

# **DISCURSO (DISCURSO POLÍTICO), CONSTRUCTIVISMO Y RETÓRICA: LOS ESLÓGANES DEL 15-M\***

## **David PUJANTE**

Catedrático de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada

Facultad de Filosofía y Letras

Universidad de Valladolid

Plaza del Campus, s/n

Valladolid, Spain

[David@fyl.uva.es](mailto:David@fyl.uva.es)

## **Esperanza MORALES LÓPEZ**

Profesora Titular de Universidad

Facultad de Filología

Campus da Zapateira, s/n

A Coruña, Spain

[e.morales.lopez@udc.es](mailto:e.morales.lopez@udc.es)

## **Resumen**

El objetivo de este trabajo es el análisis de los eslóganes del movimiento ciudadano que irrumpió en las plazas públicas de las principales ciudades españolas en torno al 15 de mayo de 2011 (de ahí el nombre de movimiento del 15M o de los indignados). Este movimiento seguía la estela de los surgidos en Islandia y en Grecia, y también de las revoluciones de la primavera árabe. La característica principal de los discursos de este movimiento ciudadano, que se condensaron en eslóganes, es su gran creatividad discursivo-retórica. Una creatividad que está en relación directa con la necesidad de construir un discurso ciudadano distinto a los discursos gubernamentales que han conducido a la actual crisis político-social y financiera.

Nuestra perspectiva para analizar el potencial creativo de tales discurso se enmarca en la teórica constructivista, teniendo en cuenta las dimensiones socio-cognitiva y pragmático-retórica. Ofrecemos por razones de espacio, del total de eslóganes que hemos analizado hasta la fecha, tres ejemplos representativos del conjunto. Procuramos probar que tales eslóganes activan un marco cognitivo nuevo, para una interpretación de la historia reciente de la democracia española que es totalmente diferente a la del *status quo*.

**Palabras clave:** Análisis crítico del discurso, discurso político, discursos de cambio social, constructivismo, retórica, eslóganes políticos.

### **Abstract**

Our purpose in this paper is an analysis of the *15M movement*, the social movement that burst into the public squares of Spain's major cities around 15th May 2011 (from this event came the name of the 15M movement or the *indignados movement*). This group was already emerging in the wake of the social movements in Iceland and Greece against capitalism, as well in the wake of the "Arab Spring" revolutions. The main characteristics of the 15M speeches, mainly focused on their slogans, is their discursive-rhetoric creativity, a creativity that is directly related to the need to build a new citizen discourse, different from the institutional discourses that have led to the current political and financial crisis.

Our perspective when analysing the creative potential of these slogans is based on constructivist theory, taking into account socio-cognitive and pragmatic-rhetoric dimensions. For reasons of space, we present an analysis of three representative slogans taken from the whole study to date. Our main conclusion is that such slogans activate a new cognitive framework for the interpretation of the recent history of Spanish democracy, which is totally different from that of the *status quo*.

**Keywords:** Critical discourse analysis, political discourse, discourses of social change, constructivism, rhetorics, political slogans.

\* Esta investigación es parte del proyecto CEI (<http://cei.udc.es>), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación español y los Fondos Feder europeos (FFI2010-18514; periodo 2011-13)

## **1. Introducción**

El análisis de los discursos de tipo político ha sido un área de investigación del Análisis del Discurso que en la última década ha resultado bastante fructífero por la atención cada vez mayor a los cambios socio-políticos de la sociedad globalizada. Al mismo tiempo, desde esta óptica, el término de *discurso político* se entiende cada vez más en un sentido amplio para incluir tanto las prácticas discursivas generadas por los profesionales de la política como las que realizan los diferentes grupos sociales con propuestas de cambio político tanto a nivel nacional como internacional. En todos los casos, consideramos que se trata de *propuestas discursivas ideológicas* con las que los actores pretenden *construir* una determinada visión del

mundo, conseguir así la adhesión del ciudadano al proyecto político propio y provocar cambios reales en las instituciones.

Entendemos por estas *propuestas* o *construcciones discursivas* algo parecido a los *signos ideológicos* de Voloshinov (1929), que activan objetivaciones simbólicas del mundo (Berger y Luckmann, 1968); también semejante a nociones como *visiones del mundo* (Bourdieu, 1990), *imaginarios* (Castoriadis, 1975), *representaciones sociales* (Moscovici, 1981) o *marcos cognitivos* (Lakoff, 2007), entre otras denominaciones.

Desde esta aproximación al estudio del significado ideológico, consideramos que el discurso político en particular tiene que ser analizado a su vez desde una doble perspectiva: *socio-cognitiva* y *retórico-constructivista*; con el fin de dar cuenta de las siguientes premisas: la construcción de significado es inseparable de la selección intencionada que realiza el agente de las prácticas comunicativas; inseparable de la acción humana y del contexto en el que se insertan tales prácticas; así como de las construcciones cognitivas de los actores sociales. En esta línea, el enfoque teórico-metodológico que defendemos en este trabajo parte de posiciones constructivistas del conocimiento y del discurso, muy alejadas de la tradición racionalista y de la teoría cognitiva representacional (más detalles en Harré, 1981: 212;<sup>1</sup> Forgas, 1981: 259; Capra, 1996: 275ss.; y Morales López 2011); asimismo, nuestra propuesta se acerca a las posiciones teóricas que defienden una cognición corporizada que dé cuenta tanto del conocimiento como de la experiencia emocional (Bateson, 1972; Lakoff y Johnson, 1980; Varela, Thompson y Rosch 1990; Maturana y Varela 1990; Maturana 1996, 2006; Bruner, 1991; Capra, 1996; Damasio, 1994 y 2010; Gomila y Calvo, 2008, entre otros).

Desde esta posición teórica, hemos analizado los eslóganes creados espontáneamente por el *movimiento del 15M* (también conocido como *movimiento de los indignados*), de los cuales en este trabajo mostraremos tres ejemplos que nos parecen ilustrativos de todo el conjunto. El análisis de estos discursos, fruto de las concentraciones masivas de ciudadanos en las plazas de las principales ciudades españolas en 2011, creemos, constituye un ejemplo de análisis crítico del discurso aplicado al estudio de nuevos lenguajes y narrativas surgidos en los grupos sociales; un tipo de discursos que quizás puedan constituir, como indica Sousa de Santos (2009: 48), diferentes imaginarios de solución a los problemas actuales,<sup>2</sup> porque en definitiva su única

---

<sup>1</sup> “Lingering Cartesianism is everywhere, suggesting that if anything is cognitive it must be individual and private (and then how can we find out about it in publicly reliable ways?). The error of identifying the cognitive with the inner processes of individuals...” (Harré, 1981: 212).

