asignados a lo que se conoce como estudios de complejidad (Maturana y Varela, 1990; Varela et al., 1997; Maturana, 1996, 2006, Capra, 1996; Bruner, 1991, etc.), pero cuyo origen se puede rastrear en autores clásicos como Bateson (1972), Goffman (1974) y Gumperz (1982), entre muchos otros (más detalles en Morales López, 2013). En este enfoque constructivista, la realidad no existe independientemente de los actores sociales, sino que estos la reorganizan para adaptarla a su percepción del mundo. Es, por tanto, una visión del mundo que se construye discursivamente tanto a nivel individual como social, en relación con la corporeidad y las emociones de los sujetos (Bateson, 1972) y, finalmente, en relación con la acción humana y su contexto sociocultural (Bruner, 1991; Scollon, 2008).

En este sentido, estamos de acuerdo con Nerlich, Clarke y Dingwall (2000: 236-237) en su afirmación de que, aun aceptando la importancia discursiva de los recursos metafóricos para la construcción de esa realidad, el empleo de otros recursos distintos de la retórica discursiva, como palabras y construcciones polisémicas, referencias textuales e imágenes a las narraciones de ficción, la aliteración y recontextualizaciones de expresiones y clichés, son igualmente generalizadas e importantes, y deben recibir más atención. En este artículo se da un paso en esa dirección.

El análisis de los datos se basa también en la metodología histórico-discursiva propuesta por Reisigl y Wodak (2001), lo que implica un análisis en tres etapas: el análisis del contenido, el análisis de las estrategias discursivas y de los recursos lingüísticos que construyen tales estrategias.

Reconocemos que este mosaico de enfoques se basa en diferentes ontologías: constructivista en el caso de Maturana y Varela y de la Teoría del Discurso (DT), y realista crítico en el caso de ACD. En un trabajo anterior, Montesano Montessori (2009) defendía la interrelación de DT y ACD, ya que tienen mucho en común en términos de sus supuestos básicos y se enriquecen mutuamente en otros aspectos importantes. Por ejemplo, DT proporciona herramientas para analizar la dinámica de la sociedad, mientras que ACD proporciona herramientas para analizar estas dinámicas (Montesano Montessori, 2009, 2013). Además, si bien estamos de acuerdo con los constructivistas (incluyendo DT) en que los actores sociales construyen su percepción del mundo y dan forma a su mundo en la interrelación con los demás y con sus acciones, también estamos de acuerdo con ACD en que la estructura lingüística y la agencialidad son mutuamente constitutivas; el poder de los agentes sociales no es ilimitado.

La perspectiva ecléctica que adoptamos sirve así para desarrollar un enfoque holístico que tiene en cuenta el discurso, las emociones y las interacciones en su contexto socio-

político. Este eclecticismo proporciona herramientas teóricas y metodológicas, no sólo para un análisis del discurso más complejo, sino también para poder responder a la pregunta de por qué ciertos discursos surgen en particulares momento sociales, cuál es la fuerza discursiva que los ha generado y si esta fuerza puede producir un efecto de tipo persuasivo. Es decir, es capaz de inducir a la acción en el contexto particular en el que estos discursos han surgido (Pujante y Morales López, 2013). Por estas razones, nos basamos también en los conceptos teóricos del discurso de *mito* e *imaginario social*, como se explica a continuación.

2.1. Teorías de la hegemonía

El enfoque gramsciano sobre la hegemonía sostiene que el poder nunca se puede mantener por la fuerza o la represión por sí mismos; depende de la coerción y el consenso, dialécticamente relacionados. Gramsci distingue entre *hegemonía regresiva* como la que proviene del Estado y *hegemonía progresista* como el resultado del espíritu popular colectivo (Ives, 2004, pp. 12, 30). En este sentido, la hegemonía no reside necesariamente en el ámbito del Estado o de una élite dominante; puede surgir en las clases subordinadas, si estas son capaces de compartir una nueva ideología, creando así una nueva “voluntad colectiva”. Esta nueva estrategia es lo que Gramsci llama una “guerra de posición”. Es diferente de una “guerra de movimiento”, que es un enfrentamiento entre fuerzas opuestas. En opinión de Gramsci, las ideologías principales no son dictadas por el modelo económico, sino que se originan en la cultura y en la voluntad de las personas capaces de constituir un nuevo bloque histórico con alianzas que implementan esta nueva voluntad popular (Gramsci 1971). Este enfoque nos ayuda a ver que, potencialmente, el 15M formula una profunda revisión de la democracia y la economía en la España de hoy, y crea la aceptación masiva de esta revisión en la población que está sufriendo la crisis.

Laclau y Mouffe (1985) han desarrollado la teoría de Gramsci sobre la hegemonía (véase, no obstante, Ives, 2004, p.146, para una perspectiva crítica). Parten de una visión socio-constructivista, haciendo hincapié en que todos los fenómenos sociales y naturales adquieren sentido a través del discurso. Laclau y Mouffe (1985, pp. 93-149) abandonan cualquier concepción clasista del cambio social, así como el determinismo económico; además, presentan una relación detallada de la hegemonía. Estos autores resaltan el antagonismo como elemento necesario del mundo social; la vida social y la política adquieren su sentido a través del discurso, en especial a través de la articulación de significados e identidades. El proceso de creación de sentido es un proceso político, entremezclado con el pluralismo y la lucha por el poder (Mouffe, 1993/2005). Sin embargo, cualquier discurso particular nunca puede ser completo; siempre hay reinos más allá de un discurso particular y siempre habrá discursos opuestos que impiden la articulación completa de un discurso dominante. Queda reservado al poder político y a su aceptación la capacidad de fijar el significado de un concepto. DT se refiere a este proceso como *articulación*: “Denominamos articulación a cualquier práctica que establece una relación entre elementos, de tal manera que su identidad quede modificada como consecuencia de dicha práctica” (Laclau y Mouffe, 1985, p. 105). Los procesos de articulación son entonces procesos políticos. En este contexto, DT define una serie de conceptos lingüísticos que resultan cruciales para el análisis de la hegemonía. Para el propósito de este trabajo hemos seleccionado los de *mito* e *imaginario social*; *mito* representa “una alternativa a la forma lógica del discurso dominante estructural” (Laclau, 1990, p. 62); un *imaginario social* se alcanza cuando la alternativa representada en el mito se convierte en un horizonte en el que cualquier

