

CONSTRUCCIÓN CORAL Y ANÓNIMA DEL DISCURSO DEL 15 M. Una aproximación sociolingüística a los mensajes callejeros espontáneos en la Puerta del Sol de Madrid.

Elena Gil Álvarez

Universidad Complutense de Madrid (España)

jjelenica@hotmail.com

BUILDING CORAL AND ANONYMOUS SPEECH ON 15 M. Sociolinguistic approach to spontaneous street messages in Puerta del Sol in Madrid

Resumen: El antropólogo norteamericano Hymes elaboró un modelo de análisis contextual de la interacción lingüística denominado SPEAKING en el cual se destaca la relevancia para la comunicación y comprensión de los componentes del lenguaje del contexto natural en el que se emiten. Bajo este modelo en el presente ensayo, analiza los mensajes escritos en pancartas, carteles y pintadas callejeras espontáneas durante la movilización colectiva del 15 M (15 de Mayo del 2011) que se colocaron en Madrid en torno a la Puerta del Sol. Es evidente que estas movilizaciones y los mensajes desplegados por el centro de la ciudad no pueden entenderse de manera aislada sin la influencia de las llamadas ‘primaveras árabes’ y las movilizaciones de protesta acaecidas en Grecia. Por otra parte se destacan en este análisis contextual, factores propiamente locales, entre otros la oportunidad política de los comicios electorales municipales.

Abstract: The American anthropologist Hymes developed a model of contextual analysis of linguistic interaction called SPEAKING, which highlights the importance of communication and interpreting language components in the natural context in which they were issued. Building on this framework, the present essay analyzes the messages written on banners, posters and spontaneous street graffiti during the mass mobilization of 15 M (15 May 2011), which took place in Madrid at the Puerta del Sol and its vicinities. It is clear that such mobilizations and the array of messages displayed throughout the centre of the city cannot be understood in isolation, that is, without taking into account the influence of so-called ‘Arab spring’ and the Greek protests. Also featured in this contextual analysis are specific local factors, such as political opportunity in the months prior to the municipal elections.

Palabras clave: Mensajes.15 M. Movimientos. Madrid. Sociolingüística. Context Messages. 15 M. Movements. Madrid. Sociolinguistic. Context

“Un movimiento se pone en marcha alrededor de fuertes lazos de identidad colectiva, sean heredados o contruidos, se parte de un trabajo ya hecho que normalmente correspondería realizar a la organización del movimiento; pero esto no sustituye a la labor de movilización, que depende de encuadrar las identidades dentro de un marco que provoque la acción, posibilite las alianzas, y por tanto, la interacción” (Tarrow, 1997: 173).

Introducción. Repertorio cosmopolita de la movilización colectiva del movimiento 15 M y el análisis del discurso y el cambio social

Basándonos en el análisis de los enfrentamientos colectivos que realiza en su obra *La cultura regresa al primer plano*, el doctor en Historia Contemporánea y profesor de la Universidad Complutense Rafael Cruz (1997: 190-193), el denominado “movimiento 15 M” o “Democracia Real Ya” estaría enmarcado dentro los movimientos de acción colectiva. En efecto, los desafiantes poseen redes sociales formales o informales de comunicación y a través de estas redes sociales se articulan las construcciones de las definiciones compartidas de la realidad, o lo que es lo mismo, un diagnóstico colectivo del conflicto social. Por otro lado existen oportunidades políticas de movilización debidas a procesos ajenos que permiten plantear reclamaciones de formas abiertas. Es el caso de las elecciones municipales de la Comunidad de Madrid del 22 de Mayo del 2011. Esta oportunidad desencadena la protesta, que por otra parte es importante recalcar que se materializa bajo diversas y flexibles formas de actuación que se denominan, empleando la terminología de Cruz (1997: 19) “repertorios de movilización cosmopolita”. Estas formas pretenden subrayar la respetabilidad, unidad, número y compromiso de los desafiantes. El movimiento 15 M lleva a cabo sus acciones a través de medios pacíficos, con aspiraciones de alcance global, de una manera flexible y que se extiende gracias a las redes de transporte y comunicación. En referencia a estas características de versatilidad de medios de difusión empleados en la movilización, de manera espontánea se colocaron mensajes anónimos de los manifestantes en el entorno de la plaza. Estos mensajes se encontraban escritos en paredes, papeleras, colgados en farolas, adheridos a paneles publicitarios y en una infinidad de soportes diferentes.