<sup>2</sup> En concreto, nos referimos a la profunda crisis económica, consecuencia del modelo neoliberal que comenzó en Estados Unidos, tras la caída de Lehman Brothers, y que pronto se trasladó a Europa, particularmente, a los países del sur de Europa, además de Irlanda.

finalidad es provocar cambios sociales (Morales López, 2012a y 2012b; Montesano Montessori y Morales López, 2013).

## 2. Marco teórico

Tal como hemos indicado más arriba, nuestra visión del discurso es tanto una perspectiva socio-cognitiva, como pragmática y retórico-constructivista. Consideramos en primer lugar, la dimensión socio-cognitiva, aludiendo primero brevemente a la teoría cognitiva clásica, de la cual nosotros nos desviamos completamente.

### 2.1. *Perspectiva socio-cognitiva*

La teoría cognitiva que ha dominado el pensamiento científico desde la década de los setenta ha sido la conocida como teoría representacional y modular de la cognición humana; una visión racionalista, que ha servido de base también para explicar la relación entre cognición y discurso. Desde esta aproximación, se concibe la cognición como la representación mental de un mundo con existencia independiente, y parcelado a su vez otras sub-representaciones diferentes (Capra, 1996: 275). Por ejemplo, para la explicación del proceso de significación, esta teoría postula la existencia de varios estadios cognitivos independientes o modulares (veritativo, inferencial, y contextual) que se activarían con la realización de las distintas unidades lingüísticas.

Otra perspectiva socio-cognitiva diferente (y para nosotros más interesante) se remonta, por ejemplo, a los estudios de Bartlett (1932); este autor, a partir de sus investigaciones sobre la memoria, propuso la noción de esquema o marco (*schema* o *frame*) para explicar cómo organiza el conocimiento en su experiencia interaccional cotidiana. Desde esta visión, la construcción de la cognición está inseparablemente unida a lo social y se construye en la interacción (Condor y Antaki, 1997: 475). Ideas parecidas pueden encontrarse en el interaccionismo simbólico de Mead, en Bateson y más tarde en Goffman, Gumperz, George Lakoff, y Scollon y Wong Scollon; pero también en Wittgenstein, Vygotsky y Voloshinov (véase referencia a estos autores en Morales López, 2011; y en Salvador, 2012). Asimismo, en esta misma tradición podríamos situar la posición constructivista radical de los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela (1990), menos conocidos en la tradición discursiva, pero enormemente influyentes en los estudios sistémicos o de la complejidad (Capra, 1996).

Maturana y Varela establecen una relación estrecha entre el lenguaje, el conocimiento, las emociones y las relaciones sociales (Maturana 2006; Maturana y Varela 1990; Maturana 1996). En una de las últimas referencias de Maturana (2006: 96-97), este autor explica esta interrelación en los siguientes términos:

Language is a manner of coexistence in coordinations of doings, not a property or faculty of the brain or of what we call the “mind.” Language occurs as a flow of recursive interactions between organisms operating as totalities; language is not a symbolic system of communication about entities of the world; language is not constituted by the doings that are coordinated; language occurs in the continuously changing present of the flow of living in recursive coordinations of doings... and emotions in the flow of [human beings’] coexistence as they language together...  
We do not construct the worlds that we live, we just live them

La comunicación es, pues, un proceso interconectado con la acción humana y con la actividad mental; una mente que no es algo separado de la corporeidad ni de uno de sus atributos, las emociones, como también se demuestra desde estudios neurológicos recientes (Damasio, 1994 y 2010). Por tanto, para Maturana y Varela (1990), la cognición es parte integrante de la interacción de un sujeto (racional y emocional a la vez) con su entorno. Esta interacción provoca cambios estructurales en la red de este individuo, la cual resulta así organizativamente cerrada y autopoiesica (no lineal) (Capra, 1996: 279).

Podríamos todavía decir, buscando los orígenes de este pensamiento en los inicios de la contemporaneidad, que ya, en *Über Wahrheit und Lüge im außermoralischen Sinne*, Nietzsche considera las reacciones emotivas estimuladas por el encuentro con las cosas el origen de nuestro conocimiento y de nuestra manera de constituir conceptualmente el entendimiento del mundo. Nos lo recuerda Vattimo recientemente (Couceiro-Bueno, 2012: 10).

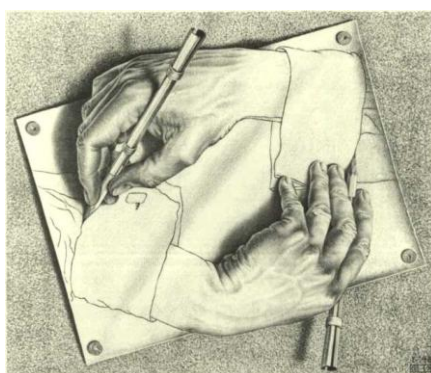
## 2.2. *La perspectiva pragmática y retórico-constructivista*

Desde la segunda dimensión que constituye nuestra aproximación teórica, consideramos, en primer lugar, el discurso como un proceso socio-semiótico. Esto quiere decir, que la construcción de significado simbólico establece una relación dialéctica con la realidad social. Uno de los lingüistas que ha defendido con más claridad esta perspectiva ha sido Halliday (1977: 50) cuando explica su visión del lenguaje:

[...] a sociological event, a semiotic encounter through which the meanings that constitute the social system are exchanged. The individual member is, by virtue of his membership, a ‘meaner’, one who

means. By his acts of meaning and those of other individual meaners, the social reality is created, maintained in good order, and continuously shaped and modified

Los actos simbólicos crean significado, porque el agente desempeña siempre un rol social en un grupo concreto, pero a su vez este significado simbólico crea la realidad social. Se trata, pues, de un proceso circular que Maturana y Varela (1990: 204) explican gráficamente con la figura del grabador de Escher (cuyas manos se dibujan mutuamente) y que les lleva a la siguiente conclusión: “Estamos continuamente inmersos dentro de esta circular de una interacción a otra, cuyos resultados dependen de la historia”.



La forma más básica de esta construcción de la realidad social se produce, para Halliday (1977), en la conversación espontánea, en los encuentros cotidianos. Por ello mismo también, la persistencia y el cambio en el sistema social –y en la cultura en general–, quedan reflejados en los textos, al mismo tiempo que se reproducen a través de estos textos. Esta relación dialéctica ha implicado la diversificación de los textos mismos como expresión y creación de significados sociales nuevos (también significados ideológicos, añadimos nosotros) en contextos concretos.