demanda social se inscribe, tal es el caso de la Ilustración o de la sociedad comunista (Laclau 1990, pp. 62-4, véase también Montesano Montessori, 2013). Esta autora desarrolló esta definición al afirmar que un imaginario requiere tener impacto en el nivel estructural de los acontecimientos, por ejemplo provocando una modificación del sistema político o de la constitución en un país. Si el imaginario se mantiene solamente en el nivel discursivo hay que considerarlo un mito, en lugar de imaginario (Montesano Montessori, 2009, 2013).

2.2. Una perspectiva dinámica de la teoría del estado: la relevancia de las narrativas

Jessop (2002) concibe el Estado capitalista como una sucesión de regímenes de acumulación, junto con los proyectos sociales y políticos que los sustentan. En tiempos de crisis, los diferentes agentes crearán distintas narrativas con el fin de lograr la aceptación universal de su particular visión:

“En períodos de mayor reestructuración social hay una intersección de narrativas diversas en términos económicos, políticos y socio-culturales, que tratan de dar sentido a los problemas presentes, interpretándolos como fracasos del pasado y como posibilidades futuras” (Jessop 2002, p. 92).

Una narrativa, o semiosis en general, permite la imaginación de un nuevo espacio político en el que las identidades puedan surgir de maneras distintas. La semiosis juega un papel constitutivo en las instituciones y las actividades económicas y políticas y en el orden social en general (Jessop, 2004).

En este momento, es posible ya anticipar que el 15M, para ganar la hegemonía y para obtener el apoyo y la participación de la mayoría de la gente, tiene que crear narrativas que construyan un mito: un futuro deseado que llene las carencias de la situación actual (la ausencia de una verdadera democracia que sirva a las personas en lugar de a la economía neoliberal). También necesitará otros grupos comprometidos con este mito con el fin de crear un imaginario social en términos de teoría del discurso. Con todo, estamos de acuerdo con la sugerencia de Jessop (1982, p. 201) de que, al final, la hegemonía efectiva implica siempre un proyecto hegemónico que impacte en la realidad social a través de medios como programas políticos específicos.

2.3. Un enfoque interdisciplinario sobre la narrativa

En las últimas décadas en la teoría de las ciencias sociales, se ha reconocido ampliamente que la narrativa juega un papel importante en el ámbito de la lucha social. Esto es en parte debido a que en las narrativas los agentes representan sus propias creencias ontológicas, y dan forma a su propia identidad, así como al futuro deseado (Somers, 1994). Por otra parte, la narrativa es una herramienta útil para evaluar los modelos existentes (económicos) y describir las alternativas deseadas (Jessop, 2002). En nuestra opinión, la noción de narrativa de Somers está estrechamente relacionada con el concepto de marco (*frame* o *framing*). Esta noción de marco proviene del enfoque socio-constructivista americano (Bateson, 1974; Goffman, 1974; entre otros), y se define como la expectativa del individuo sobre cómo actuar en una actividad determinada (Goffman, 1974: 345). Es un concepto que puede ser aplicado en la interacción cotidiana (ver Hample, Warner y Young, 2009: 23), aunque Lakoff (2006)

le da una orientación cognitiva en el sentido de considerar los marcos como estructuras mentales que permiten a los seres humanos comprender la realidad y, a veces crear lo que consideramos la realidad (Morales López, 2011, 2012a,b,c; Chilton, 2004). Desde el enfoque cognitivo-social adoptado en este trabajo, el concepto de marco nos permite analizar simultáneamente no sólo las dimensiones corporeizadas del tiempo, el espacio y las relaciones causa-efecto, sino también las emociones (en la forma sugerida por Bateson, 1972; Damasio, 2010, entre otros). Para concluir, las nociones de marco y narrativa (o narratividad) –consideradas en este contexto como términos sinónimos– son analizadas en este artículo como una herramienta poderosa para representar un mundo deseado o para imaginar alternativas al *status quo* de cualquier comunidad particular, organización, sistema económico o político (Jessop, 2002). Mientras esta construcción prevé una alternativa deseada, el uso de la narrativa juega un papel en la construcción del mito en el sentido teórico de 'de llenar algo que falta' (literalmente, *in the sense of a filling of a lack*) (Laclau y Mouffe, 1985). Visto desde esta perspectiva, la narrativa ayuda a rearticular el *status quo* desde una versión no deseada a una visión deseada, en la que las identidades y conceptos adquieren nuevas posiciones y nuevas relaciones mutuas; asimismo, es una herramienta poderosa en la creación de una nueva comunidad y para ganar apoyo o entusiasmo por una causa determinada; con ello conseguiría acercarse a la idea gramsciana de formación de un nuevo bloque histórico, o por lo menos lograr la amplia aceptación de un proyecto.⁵

3. Metodología y datos empíricos

Como se ha explicado anteriormente, los datos incluyen un gran número de eslóganes y carteles creados tanto en las diferentes plazas como en las diferentes *webs* del 15M, así como fotografías y canciones grabadas durante la manifestación en Barcelona. El análisis inicial de todos nos mostró que las diferentes pancartas, consignas y canciones describen procesos de ruptura de la interpretación económica y política dominante en España en ese momento; asimismo, constatamos que ofrecían propuestas de transformación e imaginarios de un futuro deseado y nuevo. Fue entonces cuando decidimos utilizar la metodología histórico-discursiva de Wodak y colegas, sobre todo por su interés en la clasificación de las estrategias de tipo ideológico: de desmantelamiento, transformación y de construcción de un nuevo espacio socio-político (Wodak et al., 2009).