Este ensayo se centra en el análisis de estos mensajes callejeros espontáneos que se desplegaron los días de la protesta en la Plaza de Sol de la capital española. Los mensajes se distribuyeron en la misma zona elegida por los desafiantes para realizar una acampada de protesta. Estos mensajes así mismo, pueden enmarcarse en el discurso político que persigue generar cambio social. Las herramientas de las que se valen los desafiantes para este propósito también serán tratadas.

Análisis bajo el modelo SPEAKING de Hymes

Para este análisis, el modelo SPEAKING de identificación de los componentes de la interacción lingüística desarrollado por el sociolingüista norteamericano Hymes, resulta relevante. Se ha empleado este modelo ya que se centra la importancia en el contexto y los factores culturales en el que se incluyen los elementos gramaticales. Es decir que para reflexionar y profundizar acerca de los elementos comunicativos no sólo hay que entender el léxico, sino también el contexto cultural en el que se originan y se hallan inmersos.

Este modelo comprende una serie de componentes que se pueden se pueden diseccionar en cuanto al discurso. Estos son los siguientes: forma y contenido del mensaje, ambiente, escena, hablante/emisor remitente, oyente/receptor/audiencia, destinatario, resultado, objetivos, código, canales, formas de habla, normas de interacción, normas de interpretación y por último, géneros.

En aras de facilitar el empleo de este modelo Hymes agrupa dichos componentes en ocho divisiones formuladas en el acrónimo SPEAKING.

El ambiente y la escena (Setting and Scene)

El ambiente y la escena están enmarcados en el discurso político de los manifestantes de Madrid en la Plaza de Sol. Para entenderlo hay que recordar que el pueblo español se encuentra especialmente azotado por la crisis económica en la que se halla inmersa la población mundial. La definición compartida del conflicto expuesta por los desafiantes es que hay amplios sectores de la sociedad que poseen grandes privilegios provocando una gran desigualdad que genera descontento.

Por otra parte, la elección de la Plaza de Sol como epicentro de la protesta no es casual y viene dada por el carácter simbólico comunitario de esta plaza. En ella se producen muchos eventos diferentes a lo largo del año: celebración de fiestas, protestas, espectáculos, lugar de encuentro. Una especie de ágora romana donde todo sucede. No hay que obviar la relación del asentamiento de muchos miembros de la protesta en esta plaza con lo sucedido en los últimos meses en el mundo árabe, en especial la ocupación de la plaza de la Liberación, la plaza Tahrir de El Cairo. Como bien señala la sociolingüista Luisa Martín Rojo (1996: 9-10), la comparación es un medio legitimador del discurso. La similitud del tipo de protesta y los mensajes desplegados quieren hacer pensar en la revolución que se está gestando en diversos países del norte de África. Los desafiantes se identifican con la población del Magreb porque también sufren la corrupción estatal, la ineficacia política, las dificultades sociales, el empobrecimiento y la falta de esperanzas. Con la elección de esta plaza, la pretensión que subyace además es la de superar la mera esfera local. Las protestas están presentes en España, al igual que estuvieron en las principales plazas de Egipto, Túnez, Siria, Libia y Marruecos, como también en Grecia y Portugal. Esta protesta no puede entenderse ajena a los movimientos de protesta por la crisis y empobrecimiento generalizado que pretenden debatir el modelo económico actual y reemplazarlo. Existe en los mensajes escritos por los manifestantes la plena conciencia de que la solución del problema no pasa por un mero reajuste local.

Los mensajes escritos que inciden en el carácter global de la protesta son entre otros: “Siria está en Sol. Sol está en Siria”, “Maximizar las satisfacciones humanas por medio de un modelo óptimo de consumo y no maximizar el consumo por medio de un modelo óptimo de producción” o “¡Viva la amorcracia!”, acompañado de frases en árabe.

Por otra parte a sabiendas del alcance mediático de la protesta, y con una finalidad propagandística y expansiva, se emplea a veces la lengua más internacional, el inglés. ‘System error, unexpected revolution in progress’. Para poder acercarnos al escenario de esta protesta, es destacable la teoría del filósofo y sociólogo alemán Habermas. En su obra acerca de este intelectual, Sitton aclara que la opinión de Habermas al respecto:

“cuando una disputa surge y debe ser resuelta alcanzando el entendimiento entre las partes, los individuos hacen el intento de establecer de común acuerdo cuál es su situación, esto es, en forma de colaboración ‘definen’ o ‘interpretan’ la situación” (Sitton, 2000: 103).