De alguna manera, los principios que rigen todos estos planteamientos existían en la antigua sofística. También tuvieron presencia en la segunda mitad del siglo XX, aunque no alcanzaron, hasta décadas después, la repercusión y el prestigio universitario que tuvieron los de origen aristotélico-cartesiano. Nuestra propuesta actual (que sitúa el conocimiento y la verdad en la dimensión de la intersubjetividad, en la construcción social de discursos con la finalidad de llevar persuasivamente a la sociedad hacia acuerdos eficaces para los problemas con que se encuentra en cada momento de su historia), ni siquiera podemos decir que sea hoy mayoritariamente seguida por la comunidad académica. Aunque es mucha la fuerza de la *Nietzsche-Renaissance* (Pujante, 1997: 167-168).

Respecto al desarrollo propiamente de la Nueva Retórica a partir de la segunda mitad del siglo XX (sin contar con el precursor Nietzsche (2000): hermenéutica y retórica van de la mano), debemos mencionar a una tríada fundacional y fundamental: Perelman (1957) (en Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989), Lausberg (1975) y Martin, 1974) como reformuladores de la tradición retórica. También desde los años 70 del siglo pasado existen ámbitos teóricos de especial relevancia con pensamiento crítico al racionalismo logicista de origen aristotélico, un racionalismo del que decía Ortega y Gasset ya tempranamente: “Hoy nos parece demasiado petulante esta actitud” (Ortega, 1976: 41). Ese pensamiento crítico ha sustentado las reivindicaciones retóricas, incluso cuando no coincidían en intereses. Concretamente nos referimos a la ética discursiva de Apel y Habermas (Habermas, 2001), a quienes debemos la teoría consensual de la verdad, y al constructivismo de Lorenz, Lorenzen y Kamlah (Nicolás y Frapolli, 2012: 611-624), con su teoría dialógica de la verdad: ambas teorías consolidadas en los años 70 del siglo XX. En esta línea deberíamos dar también un lugar preferente a los planteamientos hermenéuticos (Gadamer), en amplia relación con la Fenomenología (Heidegger, Ricoeur), el postestructuralismo (Foucault) o el pragmatismo (Rorty). Línea en la que se inserta la ya mencionada tradición antropológica americana (Goffman) y la pragmático-lingüística (Austin, Peirce). Dentro de la teoría literaria, se encuentran en esta misma tradición las aportaciones de los deconstructivistas que se ocupan de la retórica en algunos de sus trabajos (como es el caso de Paul de Man o de Stanley Fish). Toda esta sólida panorámica de pensamiento crítico, también llamado en algunas de sus manifestaciones *pensamiento débil* (Rovatti y Vattimo, 1988), fue durante un par de décadas preterida o desconocida en España, al menos en los ámbitos filológicos, por el poder cultural de los planteamientos lingüístico-cartesianos.

Si el conocimiento de la realidad personal y social pasa por la construcción discursiva, hemos de reconocer la potencialidad del discurso para el cambio. Todo lo que conocemos lo conocemos a través de formulaciones lingüísticas. Esas formulaciones son adquisiciones sociales en principio, pero pueden reformularse y se reformulan de hecho en el proceso creativo del dialogismo diario, con nosotros mismos y con los demás miembros de la sociedad, puesto que todos estamos instalados en la evolución histórica de los hechos. La verdad (tanto individual como social, dado que somos individuos de una sociedad) es el resultado de la eficaz conectividad entre el *objeto*, la *expresión* sobre el objeto y las *condiciones* en las que introducimos la expresión sobre el objeto. No podemos olvidarnos en ningún momento de la situación de habla (hablante, oyente, escritor, lector) en la que los participantes aplican procedimientos para la validación de lo que se dice. Algo semejante al *consenso* de Peirce o al

*dictum* de Wittgenstein: debo determinar las condiciones bajo las que digo que algo es verdadero.

Como nos dice Lorenz, “el concepto semántico de verdad oculta del contexto la situación de habla, en que se afirma la expresión problemática, y en especial el hablante y el oyente, cuyo papel se considera como irrelevante para la definición de «verdadero»” (Lorenz, 1972: 615).

Ya en la antigua sofística, origen de toda la *theoria recepta* sobre el discurso, las expresiones discursivas se vigorizaban por medio de los recursos retóricos para que fueran reconocidas por los auditorios como la propuesta más eficaz y práctica, y, por tanto, la expresión de la verdad social de su momento.

La base entonces, en la retórica, como ahora en las teorías intersubjetivistas de la verdad, es que el conocimiento consiste en una acción comunicativa. Los discursos, antiguamente y a lo largo de la historia hasta el momento actual, tal y como nos recuerda recientemente Albaladejo (2009), se construyen en tanto que componente comunicativo de la actividad cultural y social. En virtud de la acción comunicativa social se comparten distintos planteamientos, y se llega a un acuerdo o a un replanteamiento de los asuntos que nos atañen como hijos de la *polis* (llamémosle Estado, llamémosle Comunidad Europea, llamémosle mundo globalizado). Todo conocimiento, por tanto, está lingüísticamente mediado. A través de nuestras construcciones interpretativo-lingüísticas del mundo llegamos a un entendimiento de parcelas de dicho mundo que se validan o no socialmente en las acciones comunicativas. La verdad social se realiza, por tanto, en la dimensión intersubjetiva humana de la comunicación, donde tanto la consideración de las condiciones que hacen posible el entendimiento, como la consideración del hablante y el oyente, junto con su subjetividad y sus emociones, son fundamentales para la definición de lo verdadero para un tiempo y un lugar concretos.

Estas ideas socio-cognitivas y constructivistas constituyen, desde nuestro punto de vista, un fundamento imprescindible en la investigación sobre el discurso político en la actualidad; especialmente, la investigación sobre los discursos que hacen propuestas de cambio social y, por tanto, construyen imaginarios nuevos para situaciones sociales específicas. Las razones en las que nos apoyamos son las siguientes: a) se trata de una propuesta teórica que adopta una perspectiva holística y sistémica en la investigación de estos tipos de discursos; es decir, no prescinde de ninguna de las dimensiones que construyen el significado discursivo: el significado semiótico junto a la acción, el contexto y la representación cognitiva de los sujetos; b) supera la perspectiva realista y racionalista a la hora de explicar el conocimiento y la creación de significado, porque parte de la premisa básica de que la realidad no existe fuera del discurso, pero tampoco en el discurso mismo, sino en la relación dialéctica del discurso con



quien lo ha proferido como agente social, con sus emociones, con otros textos anteriores y con el entorno que hace posible tal discurso; y c) proporciona herramientas teórico-metodológicas para preguntarnos por qué unos determinados discursos surgen en momentos sociales concretos, cuál es la fuerza discursiva que los ha generado y si esta fuerza puede producir un efecto perlocutivo o persuasivo, es decir, es capaz de incitar a la acción en el entorno particular en el que han surgido.