Nuestra adaptación de este enfoque histórico-discursivo ha consistido tanto en el análisis de dichas estrategias discursivas como de los rasgos discursivos y retóricos que se utilizaron para la construcción de las mismas.

Finalmente, incluimos también en nuestra metodología el análisis de contenido, referido a la construcción de marcos y/o narrativas en los datos de nuestro corpus. Para ello, hemos adoptado la propuesta de Somers para analizar dichas narrativas (o narratividad) (1994; véase también Montesano Montessori, 2009, 2013 y 2014). Somers distingue

⁵ Recordamos, en este punto, que desde la tradición retórica (Pujante, 2003) y desde la investigación de Labov sobre la estructura del género narrativo (véase un resumen de esta segunda tradición en Georgakopoulou, 2011), una narrativa se corresponde con un macro-género discursivo, que se puede realizar a su vez en diferentes subgéneros: historias personales, chistes, autobiografía, cuentos infantiles, etc. (Bruner, 1991: 4).

tres dimensiones de la narratividad en cualquier narrativa particular: ontológica, pública y meta-narrativa. La dimensión ontológica de cualquier narratividad contiene las historias que definen la identidad de los sujetos sociales y una visión particular de la situación presente; la dimensión pública tiene por objeto las formaciones de tipo cultural e institucional, tales como la familia, la iglesia y la nación; la dimensión meta-narrativa se refiere a los grandes relatos en los que las personas se insertan como actores contemporáneos. Somers afirma que la meta-narrativa tiene el rasgo paradójico de la desnarrativización, con la finalidad de servir de marco a los actores sociales en su búsqueda por apelar a fuerzas sociales más abstractas; en este caso la economía capitalista de libre mercado al invadir y apropiarse del sistema político.

4. El análisis discursivo de los datos seleccionados

4.1 Estrategias discursivas

Hemos identificado los tres macro-estrategias que Wodak et al. (1999: 33) distinguen en su estudio; las estrategias discursivas de dismantelamiento, de transformación y (re)construcción.

4.1.1 Estrategia de dismantelamiento

El objetivo de esta estrategia es dismantelar o menospreciar partes de una construcción de la identidad nacional preexistente (Wodak et al. 1999: 33). Los siguientes datos son claramente representativos de esta función, cubriendo dos temas distintos: la deconstrucción del poder político de los dos partidos principales (a) y la del sector financiero (b). Esto se logra mediante el empleo de varios recursos retórico-pragmáticos, formando parte a vez de distintos micro-relatos o eslóganes.

Algunas de estos eslóganes fueron escritos a mano, otros a ordenador, mientras que otros se iban cantado durante las manifestaciones; después se subían a los diferentes sitios de Internet, tales como YouTube. Algunas de estas composiciones son multimodales, utilizando tanto textos como imágenes. En particular, comprobamos que los datos de la manifestación citada representan una especie de paisaje semiótico, tal como definen Kress y Van Leeuwen (1996, p. 33): “the place of visual communication in a given society [which] can only be understood in the context of, on the one hand, the range of forms or modes of public communication available in that society, and, on the other hand, their uses and valuations”.⁶ La citada manifestación se podría considerar, en este sentido, un paisaje semiótico debido a Internet, los carteles diversos, las fotos, canciones, los mass media, etc., y, sobre todo, debido a sus usos y valoraciones.

a) El dismantelamiento del poder político de los dos principales partidos

Una manera destacada de lograr esta función ha sido la utilización de diferentes recursos discursivos para construir la oposición deíctica entre la clase política, y las voces y los comportamientos de los ciudadanos. Un ejemplo se puede observar en la recontextualización de una canción popular, que se hizo famosa con su texto: *Lo llaman*

⁶ En español: ‘El lugar de la comunicación visual en una determinada sociedad [que] sólo puede entenderse en el contexto, por un lado, de la variedad de formas o modos de comunicación pública disponible en tal sociedad, y, por otra parte, de sus usos y valoraciones’.

democracia y no lo es. Esta expresión presenta una oposición deíctica entre ellos (la clase política) y la voz de los ciudadanos. La conjunción coordinada *y*, con valor adversativo, expresa dicho antagonismo al oponer la perspectiva de la clase política (un agente explícito que se expresa en tercera persona del plural: *llaman*), con la expresión de una verdad general, con un agente implícito (*no es lo*). La voz del 15M se muestra en desacuerdo, aunque carece de agencia explícita; se afirma de forma anónima una reclamación general utilizando el verbo *ser* (una cláusula existencial en la terminología Hallidiana).

Igualmente, los siguientes eslóganes muestran la división entre el mundo de los principales partidos políticos y la conducta de la ciudadanía:



[1]



[2]



[3]

El ejemplo [1] muestra la cara mezclada de dos políticos: el lado izquierdo representa al ex presidente Zapatero (PSOE, Partido Socialista), en el poder desde 2004 hasta 2011. La parte derecha representa a Mariano Rajoy, del partido de la derecha, el Partido Popular (PP), que ganó las elecciones el 20 de noviembre de 2011. La fotografía del cartel representa visualmente una metonimia de las políticas de ambos partidos políticos, opuestas a los intereses de los ciudadanos. El lema *Si es bueno para ti, no es bueno para nosotros* muestra, de manera irónica, la enorme brecha entre la clase política y los ciudadanos. Esta ironía surge de la deconstrucción explícita de la expectativa común de la función de un político democrático, quien se supone al servicio de los intereses de los ciudadanos. Esta declaración hace explícito el supuesto carácter corrupto de los políticos actuales.