Según Habermas el escenario post tradicional de nuestra era se caracteriza por la relevancia adquirida por las prácticas comunicativas tales como el mercado lingüístico y la publicidad. Las identidades se construyen mediante un proceso de negociación a través del trabajo comunicativo. Idea compartida por el sociólogo británico Giddens:

“Todos estamos atrapados en experimentos cotidianos cuyos resultados, en

un sentido genérico, están tan abiertos como los que afectan a la humanidad en su conjunto. Los experimentos cotidianos reflejan el papel cambiante de la tradición y, como también ocurren en el nivel global, deben considerarse en el contexto del desplazamiento y reapropiación del conocimiento bajo el impacto de la intrusión de sistemas abstractos” (Giddens, 1994: 79).

Entonces el empleo del saber se alza como un importante medio para organizarse y transformar el estado de las cosas. Por otra parte las prácticas del dominio privado colonizan el dominio público. Por ejemplo, la publicidad. Entonces el movimiento de protesta ocupa también el espacio público. Despliega por otra parte el carácter negociador y reflexivo con la apertura a la participación ciudadana de concretar propuestas en asambleas y reuniones.



Figura I: Negociando las propuestas ciudadanas. Fotografía de la autora.

“El acto sociopolítico de legitimación suele realizarse mediante un discurso persuasivo” en palabras de Martín Rojo (1996: 9). Las identidades se negocian y se reflexionan en torno a los acontecimientos políticos. No se impone, sino que convence y persuade. Para ello se emplean una de las herramientas más eficaces para la persuasión. Es decir, los mecanismos y herramientas publicitarios. Los mensajes y carteles colocados por los manifestantes en la plaza se instalan además en la opinión pública mediante un doble juego. Por una parte, por medio de la ocupación física y material del espacio público de la principal plaza de la capital, y por otra parte los mensajes de los manifestantes, al igual que los mensajes publicitarios que inundan los espacios públicos, florecen por doquier, dando cuenta de una ingeniosa creatividad y guiños culturales a la cultura de masas compartida. Dando una vuelta de tuerca, se reinventan los eslóganes publicitarios célebres o se apropian de iconos empleados en el espacio publicitario. Por ejemplo: “Bienvenido a la República independiente de mi plaza: 15 M” en relación al conocido eslogan de la empresa sueca Ikea.

Otra muestra de ello, durante el periodo de la protesta, en la Plaza de Sol había un inmenso cartel publicitario anunciando los productos cosméticos de L’oreal. La imagen de



Figura II: La imagen de la actriz Paz Vega como emblema publicitario de la marca de cosmética L'oreal, es la que preside la Plaza de Sol durante las protestas. Los manifestantes se apropian simbólicamente de este icono y lo resignifican. Fotografía de la autora.

esta campaña es la actriz española Paz Vega. Los manifestantes se apropian de esta imagen, transformándola creativamente en un icono que visual y lingüísticamente se asocia con el icono revolucionario del Che Guevara.

Otros mensajes escritos: "Urna electoral" colocado sobre un contenedor de basura. Sobre un cartel real publicitario de una ONG de lucha contra el hambre con el siguiente eslogan: "Antes del 2015 terminaremos con el hambre". Los manifestantes han añadido: "Mediante reducción de población".

Las consecuencias derivadas de la colonización de la publicidad son además la instrumentalización y la exposición permanente a las imágenes. La publicidad también es la responsable, entre otros factores, de la imposición de estilos de vida modélicos en relación con los bienes de consumo. En la protesta este modelo impuesto es el origen de muchas frustraciones. Por una parte las relacionadas con el hecho de no poder adquirir los bienes

de consumo interpretados como un derecho social, por otro, acceder a ellos bajo unas condiciones abusivas y explotadoras. En la plaza, sobre una pequeña tienda de campaña en la plaza se encuentra un cartel que dice “Por fin tengo un chalet en la plaza”. Encima de las estructuras de cristal de la salida del metro Sol hay un cartel colocado que dice lo siguiente “Dame tu alma por una hipoteca”. La reflexividad, el humor, la negociación y empleo del saber se alzan como importantes medios para la denuncia.

Los participantes (Participants)

Existe una dicotomía antagónica relacionada con la protesta. Para el Catedrático de Lingüística de la Universidad de Lancaster, Fairclough el uso del lenguaje se pone al servicio de la función transformadora y creativa de los hablantes. En el capítulo séptimo de su obra *Discourse and social change*, defiende que “conscious intervention in discourse practices, is an increasingly important factor in bringing change about” (Fairclough, 1992: 201).

Por otra parte, Rafael Cruz (1997: 256) destaca la importancia en las situaciones conflictivas y de acción popular, de señalar de un lado a los afectados de la situación injusta, y de otro a los responsables. La elaboración del ‘Nosotros’, aúna las identidades colectivas construidas que presentan y definen una realidad alzando su voz con demandas concretas para paliar la situación interpretada como desigual. En el polo opuesto se identifican a los responsables de la situación. Basándonos en la teoría crítica del discurso, es necesario desglosar el discurso de los desafiantes en torno al nosotros, frente al que realizan del ‘ellos’, el conjunto de los oponentes o antagonistas.