### 3. Aproximación al objeto y a la metodología de análisis del objeto

#### 3.1. Objeto de estudio: El discurso del 15-M, una construcción dialógica. Los eslóganes

Vamos a considerar en este trabajo varios eslóganes de las manifestaciones y acampadas del 15-M como ilustrativos de un discurso que nace de dicho movimiento y que se va construyendo día a día en el dialogismo grupal del movimiento. Un discurso que se construye en la plaza pública (hoy en la calle, en lugares desacralizados), en un entorno de libertad de opinión y decisión como lo fue en la tradición oratoria de las democracias griega y romana así como en todas las democracias que en el mundo han sido. Esto es algo de lo que los participantes del movimiento 15-M son muy conscientes, pues, al discurso parlamentario bipartidista del Congreso de los Diputados, que es el imperante en la política española (y que consideran los participantes en el movimiento de la calle como algo inoperante y degradado democráticamente, por las necesarias disciplinas de partido al votar y por la corrupción política manifiesta en las últimas décadas<sup>3</sup>), ellos oponen el diálogo creativo, de nuevas propuestas, un diálogo con el que intentan construir la alternativa para salir de la crisis provocada por los financieros, los banqueros y los políticos que los apoyan.

Estos eslóganes son, pues, enunciados proferidos por ciudadanos anónimos, que se adhieren al movimiento espontáneo del 15-M. Se trata de actores sin nombre, de quienes lo único que sabemos es que estaban *indignados* y por ello acuden a la plaza pública de su ciudad. En cada una de ellas había acampado un grupo de gente y por ellas pasaba continuamente mucha otra para informarse, participar en las asambleas y, en fin, para adherirse al grupo y expresar así su indignación colectiva por la forma como se había ejercido hasta el momento la democracia

---

<sup>3</sup> La crisis económico-financiera que se inicia en 2008 tiene su particular versión en España con una impresionante burbuja inmobiliaria. Tras ello, la ciudadanía va constatando poco a poco que la clase política de los dos principales partidos políticos (PP y PSOE) han sido fieles servidores del neoliberalismo y de la especulación financiera. Navarro et al. (2012) utilizan dos metáforas muy ilustradoras para describir este proceso: *casino financiero* y la *puerta giratoria bien engrasada* (esta última, para referirse a la estrecha relación y el continuo traspaso de poder entre la política y el capital financiero).

española. Los acampados y/o los ciudadanos, de manera espontánea, escribían algo a mano y lo colgaban en un mural, a manera de eslogan; también se podía traer escrito o pedir que se escribiera en las terminales de ordenadores que había en el punto de información. Estas terminales enviaban continuamente información a través de las redes sociales y de las diferentes *webs* del movimiento en cada una de las ciudades donde se ubicaban. Estos eslóganes eran portados también por los ciudadanos en las diversas manifestaciones o concentraciones que se realizaban. Un ejemplo de estos eslóganes es “Dímelo en la calle”, con múltiples variantes:



Los eslóganes son, por tanto, la expresión escueta, concentrada, la condensación casi aforística de todo el pensamiento que se estaba configurando en esos días de acampada en los que se debatía, con un orden ejemplar y con un absoluto respeto a todos los participantes, la forma de solucionar unos problemas que los poderes públicos se habían mostrado incapaces de resolver.<sup>4</sup> Este pensamiento en construcción, e inspirado en su nacimiento en el libro de Stéphane Hessel *Indignez-vous* (de aquí toman el nombre de *movimiento de los indignados*), se fue alimentando posteriormente de propuestas como las del grupo de economistas Attac ([www.attac.tv](http://www.attac.tv)) y con ideas de economistas como Vicenç Navarro, Juan Torres López y Alberto Garzón Espinosa – recogidas más tarde en el libro *Hay alternativas. Propuesta para crear empleo y bienestar social en España* (Navarro, Torres López y Garzón Espinosa, 2011), entre otros–. Y, aunque el contenido lingüístico de las pancartas, por su propio carácter (una frase identificativa en un contexto político como expresión repetitiva de una idea o de un propósito ideológico), solían ser breves, en ocasiones eran todo un manifiesto, como en el siguiente caso:

<sup>4</sup> Para un estudio del slogan en la argumentación publicitaria, se puede consultar Péraire (2012).



De entre la gran variedad de eslóganes que se pudieron ver en las calles españolas durante las acampadas y las manifestaciones del 15-M, escogemos tres para este trabajo. La segunda autora ha realizado con Montesano Montessori otro trabajo analítico sobre los eslóganes de este grupo (Montesano Montessori y Morales López, 2013); en este último trabajo, las autoras analizan la diversidad de estrategias discursivas que construyen; y, desde la perspectiva teórico-analítica, intentan aunar algunas de las ideas de la perspectiva constructivista aquí defendida con la metodología de ACD (Wodak y Fairclough, principalmente) y la teoría del discurso de Laclau y Mouffe. En el presente trabajo (Pujante y Morales López), nos centramos totalmente en el desarrollo de la perspectiva constructivista.

### 3.2. Metodología

La perspectiva teórica que hemos desgranado en el apartado 2 nos conduce inevitablemente a la selección de un método que se basa en los siguientes dos presupuestos: 1) el uso de la tradición etnográfica para la recogida de los datos y su posterior análisis; y 2) la utilización de la perspectiva funcionalista e interdisciplinaria en el análisis propiamente dicho.

La etnografía obliga a una relación dialéctica entre los datos, y los contextos local y global en los que se insertan los discursos analizados (tal como también señalan Scollon y Wong Scollon, 2001: 17-21; y Blommaert y Jie, 2010: 85; entre otros). Con esta relación dialéctica se consigue determinar, en primer lugar, la relevancia de los discursos seleccionados y su conexión con el resto de prácticas discursivas afines; y, en segundo lugar, determinar los recursos discursivos que son cruciales para la construcción de significado.

La perspectiva funcionalista implica considerar que el punto de partida en el análisis discursivo es el del significado que construyen los participantes a través de la selección intencionada de los diversos recursos discursivos que tienen a su alcance (*inuentio* según la clásica terminología retórica). Tales recursos pueden ser tanto de tipo pragmático-discursivo como retórico-elocutivo y argumentativo. Por este motivo, nuestro método tiene en cuenta las

aportaciones analíticas de la pragmática (actos de habla, inferencias que se activan a través de los indicios de contextualización, etc.) y también de la tradición retórica (figuras diversas, tipos de argumentos, etc.). En trabajos anteriores (Pujante y Morales-López, 2008, 2009, 2012, entre los últimos), hemos intentando mostrar que la confluencia de estas dos tradiciones discursivas, la pragmática y la retórica (al fin y a la postre todo discurso retórico es una estructura textual-pragmática, Pujante, 2003: 93-94), nos permite realizar un análisis más completo de los diferentes niveles de significación de los discursos.