La segunda imagen muestra la transición de la dictadura franquista a la dictadura del bipartidismo: del absolutismo al autoritarismo de los dos partidos mayoritarios. Se observan dos cabezas bajo una misma corona: presumiblemente una cabeza pertenece al líder del Partido Socialista y la otra al del Partido Popular. La actuación política de estos políticos se compara metafóricamente con los gobernantes absolutistas del pasado, resultando una recontextualización negativa de lemas anteriores, como *del absolutismo a la democracia* o *del fascismo a la democracia*, populares tras la muerte de Franco. La

corona sobre la cabeza de los supuestos líderes indica que ni incluso ahora es posible asistir a la auténtica consolidación de la democracia en España, al igual que sucedió en las fracasadas Primera República (1873-1874) y Segunda (1933-1936); ambos periodos, seguidos de gobiernos dictatoriales.

La tercera imagen muestra un cartel que representa a los dos partidos mayoritarios fundidos en uno solo (PPSOE, una amalgama de las siglas PP y PSOE). Utiliza el signo de dólar en lugar de la letra 'S', lo que demuestra el compromiso de estos partidos con la economía neoliberal internacional. El texto del título crea a su vez la intertextualidad con la película *Star Wars*, ya que el “lado oscuro del poder” representa un concepto ético y psicológico importante en este universo. Esta imagen se ve reforzada por el color oscuro de la pancarta y la máscara. Dicha recontextualización, que es al mismo tiempo una proyección metafórica, activa otro marco cognitivo, el del poder oculto de otro agente de la economía neoliberal: la potencia de la banca y su impacto en la política de estos dos partidos.

Estos tres ejemplos muestran también cómo la protesta del 15M se juega en el nivel macro: tanto el sector político como el financiero nacional deben ser desmantelados.

b) Estrategia de desmantelamiento del poder del sector financiero.

Durante la manifestación en Barcelona, esta estrategia resultó evidente al pasar por las fachadas de los bancos o por los edificios de las élites que han dominado los medios políticos y económicos durante décadas. La multitud gritaba *Culpables, Culpables*, mientras que colectivamente apuntaban con el índice hacia ellos. Este canto y gesto colectivos se iniciaron en la Bolsa, a escasos metros del inicio de la manifestación. Posiblemente iniciado por un grupo pequeño, el canto fue colectivamente adoptado por cada uno de los que pasábamos, surgiendo así su función persuasiva: simbolizaba el poder de la ciudadanía común unida en contra de la corrupción del sector financiero. Pueden considerarse ejemplos del nivel meso: se dirigían contra los representantes locales del sector financiero y político al que se habían opuesto en los ejemplos 1-3 (nivel macro); para la gente, además, esta indicación era el gesto evidente para señalar a quienes consideraban culpables, con lo que la protesta se hacía así más concreta. Es en este punto en el que comienzan a aparecer las emociones colectivas: tanto la convicción compartida de quiénes eran los *Culpables*, como la alegría que se percibe ante este reconocimiento colectivo y ante el hecho de que se le estaba dando una expresión física a esta convicción.

Los dos eslóganes siguientes expresan el mismo objetivo aunque de diferentes maneras: El texto del cartel [4], *No hay pan para tanto chorizo*, incluye tanto una metáfora para describir la corrupción, como una construcción metonímica: *chorizo* representa figurativamente a “ladrón” y *pan* representa coloquialmente al “dinero” (con el dinero se compra lo básico, el pan). Tenemos así un mensaje que activa las siguientes inferencias: en un primer nivel que “las capas básicas de la sociedad no pueden soportar el peso de la nueva élite, ni su avaricia, sus beneficios ni su comportamiento anti-social”; en un segundo nivel, que la sociedad en general no sobrevivirá a la corrupción presente debido a la erosión del sector público. Es un ejemplo interesante porque su mensaje opera en los tres niveles (hace manifiesta la corrupción a nivel local y/o nacional, y también en el nivel micro: “no hay pan para tanto chorizo”, la ciudadanía no puede soportar ya esta carga consecuencia de tanta corrupción, porque la priva de sus

necesidades básicas. De esta forma, el uso creativo del léxico procedente del ámbito coloquial lleva la protesta a la experiencia diaria de la vida de la ciudadanía.



[4]



[5]

La fuerza persuasiva del cartel [5] surge de la estructura sintáctica, que opone los lexemas *faltar* y *sobrar*. Con él se activa todo lo relativo al tema de la corrupción, principalmente en torno al sector inmobiliario; una burbuja que con el tiempo ha estallado y ha colapsado todo el sistema económico-financiero. Al mismo tiempo, este eslogan representa una antítesis de un *topoi* de la situación cotidiana, en el que la gente con frecuencia se lamenta de la falta de dinero: *Me falta dinero*. De esta manera, se observa cómo este lema muestra la integración de dicha protesta tanto en el nivel macro como en el nivel micro, y representa de nuevo el poder del lenguaje coloquial, cercano al pueblo. Asimismo, el uso del término *ladrones* para referirse a los políticos y banqueros les acerca al dominio semántico de la criminalidad. En términos de la propuesta constructorista de Maturana y Varela, esta etapa del análisis muestra la conciencia de que el *status quo* era una construcción social, al servicio de un pequeño sector de la población española. El 15M expresa con su eslogan los efectos destructivos de esta construcción en los estratos inferiores de la sociedad y expresa un sentido de solidaridad con la clase trabajadora.

4.1.2. Estrategia de transformación

Esta macro-estrategia representa una función discursiva que tiene como objetivo la transformación del status quo.

Como ejemplo, analizaremos dos carteles que explican la imaginación de nuevas formas de democracia, de manera paralela a se realizó en la época de la Transición (de la dictadura franquista a la democracia en los años setenta).