Nosotros

Los manifestantes son el ‘nosotros’ que se alzan como una especie de videntes o médiums que revelan la verdad, critican la pasividad de la clase oprimida, desafían las injustas situaciones y marcan el camino a seguir. “Las creencias y valores explícitos de la cultura, y también un conjunto de esquemas inconscientes, resultan vitales para comprender las estructuras simbólicas subyacentes de la sociedad” según Bordieu (2008: 151). Algunos enunciados redactados desde el punto de vista del vidente o guía de la protesta: “Aprende a resistir la violencia que hay en ti y fuera de ti” o, así, también el mensaje “Alzaos una y otra vez hasta que los corderos se vuelvan leones”.

Por otro lado el bando manifestante se vale como herramienta para construir e integrar el sentimiento de pertenencia simbólico el uso reiterado del pronombre y las formas verbales de la primera persona del plural, “Nosotros pensamos aunque les duela”, “Nosotros al Sol” o “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros”. En este tipo de enunciados aparece mencionada de manera explícita o implícitamente la clase antagonista. También se vale de los pronombres posesivos en referencia a la conciencia identitaria y grupal de clase que les diferencia de los oponentes: “La desigualdad comienza por no escuchar a los tuyos”. Los desafiantes son los que conocen y proponen el camino a seguir para la obtención de resultados: “Toma la calle” o “Mueve el culo y cambia el mundo o calla para siempre”. En este último mensaje se critica la pasividad del estamento perjudicado. En esa misma línea crítica los mensajes de “Pueblo manso, buen esclavo”, “Para que el mal triunfe basta que la gente de bien no haga nada” o “Si te comportas como carroña te gobernarán las hienas”.

Los otros

Los culpables se señalan con nombres propios y apellidos. El rechazo hacia la clase política española, en general, sin distinción de partidos es evidente: “No queremos ni cara A ni cara B, sino que cambien de casette”. En otro cartel la figura del tío Sam, señalando al espectador, se encuentra entre las fotos de ZP y Rajoy con el enunciado “Ellos te controlan”.

Por otro lado los manifestantes se mofan también de figuras relevantes de la política internacional, renombrados empresarios y representantes eclesiásticos. Todos quedan equiparados en base al desprestigio por la mala gestión de su política y su ineficacia. ‘Politicians at work’ sobre una señal de tráfico triangular en la que se muestra un personaje esquemático dormitando. Otro cartel muestra un enorme buitre negro con cuchillo y tenedor en sus alas, dispuesto a devorar a minúsculos humanos que corren despavoridos por el plato.

En la plaza de Jacinto Benavente próxima a Sol, hay una popular escultura a pie de calle de un barrendero efectuando su labor. Pues bien, cerca de la escoba se han fijado papeles con los nombres de Merkel, Rato, Rajoy, Revilla, Salgado, Cospedal, Gallardón, Botín, Aguirre, Mohammed VI, Zapatero, Obama, Rouco Varela, entre otros muchos. La crítica a los representantes locales también está presente: “Espe!!: ni el agua, ni la educación, ni la sanidad son tuyas!! Todo es nuestro!!” o “Ladrones y gallardones”.

Otros mensajes, bajo un halo ciertamente menos concreto, que engloban a sectores poderosos de la sociedad tales como banqueros, políticos, empresarios, representantes eclesiásticos: “Érase una vez un político que gobernaba con vocación”, “Banqueros, ladrones, culpables de la crisis”.

En general el nosotros es interpretado como un sector mayoritario de la población que vive bajo la explotación. Este sector debe alzarse, prepararse para la lucha y reivindicar alto y claro sus derechos. Frente a éstos están los empresarios y banqueros, consumidores de bienes extraordinariamente caros, los responsables de las hipotecas imposibles. Los políticos como clase dirigente corrupta, sin distinciones entre la izquierda o la derecha. Entre ellos no existen las incompatibilidades laborales, pueden estar presentes en las elecciones aún estando implicados en turbios asuntos, se refugian en importantes empresas tras la función política, sus sueldos exorbitados, la meritocracia cede paso al ‘amiguismo’, se cuestiona además la formación académica, experiencia y eficacia de la labor de los ministros. Por otra parte la clase política disfruta de unas pensiones privilegiadas con respecto al resto de la población que encima asiste al recorte de sus derechos: “Hasta Heman tiene más estudios universitarios que nuestros políticos, él tiene un máster del universo” o “Cinco millones de parados y las ventas de coches de lujo aumentan en España”.