En particular, para el análisis de los discursos del 15M, nos interesa analizar desde los planteamientos teóricos expuestos (y en lo que respecta a la manifestación final elocutiva, especialmente con ayuda de los recursos elocutivos retóricos) la vigorización lingüística que representaron sus eslóganes. De entre la gran variedad de eslóganes que se crearon en las plazas de las diferentes ciudades españolas (colgados también en las diversas plataformas de Internet de los diferentes grupos), escogemos, como se ha indicado, tres de ellos, con la intención de mostrar al mismo tiempo el grado de creatividad lingüística (característica que estaba presente en la mayor parte de todos los que fueron surgiendo progresivamente), y su potencialidad para la persuasión y la acción comunicativa. Nuestra intención no es la mera comprensión del sentido de las palabras, sino la búsqueda de la *validez* de las expresiones que aparecen en dichos eslóganes y que nace de la conectividad entre el habla y la acción (en su intencionalidad ilocutiva y en su eficacia perlocutiva). Las frases de las pancartas nacen de unos *usos de habla* en relación con unas *determinadas circunstancias socio-políticas*: una profunda crisis económica que estaba afectando también a los pilares del sistema democrático mismo. Las creaciones dialógicas a las que pudimos asistir en esos días son usos del habla española que tenían como finalidad hacer evidente una situación social y política nueva (así lo reconoció también buena parte de la población española, en numerosas encuestas realizadas<sup>5</sup>).

Las nuevas construcciones que vimos en las pancartas del 15-M beben de las situaciones de *introducción del habla* (Lorenz, 2012: 611-624), de las estructuras aprendidas del habla en la infancia y en la adolescencia. A los creadores de esas expresiones les era necesario respetar los principios, las situaciones básicas comunes a todos los hablantes del español, pues la falta de respeto impediría el *consenso racional* que perseguían respecto a sus interlocutores de la misma lengua: la sociedad española en plena crisis financiera. Es decir, que si se rompen las

---

<sup>5</sup> Véase la publicada por El País (23 octubre 2011) ([http://politica.elpais.com/politica/2011/10/23/actualidad/1319392784\\_983542.html](http://politica.elpais.com/politica/2011/10/23/actualidad/1319392784_983542.html)), en la cual se concluye que el 73% de la población está de acuerdo con las propuestas de los *indignados*. Este acuerdo aún se mantiene un año más tarde: [http://politica.elpais.com/politica/2012/10/06/actualidad/1349540108\\_595750.html](http://politica.elpais.com/politica/2012/10/06/actualidad/1349540108_595750.html)).

reglas básicas del habla española, los demás hablantes no podrán entender lo que se les dice. Pero desde ese respeto necesario, en una nueva situación social, se hace necesario introducir expresiones renovadas, reformular los usos del habla, frente a las repeticiones gastadas de los usos habituales que no hacen presente la nueva situación social, personal y vital.

La potencialidad de la creación expresiva nos permite esbozar nuevas alternativas para las nuevas situaciones, hasta ahora lingüísticamente inarticuladas. Estas reconstrucciones, estas nuevas expresiones sobre la situación social y política de España en los últimos años, se validan en la relación entre expresión (eslóganes del 15-M), objeto (estado de la economía y la política españolas) y circunstancia o acción (condiciones de introducción de dicha expresión, situación en la que se aprende a introducir la nueva expresión). Son siempre unas situaciones especiales, distintas, límite, las que obligan al ser humano a reformulaciones lingüísticas que expresen lo que la lengua hasta el momento no ha sido capaz de expresar.

### *3.3. Creatividad expresiva y mecanismos elocutivos retóricos*

La capacidad creativa, exigida y condicionada por la necesidad de comprensión de situaciones nuevas, la podemos mostrar, en los ejemplos seleccionados, valiéndonos de la teoría retórica elocutiva. La gran tradición retórica construyó una compleja teoría sobre los tropos y las figuras retóricas, intentando ofrecer respuesta a los cambios que se dan, en la línea elocutiva del discurso, con la intención de ser más eficaz en la interpretación del mundo y de esa manera obligar, con la *enérgeia* (Lausberg, 1975: 810-819) constructiva, a que los oyentes actuaran en el sentido en que los discursos proponían soluciones políticas y sociales. Esta teoría tropológica y figural, sin embargo, ha sido utilizada durante miles de años y de manera exclusiva para dar razón de la estética y el adorno discursivo, olvidando su finalidad social, origen y única razón del discurso retórico, al que hoy debemos llamar (para que el término *retórico*, tan mal utilizado durante siglos, no entorpezca) discurso de la persuasión social.

En las últimas décadas del siglo XX de manera tímida y de forma más habitual en estudios de finales del XX y comienzos del XXI, se ha observado el interés por recuperar procedimientos tropológicos como la metáfora para mostrar los orígenes de las conceptualizaciones en las que basamos nuestra visión del mundo. Un ejemplo clásico es el de Lakoff y Johnson (1980). Como desde otro ámbito nos recuerdan Nerlich, Clarke y Dingwall (2000), además de la metáfora es importante para la lingüística cognitiva el papel cognitivo de otros tropos y figuras retóricas como la aliteración, los préstamos lingüísticos o los clichés. Apoyándose en un determinado imaginario cultural, estas figuras refuerzan estereotipos culturales y modifican otros, como podremos ver en los ejemplos que analizamos a

continuación. Evidentemente las metáforas ni el resto de procedimientos retóricos de construcción discursiva no pueden estudiarse de manera aislada en el texto (error milenario), sino insertas en un imaginario cultural que refuerzan o modifican.

Si la teoría tropológica y figural recupera su sentido primero, las complejas expresiones de que da cuenta dicha teoría vuelven a activar la relación entre *expresión* novedosa, *objeto* del que se habla y *condiciones* que obligan a la reconstrucción de los usos de habla habituales. Lejos de constituirse en inventario de expresiones para ornamentar discursos (tal y como se ha entendido y se sigue entendiendo la retórica en muchos ámbitos, incluso filológicos, en los que pervive esta concepción obsoleta), la compleja teoría retórica de la *elocutio* (Pujante, 2011 y 2012) nos sirve hoy como un útil valiosísimo para describir los mecanismos que *reconstruyen* las situaciones de introducción del habla (los modos aprendidos en nuestra infancia y adolescencia), con la intención de expresar los objetos del mundo en las circunstancias en las que vivimos y que nos exigen determinadas acciones sociales y personales. El modo de decir novedoso, en retórica, siempre estuvo conectado con la circunstancia que lo exigía. Y en la conectividad de la *expresión* con la nueva *circunstancia* de la que da cuenta y el *objeto* sobre el que se habla, en esa conectividad se encuentra la validez expresiva (Martín Jiménez, 2012).