[6]



[7]

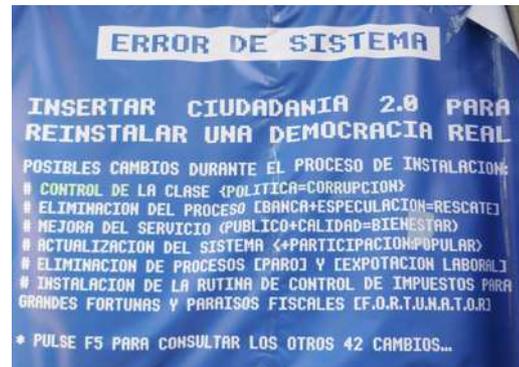
Estos ejemplos muestran una característica destacada de la nueva era democrática a la que el movimiento aspira y también es una parte importante del nuevo mito que se está creando colectivamente. El cartel [6] crea una antítesis léxica implícita (Pujante, 2003, p. 269): reúne dos valores que a primera vista podrían parecer antagónicos a la mayoría de la población, quien en un primer momento hubiera asociado el concepto de indignados con valores como “violencia” o “ser impredecible”. El contraste con el término “organizados”, sin embargo, muestra el carácter pacífico del movimiento que controla su sentimiento de indignación a través de la participación discursiva y argumentativa, y asamblearia en las diversas plazas públicas. Por último, en [7] vemos de nuevo el uso del recurso retórico de la antítesis: la creación del neologismo *anti-nosotros* como una variante del lexema *antisistema*, con el que se crea una paradoja para aludir al comportamiento inhumano de las élites que ha excluido con sus políticas a la población real. Recuerda algo al cartel [1], en el que se aludía a la hostilidad de los políticos frente a la población, a la que se supone representan.

4.1.3 Estrategia de reconstrucción

Esta estrategia intenta construir y establecer una cierta identidad, promoviendo una nueva sociedad. He aquí dos ejemplos:



[8]



[9]

Una característica interesante es el contraste entre las dos imágenes. Por un lado, [8] representa un ejemplo de los eslóganes colocados espontáneamente en las plazas públicas y acampadas, escritos a ordenador o a mano; en este ejemplo concreto se enumeran las demandas discutidas previamente en las asambleas. El cartel [9] muestra una creación metafórica basada en el dominio de la computación: la nueva democracia requiere la reinstalación de un sistema operativo, Ciudadanía 2.0. Esta imagen imita la secuencia numérica de las nuevas versiones de los programas de ordenador para indicar simbólicamente la necesidad de la reinención de la democracia; discursivamente esta nueva democracia es denominada democracia real, la versión anterior da errores. Durante el proceso de instalación de esta nueva etapa, se presenta una lista de cambios, pero estos van precedidos por adjetivo “posible”, que hace hincapié en el carácter asambleario de la transición prevista. El grupo que expresa estos cambios no impone su

propia voluntad, escucha a los ciudadanos y las decisiones se toman en el marco de un proceso participativo.

Estos dos ejemplos demuestran otra característica específica de las acciones y los discursos de los 15M: la mezcla entre tradición y modernidad. Por una parte, los ciudadanos ocupan espacios públicos para debatir y construir valores democráticos, una práctica paralela a lo que sucedió en la transición después de la dictadura franquista. Por otro lado, se trata de nuevos discursos creados por la generación joven, a partir de su propia experiencia (en la imagen 9, el mundo de la computación). Estas nuevas metáforas indican que las personas más jóvenes (con sus emociones, valores positivos y habilidades modernas) sienten que la nueva etapa democrática les pertenece y están tomando decisiones conscientes sobre su futuro.

Para las generaciones adultas, el 15M implica un resurgimiento de las luchas de la década de los setenta, mientras que para las generaciones más jóvenes representa una nueva forma de participación democrática en la que son agentes activos. Los jóvenes saben cómo manejar y organizar la nueva comunicación multimedia dentro de los grupos sociales, y, en este sentido, se activan nuevas emociones: como la reconciliación entre generaciones, la solidaridad, el entusiasmo conjunto para el cambio social, y el respeto a la voz del otro en las asambleas. La creatividad y la articulación de nuevas voces contrasta con la situación actual de estancamiento de la élite en el poder en España y en la UE.

4.2 Análisis narrativo

Como hemos indicado en las secciones teórico-metodológicas, la perspectiva ecléctica que adoptamos no solo tiene el objetivo de analizar y explicar el significado de estos eslóganes y sus diferentes funciones (que a su vez nos ha llevado a analizar las diferentes estrategias construidas), sino sobre todo trata de responder a una pregunta crucial: ¿Por qué esta creatividad y la capacidad de despertar la atención de la mayoría de los ciudadanos surgen a lo largo de las semanas que este movimiento se mantuvo en las plazas públicas? Con el fin de responder a ella, necesitamos otro nivel de análisis para dar cuenta de las diferentes narrativas (o marcos cognitivos) construidos por sus actores sociales a través de los múltiples eslóganes; es decir, para mostrar los diversos imaginarios o visiones del mundo que se proponen a la ciudadanía.

Los carteles analizados demuestran la rica variedad de recursos retórico-pragmáticos empleados, así como la creatividad discursiva de sus mensajes. Estos recursos diversos (a saber, la recontextualización de canciones populares y refranes, películas contemporáneas, metonimias y metáforas visuales y recursos semánticos, entre otros) cumplen, en nuestra opinión, un papel simbólico; tomados en conjunto, construyen nuevos tipos de narrativas. Si seguimos la propuesta de Somers (1994), tendríamos, en primer lugar, una *meta-narrativa* que construye una interpretación diferente de los últimos años de la primera etapa de la democracia española (1975-2011): la de una clase política mediocre y burocrática, amparada en la estructura de poder de los partidos dominantes que se repartieron el poder junto con los banqueros. Esta clase política, en particular, demostró ser incapaz de resistir el creciente poder del capitalismo actual, por lo tanto, han acudido a la forma tradicional de resolver una crisis: la imposición de recortes presupuestarios en el gasto público, al tiempo que se protegen los derechos de las élites sociales y políticas.