Las relaciones de poder y acceso desigual al capital y los recursos desembocan en una serie de consecuencias nefastas para el pueblo, por lo que se establecen los mensajes claramente relaciones de causa y efecto: “Nuestra pobreza, sus beneficios”. Por otra parte los manifestantes están interesados en aparecer en los medios de comunicación, conocen la gran fuerza expansiva que ponen en marcha, pero por otra desconfían y desacreditan ciertas fuentes de información que también son meras marionetas del poder y las clases oponentes, “[...] y luego diréis que somos cinco o seis [...]”.

Fines (Ends)

Los fines perseguidos en esta protesta se muestran en pancartas y pintadas a lo largo y ancho de la plaza. Los manifestantes perciben la situación actual como muy injusta. La clase dominante y corrupta explota a la clase trabajadora.

El mantenimiento en el poder de esta clase opresora es posible debido a los potentes mecanismos que se ponen en funcionamiento para su continuidad hegemónica y reproducción estructural. Estos mecanismos, según los manifestantes serían las actuales leyes electorales, el bipartidismo estatal, los privilegios de la clase política, empresarios y banqueros, el recorte de derechos sociales, entre otras cosas. Los manifestantes denuncia que: “Lo llaman democracia y no lo es” o “Democracia, dictadura de dos mercados”.

Los objetivos que se persiguen son la eliminación de estos mecanismos que posibilitan la no movilidad y bloqueo del sistema y que superan el marco local y estatal de la protesta. El problema se sitúa entonces en el marco transnacional, las funciones de caballo y jinete,



Figura III: El barco en el que vamos todos remando a ciegas y explotados, bajo las órdenes de un capitán ciego. Fotografía de la autora.

usando la metáfora de Galeano (1999: 44), están distribuidas. Esto se percibe como una situación altamente injusta. Las protestas así mismo se sitúan en la mayor parte de las capitales españolas y con el propósito de servir de inspiración para otras protestas a nivel global: “Todos somos Barcelona”. Mensaje también en árabe: “Huelva, la costa de la luz donde también brilla el Sol”.

Los resultados obtenidos hasta por el despliegue contestatario de los manifestantes es algo difícil de catalogar. Por una parte se consiguió canalizar la frustración e indignación de un amplio sector público de la sociedad, por otra se despertaron conciencias dormidas y el tema político protagonizó el debate en la calle. Pero sin embargo, el cauce que tomó el asentamiento en Sol, la pérdida de uniformidad y prestigio, la manipulación y deslegitimación a la que se sometió este movimiento dificulta aún todavía el análisis de la obtención de los fines perseguidos: “Ya era hora de despertar”.

Según Martín Rojo (1996), la consecución de la aceptabilidad social, el esquema argumentativo debe ser complejo. Estilística y retóricamente la acción debe ser presentada como positiva: “Comienza el cambio, estamos preparados”. Se trata de persuadir a los observadores. Para ello hay que valerse de múltiples recursos, por ejemplo, las imágenes atractivas con eslóganes. Aparece en un cartel unos zapatos de tacón flamenco y el eslogan reza: “taconeando el sistema y que tiemble”. Se intenta ganar adeptos: “No nos mires, únete”.

Los manifestantes se presentan a sí mismos como un conjunto social heterogéneo, comprometido y serio, ignorando las diferencias y resaltando los esfuerzos y las reivindicaciones para la consecución de los objetivos. La protesta es pacífica y se atiene a las normas cívicas de convivencia: “Thinking, no drinking”, “Flores, nuestra respuesta ante vuestra violencia” o “Únete madero, tú también eres obrero”.

Secuencia de Hechos (Act sequence)

El domingo 15 de Mayo, un grupo de jóvenes se manifiestan bajo el lema “Democracia Real Ya” en los entornos de la Plaza de Sol y Callao. Esta protesta pacífica es reducida de manera controvertida por las autoridades policiales, con lo cual el lunes los manifestantes convocan otra reunión al día siguiente. Al ser calificados por algunos medios de comunicación y ciertos representantes políticos como grupos antisistema, asociaciones de ‘perros flautas’, pertenecientes a grupos marginales, radicales y de extrema izquierda, el suceso se mediatiza y se extiende la protesta. Un gran número de personas se adhieren a las manifestaciones. Los desafiantes responden al desprestigio de algunos medios subrayando además su carácter pacífico, “No somos antisistema, el sistema es antinosotros”.