En este trabajo, y en razón de los ejemplos escogidos, nos valemos de la tradición retórica en lo que respecta a los mecanismos elocutivos tropológicos y figurales, para mostrar cómo aparecen nuevas formas expresivas, que, en su novedad constructiva, pretenden expresar una situación especial, como es la que desencadena las manifestaciones del 15M. Situación para la que las viejas expresiones que se han usado hasta el momento para hablar de las condiciones socio-políticas de España (principalmente el discurso de los políticos) se muestran inservibles, porque no expresan el modo de ver y de sentir la situación del país por parte de los jóvenes y de un grupo de ciudadanos amplio.

La mecánica discursivo-elocutiva nos permite ver cómo partiendo de unas bases inalienables que son las del aprendizaje del habla, en este caso el habla española (pero también de otras lenguas importantes en la globalización que vivimos, principalmente el inglés), se puede forzar una reconstrucción expresiva que, respetando las situaciones básicas de la lengua en la que estemos situados, y por tanto haciendo que todo receptor reconozca que seguimos situados en ella, se da, sin embargo, por medio del reprocesamiento creativo, nueva cuenta verbal de la nueva circunstancia.

#### 4. El análisis de tres eslóganes del 15-M

##### Eslogan 1: “Parados: ¡moveos!”



Nos encontramos ante una *figura de pensamiento o de sentencia*, pues su efecto no depende de la estructura lingüística, de la forma física del decir (Pujante, 2003: 258). Las llamadas figuras de pensamiento en la teoría retórica, si bien no se muestran como formas físicas especiales del decir (por lo que puede resultar más complicado el reconocerlas), sí manifiestan una fuerza y una energía expresiva que las hace especialmente convincentes. Seguimos, en nuestras denominaciones, la muy útil clasificación-resumen que hace Lausberg en su *Manual de retórica literaria* de todas las aportaciones de la tradición retórica en lo referente a las figuras de sentencia (Lausberg, 1975).

“Parados, moveos” es una *figura frente al público*, puesto que la figura nace del trato con el público, del manifiesto acercamiento del emisor al público, al que interpela; lo que no sucede en otros eslóganes, donde simplemente se hacen propuestas, pero sin esa manera directa de dirigirse al interlocutor (Pujante, 2003: 261).

Es una de las *figuras de la alocución*, en concreto un *apóstrofe* (Pujante, 2003: 262). Se apostrofa –dentro del conjunto de la sociedad española, a la que va dirigida toda la construcción discursiva del 15-M– a un grupo concreto: el de los “parados”. La originaria multiplicidad en el auditorio (público presente, televisivo o de las redes sociales), que leía los eslóganes que poblaban estas acampadas y manifestaciones, se focaliza en algunos eslóganes, como en este caso, que va dirigido a los “parados”. Es una *división ilocutiva* (como diría Fill, 1986). Así se consigue canalizar un *pathos* que no puede canalizarse en un discurso con interlocutor coral.

Pero junto a lo dicho tenemos que añadir que estamos también ante una *figura frente al asunto*, pues no es puramente apelativa, pretende llamar la atención sobre la necesaria movilización de las personas sin trabajo. Quien dice “¡Parados, moveos!” no solo crea una

expresión con fuerza especial elocutiva, también refuerza, subraya expresivamente la necesidad de moverse socialmente. Mirando este aspecto, la figuración que se crea entra dentro de la categoría de las *figuras semánticas* (Pujante, 2003: 268), en concreto el eslogan hace una *antítesis* en su variante *oxímoron*. El oxímoron consiste en colocar en contacto palabras de sentido opuesto (Lausberg, 1975: 210-223).

En el caso que estamos estudiando, la complejidad de la reconstrucción de la situación de introducción de habla es mayor, pues el oxímoron solo funciona cuando activamos, en un contexto en el que “parado” significa “persona sin trabajo”, su otro valor semántico, el de “persona que no se mueve”. En tal caso hemos hecho una *metalepsis*: la utilización de un sinónimo (“persona que está parada, que no se mueve”) en el contexto semántico que es propio del otro (“persona sin trabajo, en el paro”). El valor sinonímico inapropiado al contexto es el que se activa para crear entonces el oxímoron. Una construcción tropológica trae la construcción figural, como en una caída de fichas de dominó unas sobre otras. Así la breve expresión se preña de significado, de posibilidades, en una complejísima reconstrucción de habla con apariencia de sencillez, lo que hace todavía más eficaz la expresión: en su brevedad y en su sencillez expresiva, pero con una enorme potencialidad discursiva.

1) EXPRESIÓN FIGURAL (“¡Parados, moveos!”)
1.1) Figura de pensamiento o sentencia
1.1.1) Figura frente al público
1.1.1.1) Figura de alocución: apóstrofe (ilocución dividida)
1.1.2) Figura frente al asunto
1.1.2.1) Figura semántica: antítesis en variante oxímoron [dependiente de una previa construcción tropológica: una <i>metalepsis</i> ]

El “parado” es persona sin trabajo, pero básicamente en la lengua española una “persona parada” es la que no se mueve, y en la necesidad de la movilización (física y mental) está la clave del final del “paro”. El parado no puede permanecer pasivo. Un parado tiene que activarse, moverse socialmente, movilizarse, si quiere salir del *impasse* en el que lo han colocado los errores y las ineptitudes de los políticos en los diferentes gobiernos. Todo esto se concentra expresivamente en el eslogan “¡Parados, moveos!”, consiguiendo en tan económica forma expresiva una tan compleja expresividad.



**Eslogan 2:** “Si luchamos podemos perder, si no estamos perdid@s”



Una vez más nos encontramos ante una expresión breve que acumula una gran expresividad. Nos encontramos ahora ante una *figura de dicción: figura por orden* que se denomina *isocolon*, donde a su vez apreciamos un *zeugma*. Y los finales de las dos unidades que componen la frase muestran un *políptoton* o *polipote*, que es una repetición relajada del mismo verbo en variedades flexivas (Pujante, 2003: 244).