En segundo lugar, la *dimensión ontológica* contrasta la situación actual de la economía neoliberal con el imaginario de un mundo sostenible al que aspira el 15M. La situación actual se caracteriza por una élite que solo se preocupa de sí misma a costa del sector público. El imaginario de una nueva sociedad implica, en contraste, la reinvención de la democracia y de un mundo inclusivo que sirva de base a la clase media y trabajadora para construir una vida digna, tener puestos de trabajo, y disfrutar de los servicios públicos como sanidad y educación.

Por último, la *narrativa pública* muestra un mundo en el que se espera que los bancos y los políticos cumplan un rol social en el sostenimiento de la sociedad, tras haber apoyado solamente a las multinacionales, a expensas de la financiación pública y la sostenibilidad. El 15M pide una reconsideración de la política y del sistema financiero. El sistema político debe ser más inclusivo con los partidos más pequeños, mientras que el sistema financiero debe separar los bancos responsables, garantizados por el Estado, de los orientados solamente a la especulación.

Hasta la aparición del 15M, la ciudadanía española en su conjunto no había advertido este problema. Con la aparición de estos eslóganes tan creativos, en las principales plazas de la mayoría de las ciudades españolas, el marco cognitivo de la ciudadanía española empieza a cambiar. El 15M ayuda así a construir un entendimiento público del poder del capitalismo neoliberal (aliado con la oligarquía económica tradicional) en el contexto español específico, y del peligro que representa para la estabilidad de la vida cotidiana. Muestran cómo se han destruido los derechos sociales, logrados tras décadas de lucha porque todo se entiende en el marco de la economía de libre mercado. Parte de la lucha de los indignados es el “replanteamiento” de la sociedad española y la política en la dirección de una nueva democracia y una nueva economía por medio de la *re-narrativization* en la comprensión de la situación actual. Esta nueva construcción tiene sus raíces en un nuevo marco temporal y espacial (a veces referido como una segunda etapa en la democracia española), al mismo tiempo que evocan, como mencionamos más arriba, emociones fuertemente relacionadas con el contexto español y con momentos anteriores en la lucha social.

5. Interpretación y evaluación de los resultados del análisis

5.1 Interpretación

El análisis de las expresiones semióticas del 15M, en combinación con el análisis narrativo, ha mostrado que una parte importante de su lucha ha sido el proceso de hacer explícita a la ciudadanía el sentido de la crisis. Fue más bien un proceso en curso, animado por las primeras acampadas en las plazas principales; el paisaje semiótico que emergió en esos días hizo posible que la gente empezara a entender las causas, las acusaciones e interpretaciones de la crisis. Y, más importante aún, el 15M ayudó a comprender que cualquier sistema político es una construcción social que puede ser sustituido por otra construcción. Asimismo, ofreció a la ciudadanía la oportunidad de participar en el proceso sin tener que recurrir a la violencia o formas radicales de protesta; el proceso de construcción de significados ocurrió en todas las plazas, y la gente se sintió parte activa al construir sus propios mensajes con niveles distintos de abstracción (macro, meso y/ o micro).

Desde el punto de interpretativo, la ciudadanía del 15M se rearticuló a sí misma al menos en dos aspectos importantes. Uno de ellos fue su mayor comprensión de la crisis, como acabamos de describir. En términos de teoría del discurso, se puede afirmar que se creó un mito (en el sentido de Laclau de *filling a lack*, ‘llenar algo que falta’ en el *status quo*); se abrió un espacio público en el que todos los ciudadanos pudieron tener igual acceso a la expresión de sus propios puntos de vista y acciones. El 15M ayudó a dar sentido a la situación actual y a los distintos poderes que operan en él, lo que ayudó también a la ciudadanía que participaba a rearticular tanto el futuro como su propio lugar en ese futuro. Este proceso de una nueva construcción cognitiva se produjo al mismo tiempo que el desarrollo de una nueva forma comunitaria: las personas se reunieron en las plazas, en las calles y en los barrios. Durante este segundo proceso, surgieron también nuevas emociones: como la pérdida del miedo, la sensación de una mayor autonomía, una preocupación compartida sobre la democracia en España, la solidaridad con la clase obrera, y un sentido de la solidaridad y participación compartida entre las generaciones mayores y más jóvenes. En el proceso, los ciudadanos se rearticulaban para pasar de meras víctimas a *indignados* y, finalmente, a *indignados*. Canalizaron así una forma de protesta colectiva que tuvo como escenario diversos niveles de existencia (macro, meso y micro), como otros investigadores han observado también. Nuestro análisis ha mostrado que esta perspectiva múltiple en la lucha está también presente en los distintos mensajes creados durante esos días. Por tanto, el efecto persuasivo de esta forma de construcción de significado ideológico es el resultado de un proceso complejo que relaciona simultáneamente el discurso, el contexto socio-político, y las emociones y acciones de los actores.

5.2 Una evaluación del nivel de innovación social del discurso del 15M

A continuación, utilizamos nuestro marco teórico para evaluar el carácter innovador del 15M, en relación con el cambio social. Hemos visto que el 15M ha construido una nueva narrativa para dar sentido al pasado, presente y futuro del panorama socio-político español. Visto desde una perspectiva gramsciana, los indignados en España están en el camino de lograr la aceptación hegemónica de sus ideas. Así lo indicaba un estudio realizado por Metroscopia (El País, 23 de octubre de 2011) indicaba que el 73 por ciento de la población estaba de acuerdo con los *indignados*.