El discurso además presentará a partir de entonces detalles, descripciones y argumentos elaborados. Se difunde por los medios de comunicación y parece ser compartido por un amplio sector de la sociedad que comienza a secundar estas protestas. Tras estos acontecimientos el día 16 se decide la ocupación de la plaza de Sol. El 17 de Mayo se produce un intento de desalojo. El 18 fruto de la coerción a la que está siendo sometido el movimiento, se comienzan a pegar carteles y mensajes en Sol y en las calles aledañas. El 19 de Mayo tiene lugar el punto álgido ante la inminencia de las elecciones municipales del 22 de Mayo. La junta electoral prohíbe las manifestaciones y el asentamiento en la plaza. Amenaza con disolver las concentraciones llegando a emplear la fuerza, aseverando que esto sería una protesta ilegal ya que rompería el periodo de reflexión que está establecido legalmente antes de unas elecciones. Ante esta restricción de sus derechos de los manifestantes que no se sienten identificados con sus representantes políticos ni con sus discursos, se produce una explosión creativa de los mensajes y actuaciones para poder sortear las normas. Se despliegan los siguientes mensajes: “El pueblo declara ilegal la junta electoral” o “Declaramos ilegal la democracia actual”. Otros mensajes que ironizan acerca del periodo legal de reflexión preelectoral que pretendía prohibir las manifestaciones: “El 21 de Mayo no estaré

de manifestación, estaré de paseo con unos amigos” o “Estamos reflexionando”.

Estas propuestas cuestionan además el empleo que desde las instituciones se impone del espacio público. La manifestación preelectoral queda prohibida, la resistencia, ocupación y manifestación en la plaza supone un desafío ante el poder establecido, por lo que se teme el empleo de la violencia de los mandos policiales: “No nos peguéis, dadnos trabajo”.

El 20 y 21 de Mayo las protestas en Sol son multitudinarias y participan en ellas amplios y sectores diversos de la sociedad. La policía admite la imposibilidad de detener las protestas sin causar graves daños con lo que se permite la manifestación.

Clave (Key)

El tono empleado en las pancartas y en las actuaciones es variable. Desde el tono de denuncia, tono amenazante, de súplica, de rabia e indignación, con toques de humor, con licencias poéticas, empleo los eslóganes publicitarios, lenguaje técnico y el intertextualidad.

El discurso está escrito en pancartas y carteles y también se proclama oralmente coreado por la masa. Todo ello complementado con escenificaciones simbólicas y comunitarias. Los manifestantes acuerdan momentos en la representación en los que se sirven del ruido o bien de silencios. La comunicación no verbal también es destacable, alzamiento de palmas de las manos hacia el cielo, saltos sincronizados, silencios apabullantes, aplausos, abucheos. Todas estas herramientas del lenguaje inciden en la respetabilidad, la unidad, el compromiso y la legitimidad del movimiento. Relacionado además con la manera y el espíritu de los que se vale la protesta, se encuentra además el empleo de la “intertextualidad” o “interdiscurso”. Término empleado por Fairclough (1992: 101). Los géneros populares y la cultura de masas que es manejada y compartida por la comunidad de habla, se emplean, reutilizan y adquieren gran protagonismo. La protesta se reviste de guiños al cine, la poesía, el cómic, la historia, la publicidad. Entre este tipo de mensajes se encuentra uno que supone una reinvención de un poema de Neruda: “Me gustas democracia pero estás como ausente”. Apelación a la crítica y célebre obra de G. Orwell: “Revolución en la plaza”. La imagen de Chuck Norris bajo los humorísticos eslóganes: “Ni él nos detendrá. Democracia Real Ya”. Hasta los personajes ficticios creados por el cine parecen tenerlo claro. En un cartel Forrest Gump dice: “Mi mamá dice que el voto útil es el que no se da a los inútiles”. Los estribillos de las canciones adquieren otros significados, en este caso, del tema de Ketama: “No estamos locos, que sabemos lo que queremos. Se critica además el papel del entretenimiento televisivo para adormecer a las masas: “Años 50 teníamos el fútbol y los toros. En la España del 2011 tenemos a Ana Rosa Quintana y a Belén Esteban”. Se recurren también a personajes cinematográficos justicieros cuando los manifestantes portan la careta de ‘V’ de Vendetta.

Se produce entonces una negociación y reproducción permanente de las identidades de los participantes mediante este interdiscurso. Los signos del pasado se utilizan y transforman según las convenciones existentes. Esto sirve además para reforzar y constituir las relaciones identitarias interpersonales. Además del recurso de la intertextualidad, se enfatiza en el humor como herramienta para describir la situación en la que se encuentra la sociedad española: “No hay pan para tanto chorizo”, “Lengua de signos en la educación pública por si los políticos se hacen los sordos”, “Nueva enfermedad, riqueza mórbida. Nuevo delito ya”. En otro cartel se muestra un cómic con el diálogo entre un padre que está leyendo un periódico y su hijo: “Papá, ¿me lees un cuento?. Padre: ¿qué tal el de que aún tenemos libertad de expresión?”.