El isocolon es la yuxtaposición coordinada de dos o más miembros o incisos, mostrando el mismo orden en sus respectivos elementos (Lausberg, 1975: 166). En este caso contamos con dos miembros: “Si luchamos podemos perder, / si no [luchamos] estamos perdidos”. La economía expresiva pasa por la realización de un zeugma (una detracción parentética, que consiste en referir a un solo verbo diferentes expresiones, A (X/Y), Lausberg, 1975: 149): se evita la repetición de “luchamos”. Los dos miembros del isocolon configuran, a su vez, un políptoton en epífora: una repetición relajada de las formas perifrásticas de “perder” como final de ambos miembros: “... podemos perder/... estamos perdidos”. El esquema sería el siguiente:

Si	luchamos	podemos	perder,
A	B		CD
si no	[luchamos]	estamos	perdidos
A'	[B]		CD'

**Eslogan 3:** “Me gustas democracia pero estás como ausente”



En este caso nos encontramos ante un eslogan que es una doble *recontextualización*: Su origen textual se encuentra en un verso de Pablo Neruda: “Me gustas cuando callas, porque estás como ausente”, primer verso del poema 15 de *Veinte poemas de amor y una canción desesperada*, que se repite de manera variada o estricta dos veces más a lo largo del poema:

*Me gustas cuando callas porque estás como ausente,*  
 y me oyes desde lejos, y mi voz no te toca.  
 Parece que los ojos se te hubieran volado  
 y parece que un beso te cerrara la boca.  
 Como todas las cosas están llenas de mi alma  
 emerges de las cosas, llena del alma mía.  
 Mariposa de sueño, te pareces a mi alma,  
 y te pareces a la palabra melancolía;  
*Me gustas cuando callas y estás como distante.*  
 Y estás como quejándote, mariposa en arrullo.  
 Y me oyes desde lejos, y mi voz no te alcanza:  
 déjame que me calle con el silencio tuyo.  
 Déjame que te hable también con tu silencio  
 claro como una lámpara, simple como un anillo.  
 Eres como la noche, callada y constelada.  
 Tu silencio es de estrella, tan lejano y sencillo.  
*Me gustas cuando callas porque estás como ausente.*  
 Distante y dolorosa como si hubieras muerto.  
 Una palabra entonces, una sonrisa bastan.  
 Y estoy alegre, alegre de que no sea cierto.

La primera recontextualización se la debemos al cantante Javier Krahe, que en su disco *Toser y cantar* tiene una canción que se titula “Me gustas democracia”.<sup>6</sup> Comienza así: “Me gustas democracia, porque estás como ausente”. En dicha canción, el juego es irónico; el cantautor dice que le gusta precisamente la democracia que tenemos porque es una democracia formal, porque parece no serlo, no estar presente: está como ausente.

Me gustas, Democracia, porque estás como ausente  
 con tu disfraz parlamentario,  
 con tus listas cerradas, tu Rey, tan prominente,

---

<sup>6</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=1jL4Dbnv68o> (downloaded 20-9-2012).

por no decir extraordinario,  
tus escaños marcados a ocultas de la gente,  
a la luz del lingote y del rosario.

Me gustas, ya te digo, pero a veces querría  
tenerte algo más presente  
y tocarte, palparte y echarte fantasía,  
te toco poco últimamente.  
Pero, en fin, ahí estás, mucho peor sería  
que te esfumaras como antiguamente.

Los sesos rebozados de delfín  
que Franco se zampaba en el Azor  
nos muestran hasta qué grado era ruin  
el frígido y cristiano dictador.

Fue un tiempo de pololos, tinieblas y torturas...  
volvamos al aquí y ahora  
donde tú, Democracia, ya sé que me procuras  
alguna ley conciliadora,  
pero caes a menudo en sucias imposturas,  
fealdades que el buen gusto deplora.

Como el marco legal siempre le queda chico,  
y a eso el rico es muy sensible,  
si tirando, aflojando, empleando un tiempo y pico,  
se hace un embudo más flexible,  
que tú apañes la ley a medida del rico  
al fin y al cabo es muy comprensible.

¿Pero qué hay del que tiene poca voz,  
privado de ejercer tantos derechos,  
por qué al nudista pones albornoz,  
qué hay de los raros, qué hay de los maltrechos?

Y tus representantes selectos, Democracia,  
tus güelfos y tus gibelinos,  
cada día que pasa me hacen menos gracia,  
sus chistes son para pollinos.  
A enmendar tus carencias te veo muy reacia

y están mis sentimientos muy cansinos.

Y como ya me aburre decir continuamente  
 "eso no estaba en el programa"  
 no cuentes con que vaya hacia ti cuatrianualmente,  
 no compartamos más la cama,  
 vamos a separarnos civilizadamente.  
 Y sigue tú viviendo de tu fama.

Cuando veas mi imagen taciturna  
 por las cívicas sendas de la vida  
 verás que no me acercan a tu urna.  
 No alarguemos ya más la despedida.

En el blog *Música de fondo* leemos:

Acaso el cantautor Javier Krahe (Madrid, 30 de marzo de 1944) se haya convertido en autor de eslóganes sin proponérselo. Aunque ha declarado, y cantado, en más de una ocasión que no le inspiran las gracias de la clase dirigente, la canción *¡Ay Democracia!* de su disco *Toser y cantar* (18 Chulos, 2010) ha sido utilizada tanto para ilustrar la jornada electoral en el blog del periodista Ignacio Escolar, como para inspirar pancartas mostradas durante las manifestaciones del 15-M; que lo han visto estos ojitos<sup>7</sup>

El eslogan de la pancarta del 15M que elegimos para el análisis, sin embargo, tiene una interesante variante con respecto a la variante inicial de Krahe. Una conjunción adversativa “pero” en lugar de una causal “porque”. Con esta variante se rompe la ironía inicial del texto del cantautor. Lo mismo que a Neruda, en su contexto amoroso, le gustaba la amada *porque* estaba como ausente; a Krahe también, aunque irónicamente, le gusta la democracia *porque* está como ausente, en un equivalente total en su planteamiento político con el planteamiento amoroso de Neruda. Sin embargo la pancarta elimina la ironía: el ciudadano que ha tomado la cita de Krahe (no sabemos si conoce el origen nerudiano) nos dice que le gusta la democracia, *pero* lamenta que esté como ausente, siente que la democracia en la que vive no parece serlo. La ironía del verso de Krahe se convierte, en esta segunda recontextualización, en un lamento, en la manifestación pública de una carencia, en una crítica manifiesta, directa al sistema.

---

<sup>7</sup> <http://musicadefondo.wordpress.com/tag/javier-krahe/> (20-9-2012).

## 5. Discusión y conclusiones

El marco teórico constructivista que ha guiado nuestro análisis postula la inseparabilidad entre el sujeto enunciador (con todo su bagaje subjetivo y emocional), lo enunciado (y su conexión con otros enunciados: es decir, el proceso de recontextualización), los interlocutores en el espacio físico en el que se ha proferido así como los interlocutores que lo están recibiendo a través de las redes sociales, el contexto local en el que ha sido emitido, el entorno socio-político que ha dado origen a este acto de enunciación y la acción o acciones que los actores sociales presentes realizan de manera simultánea a estos actos comunicativos. Cuando tenemos en cuenta todas estas variables de manera conjunta creemos que estamos en mejor disposición para entender el significado complejo de los eslóganes seleccionados y la finalidad social de su creación.