Sin embargo, el hecho de que una mayoría tan amplia votara por el PP (el partido de derecha), en las elecciones subsiguientes (noviembre de 2011), sugiere que la mayoría de la ciudadanía no se sintió capaz de optar por una alternativa de izquierdas. Como se ha explicado, esto puede deberse en parte también al sistema electoral en España, que no se basa en un sistema de representación directa; otro problema añadido es que el segundo partido mayoritario, el PSOE, ha perdido en estos años la confianza de amplios sectores de la población, pues se le acusa de estar, junto con el PP, al servicio de los mercados en lugar de las personas. Por otra parte, la izquierda está dividida en varios partidos, con lo cual el voto progresista queda fragmentado.

La ciudadanía, así como los medios de comunicación y los partidos políticos, se vieron sorprendidos por la coherencia de las demandas del 15M, teniendo en cuenta su carácter espontáneo y la falta de un liderazgo oficial. Sin embargo, poco a poco, se fue reconociendo que el cambio propuesto coincidía con las ideas recientes de algunas ONGs, de intelectuales como José Luis Sampedro, Manuel Castells, y Arcadi Oliveres,

entre otros, y otros grupos como ATTAC (www.attac.tv). Estos grupos, así como los partidos minoritarios de izquierda, apoyaron masivamente el 15M (en contraste, por ejemplo, con los sindicatos, que en un principio consideraron que el 15M se entrometía en los espacios públicos que consideraban suyos).⁷

Desde el marco de la teoría del discurso, es obvio que el 15M ha creado un mito, una alternativa a la situación política y económica dominante. La pregunta sigue siendo, sin embargo, si el movimiento ha podido tener fuerza y poder suficientes para redirigir la situación económico-política. Los hechos posteriores han demostrado que el 15M no fue capaz de incidir en el procedimiento electoral; no se impidió que la derecha ganara las elecciones en noviembre de 2011 y no se impidió que se estableciera con ello una nueva etapa de severa austeridad. Hasta el momento, el 15M no ha tenido éxito en resistir el poder de los mercados financieros y tampoco ha cambiado la economía.⁸ La dificultad se encuentra también en el origen de sus quejas: la fortaleza de la economía neoliberal y el compromiso de España con la UE, que impone austeridad presupuestaria a todos los países miembros. En este sentido, podemos concluir que el 15M ha construido un mito poderoso; sin embargo, aunque buena parte de sus opiniones fueron compartidas por un gran porcentaje de la población, el movimiento ha sido incapaz de convertir este mito en un imaginario social (concretamente, tal como es definido este concepto por Montesano Montessori, véase sección 2.1). El 15M ha sido incapaz de ganar la hegemonía completa, aunque sigue siendo un movimiento contra-hegemónico que protesta contra el *status quo* económico y político.

Sin embargo, consideramos que el proceso de la rearticulación de la sociedad civil ha tenido efectos positivos. A nivel local, la sociedad civil está dando ejemplos de organización en nuevas formas. El más conocido y de mayor éxito ha sido la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (<http://afectadosporlahipoteca.com>), que ha evitado el desalojo de sus casas a más de un millar de familias. En la actualidad, muchas otras iniciativas sociales se están articulando también.

6. Conclusiones

Este artículo incluye un análisis detallado del discurso del 15M, con la intención de mostrar la relación entre el contenido narrativo de sus eslóganes, las estrategias discursivas encontradas, y el uso de recursos retóricos y discursivos semióticos, como parte de la rearticulación semiótica de una parte de la población de víctimas en ciudadanos empoderados. Estos tres niveles de análisis, en relación con el contexto socio-político en el que surgieron, han puesto de manifiesto que este grupo espontáneo ha construido un nuevo mensaje al resto de la ciudadanía, en protesta contra el *status quo*, y un replanteamiento de la anterior interpretación de la crisis. El nuevo marco rechaza las versiones anteriores de la interpretación de la crisis como un hecho inevitable; en su lugar, ofrece una nueva reformulación en términos de construcción social consciente de que los sectores financieros y políticos de la UE han realizado sus

⁷ Sin embargo, en otras manifestaciones posteriores de los principales sindicatos, el 15M mismo pidió la participación del público en ellas. La segunda autora de este artículo asistió a varias de estas manifestaciones en los meses siguientes y era fácil distinguir a los miembros del 15M, por la utilización de eslóganes creativos y canciones populares de protesta, en contraste con la formalidad de las pancartas de los sindicalistas.

⁸ El desempleo está llegando en 2014 hasta el 26%.

políticas a expensas de la ciudadanía y a favor de los intereses de las élites. Ellos también han difundido la idea de que una sociedad civil fuerte es capaz de construir una perspectiva distinta, más incluyente, y socialmente justa.

Este mensaje resulta ser innovador no sólo por su contenido, sino también por su continua construcción y reconstrucción a través de manifestaciones, reuniones, mensajes que van y vienen a través del ciberespacio, y a través de la implicación de gente de todas las edades; en este proceso, esta ciudadanía se ha reconstruido su identidad de víctimas en agentes políticos. A lo largo de este proceso, la población ha sido capaz de experimentar emociones positivas, como la responsabilidad compartida, la protesta colectiva contra las clases dominantes, una nueva forma de defender la democracia –algo tan difícil de lograr históricamente en el panorama español–, así como un sentido de solidaridad con las clases trabajadoras. Se trata de emociones presentes en los primeros años de la democracia, que quizás han estado latentes en la etapa consumista de las décadas anteriores a la crisis del 2008. Finalmente, el movimiento también se diferencia de protestas anteriores por su pacifismo, y por la ausencia de liderazgo y jerarquía.