Instrumentos (Instrumentalities)

Las formas y estilos del habla pasan por el registro casual, coloquial, profesional, técnico y jurídico, además de la parodia publicitaria y poética. Además se emplean rasgos dialectales, palabras malsonantes, a la vez que coexisten formas gramaticalmente más cuidadas.



Figura IV: Empleo de la “intertextualidad”. En este caso un personaje de los Simpson que ejemplifica al político corrupto. La referencia a la cultura popular, en este caso al cómic, se instrumentaliza para la identificación, propaganda y adhesión a la protesta.

En cuanto al análisis pragmático, según Fairclough (1992: 200) la organización dialógica, la cohesión de las oraciones empleadas, el empleo de lenguajes técnicos y el léxico de especialidades profesionales está todo ello encaminado hacia la persuasión y la argumentación. La finalidad entonces perseguida es que un amplio sector poblacional se sienta identificado con estos discursos. Carteles con los enunciados relacionados con el campo jurídico: “Artículo 21 de la Constitución Española. Derecho a reunión sin autorización”, “En pleno Siglo XXI es un delito contra la Humanidad tener paraísos fiscales”. En otro cartel abunda el léxico económico y jurídico. Se publican las dietas, puestos ocupados en fundaciones, se denuncia el ‘enchufismo’, compatibilidades laborales, legislación privilegiada fiscal de la clase política. Subrayando los desmanes de miembros concretos de esta clase como Alfonso Guerra e hijo, la conservadora Soledad Becerril y el parlamentario Miguel Ángel Martín.

Se produce además un ataque discursivo contra los recursos institucionales que facilitan el asentamiento del biopoder según el término enunciado por Foucault. La ideología dominante es el medio para sostener las relaciones sociales de poder y dominación. El biopoder se vale de las tecnologías de poder. Entre otras las instituciones de enseñanza que producen objetos sociales y los géneros institucionales que ordenan el discurso en las sociedades modernas. Hay un cartel en el que aparece la imagen del Congreso de los Diputados, sobre este: “Se traspasa por cese de negocio”. Otros critican abiertamente la escasa formación de los políticos en el poder, que habrían alcanzado el puesto no en función a sus capacidades: “El ministro que firma tu oposición, tiene menos formación que tú”. Se producen ataques verbales contra las instituciones que posibilitan la continuidad de las estructuras desequilibradas: “Mi motivo de indignación, nos educan para no pensar”. O este otro: “Además de enseñar, enseña a criticar lo que has enseñado”.

Normas (Norms)

Se han establecido una serie de reglas en esta acción comunicativa. Una de ellas es la de potenciar la participación de todos los ciudadanos. Ya sea con la propuesta de ideas de mejora abierta a todos, la donación de material: ordenadores, cámaras, megáfonos, material sanitario, comida, o bien con ayuda de carácter jurídico, periodístico o logístico: “Se aceptan camisetas y calcetines de donación. Besos y abrazos a cambio”.

Por otra parte el mensaje que se quiere transmitir es que la propuesta es seria y legítima, por tanto se insta a los manifestantes y se transmite a los observadores de que no es una reunión para consumir alcohol, así mismo, se difunde el respeto hacia las autoridades policiales, y se disuade a los manifestantes de actuar o provocar a los mismos. Incluso se les intenta ganar para la causa: “madero, tú también eres obrero, ¡únete!”. Una manera de hacer intervenir al público es la de convocar asambleas en las que participen todos los ciudadanos. La puesta en escena de estas asambleas es parecida a la de un espectáculo,

“esta es una de las razones por las cuales las acciones públicas se asemejan más a ‘representaciones’: están compitiendo por el espacio público frente a entretenimientos, noticias, otros movimientos y los esfuerzos del gobierno por monopolizar la formación de opinión” (Tarrow, 1997: 156).

Según este punto de vista, los manifestantes deben competir frente a otros espectáculos que son desplegados en esos mismos momentos por otros medios. Se trata pues de atraer la atención de potenciales participantes y los medios de comunicación, de la manera más eficaz posible para ganar adeptos y difundir eficazmente el mensaje. Los mensajes orales de la organización se realizan a través de la megafonía, los activistas se encuentran agrupados por sectores ante un grupo congregado alrededor que les escucha y atiende. Se asemeja a los escenarios improvisados de los artistas callejeros. Se trata de llevar el debate político a amplios sectores, siendo la calle el escenario empleado.