Referencias

- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Nueva York: Ballantine Books.
- Bruner, J. (1991). “The narrative construction of reality”. *Critical Inquiry* 18(1):1-21.
- Capra, F. (1996). *La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos*. Barcelona: Anagrama.
- Castañeda, E. (2012). “The *Indignados* of Spain: A Precedent to Occupy Wallstreet”. *Social Movement Studies* vol. 11, nrs 3-4, pp. 309-319.
- Castelló, I. y Barberá-Tomás, D. (2012). “Spanish Occupy and the boundary political opportunities that mobilize”. nSICE, November 16th. Copenhagen.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y de esperanza*. Madrid: Alianza.
- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: theory and practice*. Londres: Routledge.
- Damasio, A. R. (2010). *Y el cerebro creó al hombre. ¿Cómo pudo el cerebro general emociones, sentimientos y el yo?* Barcelona: Destino [Original title: *Self comes to mind*].
- Fuster Morell, M. (2012). “The free culture and 15M movements in Spain: Composition, social networks and synergies”. *Social Movement Studies* vol. 11, nrs 3-4, pp. 386-392.
- Georgakopoulou, A. (2011). “Narrative”. En J. Zienkowski, J.-O. Ötsman y J. Verschueren (eds.), *Discursive pragmatics*. Ámsterdam: John Benjamins, pp. 190-207.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Nueva York: Harper & Row.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. Nueva York: International Publishers.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hample, D. Warner, B. y Young, D. (2009). “Framing and Editing Interpersonal Arguments”. *Argumentation* 23: 21-37.
- Ives, P. (2004). *Language & Hegemony in Gramsci*. Londres: Pluto Press.
- Jessop, B. (1982). *The capitalist state*. Oxford: Martin Robertson.

- Jessop, B. (2002). *The future of the capitalist state*. Cambridge: Polity Press.
- Jessop, B. (2004). "Critical Semiotic Analysis and Cultural Political Economy". *Cultural Political Economy Working Paper Series*, Working Paper, 1, *Institute for Advanced Studies in Social and Management Science, University of Lancaster*.
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images. The grammar of Visual Design*. Londres, Nueva York: Routledge.
- Laclau, E. (1990). *New reflections on the revolution of our time*. Londres: Nueva York: Verso.
- Laclau, E. y Mouffe, Ch. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. Londres: Verso.
- Lakoff, G. (2006). *Thinking Points: Communicating our American Values and Vision*. Nueva York: Farrar, Straus & Giroux.
- Maturana, H. (1996). *La realidad: ¿objetiva o construida?*, vol. 2. Barcelona/México DF.: Anthropos, Universidad Iberoamericana.
- Maturana, H. (2006). "Self-consciousness: How? When? Where?". *Constructivist Foundations* 1(3): 91-102.
- Maturana, H. and Varela, F. (1990). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del conocimiento humano*. Barcelona: Debate, 1999.
- Montesano Montessori, N. (2009). *A Discursive analysis of the struggle for hegemony in Mexico. The Zapatista Movement versus Presidente Salinas de Gortari*. Saarbrüchen: VDM Verlag Dr. Müller.
- Montesano Montessori, N. (2013). "Un análisis discursivo comparativo entre las narrativas del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y las del ex presidente Salinas de Gortari (México)". *Sociolinguistic Studies*, 7(3): 293-320.
- Montesano Montessori, N. (2014). "The potential of narrative strategies in the discursive construction of hegemonic positions and social change". En Kaal, B., Maks, I. y van Elfrinkhof, A. (eds.) *From text to political positions*. Ámsterdam: John Benjamins, pp. 171-187.
- Morales López, E. (2011). "Hacia dónde va el Análisis del Discurso". *Tonos Digital*, 21 (<http://www.um.es/tonosdigital/znum21/secciones/estudios-21-discurso.htm>).
- Morales López, E. (2012a). "Discourses of social change in contemporary democracies: The ideological construction of an Ecuadorian women's group based on "solidarity economy and finance". *Text and Talk. An interdisciplinary Journal of Language, Discourse and Communication Studies*, 32(3): 329-348.
- Morales López (2012b). "Atos de fala e Argumentação: um debate entre uma companhia transnacional (Repsol) e ativistas em um site/Speech acts and argumentation: debate between a transnational (Repsol) and activists through the website". *EID&A (Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Brasil)*, 3 (http://www.uesc.br/revistas/eidea/espanol/index.php?item=conteudo_revistas_eletronicas.php).
- Morales López, E. (2012c). "El discurso político de Rafael Correa (Presidente de Ecuador)". *Tonos Digital*, 23. (<http://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/monotonos>).
- Morales López, E. (2013). "Anàlisi del discurs i complexitat". *Llengua, societat i comunicació*, 11:55-61 (<http://revistes.ub.edu/index.php/LSC>).
- Mouffe, Ch. (1993/2005). *The Return of the Political*. Londres, Nueva York: Verso.

- Nerlich, B., Clarke, D. D. y Dingwall, R. (2000). Clones and crops: The use of stock characters and word play in two debates about bioengineering. *Metaphor and Symbol* 15(4): 223-239.
- Pujante, D. (2003). *Manual de Retórica*. Madrid: Castalia.
- Pujante, D. y Morales López, E. (2013). “Discurso (discurso político), constructivismo y retórica: los eslóganes del 15-M”, *Language, Discourse, & Society* 2(2): 32-59 (<http://www.language-and-society.org/journal/issues.html>).
- Reisigl, M. y Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination. Rhetorics of racism and anti-Semitism*. Londres: Routledge.
- Scollon, R. (2008). *Analyzing public discourse. Discourse analysis in the making of public policy*. Londres/Nueva York: Routledge.
- Somers, M. R. (1994). The narrative constitution of identity: A relational and network approach”. *Theory and Society* 23: 605-649.
- Varela, F., Thompson, E. y Rosch, E. (1997). *De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. Barcelona: Gedisa [Original title: *Embodied mind: Cognitive science and human experience*].
- Wodak, R., De Cillia, R., Reisigl, M. y Liebhart, K. (1999/2009). *The discursive construction of national identity*. Edinburgo: Edinburgh University Press.