Como se ha mencionado la legitimidad, respetabilidad, compromiso y la seriedad de la protesta se basan en el cumplimiento de las normas sociales establecidas. Por ellos los manifestantes advierten expresamente que no se encuentran reunidos para beber alcohol, se difunden mensajes para propiciar la limpieza de la plaza y el mantenimiento de una actitud pacífica frente a la policía, se trataría de eliminar la provocación. Por ello se respetan las leyes vigentes.

El género (Gender)

El modo de significar la experiencia se muestra a veces bajo una perspectiva particular, la de los llamados mileuristas. Por otra parte hay un discurso global que lo abarca todo: las prácticas discursivas y su relación con las experiencias individuales. En las paredes de una conocida entrada del metro próxima a Sol: “¡Manos arriba, esto es un contrato!”. Otros mensajes que rezan: “No he estudiado para ser becari@ eterno!”, que está escrito sobre la imagen de un ataúd, o “No + insultos a mi inteligencia”. Mensajes de crítica frente a los privilegios: “Me indigna que a los diputados no se les aplique la ley de incompatibilidades y a mí que soy funcionario mileurista sí”. Según el análisis crítico del discurso,

“Tanto los cuestionamientos como la posterior legitimación son en gran parte discursivas [...] Esta legitimación discursiva tiene su función dentro de un proceso más general de legitimación social y política, en la cual están en juego las instituciones que ostentan el poder, el Estado, la ley, los valores compartidos y el orden social” (Martín Rojo, 1996: 3).



Figura V: Se recurre al simil de la Plaza de la Bastilla para partir de la tradición histórica y generar un cambio social basado en la legitimidad. Todo ello con la Plaza de Sol como epicentro como en su día fuera en la revolución francesa.

Por tanto las acciones controvertidas y subjetivas deben ser presentadas como reales en los niveles sociopolíticos, pragmáticos y semánticos. Es decir que a nivel sociopolítico la protesta debe ser presentada como legítima a nivel local y global: “Queridos políticos, quedáis despedidos. Firmado el pueblo”. A nivel pragmático, en pos de la consecución de la legitimidad se apela a personajes célebres de la cultura contemporánea, citando y enunciando frases de estas autoridades morales en diferentes ámbitos políticos y culturales, tales como Gandhi, John Lennon, Bernard Shaw y S. Hessel entre otros. Por ejemplo con esta frase de B. Shaw: “No sabe nada y cree saberlo todo. Esto le faculta perfectamente para hacer la carrera política”. Este enunciado parafrasea el conocido tema del músico pacifista Lennon: “Imagine all the people working for a change”.

Se apela a las circunstancias especiales que urgen a la acción. Los recortes sociales, el robo, la corrupción, la inestabilidad laboral a la que está siendo sometido el pueblo son in-

admisibles. Las medidas a tomar deben ser urgentes y especiales. La acampada en la plaza de Sol es necesaria e inmediata: “Pensión digna y derechos sociales” o “Indignados y movilizadores, nuestro justo reclamar en paz”.

Se utilizan además las metáforas y justificaciones de argumentos además de la presentación de cifras y datos: “Cinco millones de parados en terrorismo”, “Miles de pobres en las calles, miles de pisos en venta, miles de negocios cerrados, quince años de contratos basura, miles de personas tomando tranquilizantes, ¿a esto lo llaman democracia?”. Otros mensajes relacionan a los políticos con importantes empresas, entre otros a Aznar con Endesa, a Felipe con Repsol, a Zaplana con Telefónica. Por último se apela a la continuación de la tradición histórica. Las revoluciones interpretadas como legítimas que derrocaron al poder corrupto existente. La revolución francesa es tomada como modelo y se compara la toma de la Bastilla con la toma simbólica de la plaza.

Bibliografía

CRUZ, Rafael

1997 Repertorios: la política del enfrentamiento en el siglo XX. Madrid: CIS.

FAIRCLOUGH, Norman

1992 Discourse and social change. Cambridge: Polity Press.

GALEANO, Eduardo

1999 Las venas abiertas de América Latina. Madrid: Siglo XXI.

GIDDENS, Anthony

2001 Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Madrid: Alianza.

MARQUÉS, Ildefonso

2008 Génesis de la teoría social de Pierre Bourdieu. Madrid: CIS.

MARTÍN ROJO, Luisa

1996 “Había un problema y se ha resuelto”, en el Seminario de la red europea Erasmus de Análisis del Discurso. Madrid. <http://uam.academia.edu/LuisaMart>

SITTON, John

2006 Habermas y la sociedad contemporánea. México: FCE.

TARROW, Sidney

1997 Poder en Movimiento. Madrid: Alianza.