Los procedimientos retóricos a que hemos recurrido para explicar la construcción creativa de los eslóganes aquí analizados superan en esta propuesta teórico-práctica que ofrecemos la antigua concepción tropológica sancionada por el *sermo ornatos* o discurso adornado, donde los tropos y figuras retóricas solo se entendían como plus ornamental. (Aquí nos valemos de ellos para analizar con precisión los procedimientos de reconstrucción de expresiones invalidadas por el uso tópico, desacreditado e inservible). Nos movemos, por tanto, en un camino que transitó con excelentes resultados el tándem Lakoff y Johnson (1980). Aunque los estudios posteriores (en el ámbito del análisis del discurso que se ha interesado por estos procedimientos) se han centrado durante demasiado tiempo y casi en exclusiva en el tropo por excelencia que es la metáfora, además de la metáfora es importante para la lingüística cognitiva el papel cognitivo de otros tropos y figuras retóricas como la aliteración, los préstamos lingüísticos o los clichés. Apoyándose en un determinado imaginario cultural, estas figuras refuerzan, tal y como hemos podido ver en nuestro análisis, estereotipos culturales, a la vez que modifican otros. Como ya hemos indicado, ni las metáforas ni el resto de procedimientos retóricos de construcción discursiva se pueden estudiar de manera aislada en el texto (error milenario), sino insertas en un imaginario cultural que refuerzan o modifican.

Los datos analizados en este trabajo constituyen enunciados proferidos por ciudadanos anónimos que canalizan su protesta (su *indignación*) frente a una crisis que no han provocado. El resultado discursivo, como hemos demostrado en nuestro análisis, es un gran número de eslóganes muy creativos en el plano del significado, pero también elaborados con gran complejidad retórico-discursiva.

Para interpretar el sentido social y razón última de la enorme creatividad que caracteriza básicamente a estos discursos, creemos que es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos. En primer lugar, considerar las circunstancias comunicativas y contextuales en las que estos mensajes se realizan. Se trata de eslóganes enunciados, obviamente, por individuos concretos, pero lo importante es que emergen de una acción comunicativa colectiva desarrollada en las numerosas asambleas, los paneles informativos, los blogs, las webs, etc. (Castells, 2012). Estos eslóganes serían, en nuestra opinión, el resultado de una “cognición distribuida”, un proceso cognitivo co-construido, resultado de la coordinación de actores diversos participando en el proceso comunicativo que se estaba desarrollando simultáneamente en las plazas públicas de muchas de nuestras ciudades.

Esta coordinación comunicativa era algo nuevo y, sobre todo, inesperado. Para muchos adultos, era una vuelta a las luchas democráticas de los años setenta (ocurridas tras la muerte del dictador Franco), pero para todos (jóvenes y adultos) era un proceso comunicativo distinto, inserto, como hemos indicado, en situaciones especiales, límite, que obligaban a estos ciudadanos a reformulaciones lingüísticas no expresadas hasta el momento en la democracia española. Los eslóganes surgían así, en la línea de Maturana y Varela (1990), en un *fluir* de interacciones continuas, de emociones y de acciones novedosas, en un momento socio-político que empezaba a considerarse conjuntamente por todos como una nueva etapa en nuestra joven democracia.

Nos encontramos, de esta manera, con discursos que han surgido del trabajo cooperativo de actores concretos que estaban viviendo un estado emocional y experiencial distinto, corporizado e inmerso en un determinado campo de sensación (Capra, 1996: 301). Para el sociólogo Castells (2012: 210), en su reciente reflexión sobre el movimiento del 15M y sobre el resto de levantamientos (mundo árabe, Islandia y Wall Street), estos ciudadanos consiguieron superar una de las emociones más primitivas, la del miedo; ello les permitió pasar a la acción.

Además, estos eslóganes se convertían a su vez en fuente potencial de otras posibilidades de cooperación y de creación más extensas porque, al estar expuestos en los paneles informativos de cada una de las plazas y al distribuirse continuamente, por los ciudadanos mismos, a través de los medios *on line*, atraían a más gente a las plazas. También por esta distribución masiva a través de las diversas redes sociales los medios de comunicación empezaron a prestarles atención (bien apoyándolos desde los *media* más orientados a la izquierda, bien denostándolos por los *media* más conservadores).

El segundo aspecto que creemos importante considerar en estos eslóganes es su finalidad comunicativa. En nuestra opinión, todos ellos confluyen en una función común, la activación

de un nuevo marco cognitivo que permitía desvelar y mostrar la profunda crisis de nuestra democracia. Por tanto, son eslóganes que se dirigen a una determinada audiencia (en este caso, la ciudadanía española y/o la clase política dirigente, aunque también algunos de ellos estaban escritos en inglés, lo cual indicaba que se habían creado para la ciudadanía global y/o para los poderes políticos internacionales) para transmitirle una nueva forma de interpretar la presente crisis socio-política, completamente opuesta a la interpretación ofrecida desde los poderes políticos. Estos eslóganes quieren evidenciar/revelar cómo los pilares de nuestra joven democracia se estaban tambaleando por la actuación mediocre y corrupta de nuestra clase política, dependiente del poder financiero neoliberal e incapaz de albergar ideas creativas para defender el interés de la ciudadanía; asimismo, intentan convencerla de la urgencia de construir algo nuevo entre todos (al respecto, véase también Salvador 2012: 17-18).

La necesidad de apelar a una noción como la de marco cognitivo, para dar cuenta de la construcción ideológica que se activa a través de los diferentes mensajes del movimiento del 15M, nos muestra cómo en el estudio de determinados discursos ideológicos (entre ellos los de cambio social) no basta un análisis de tipo pragmático-retórico. Con este nivel de análisis solamente daríamos cuenta de las intenciones particulares o funciones sociales de los distintos actos comunicativos transmitidos a través de cada uno de los eslóganes; pero seríamos incapaces de advertir por qué tales discursos fueron percibidos por la ciudadanía como verdades nuevas (Bruner, 1991), que invalidaban la confianza depositada en nuestra clase política dirigente. Para ello, es necesario reconocer que hay discursos que activan marcos de interpretación nuevos, porque suponen construcciones ideológicas distintas (imaginarios nuevos, como indica Castoriadis, 1975), a partir de las cuales muchos significados sociales y políticos cambian completamente. En este sentido, podríamos decir que, en la interpretación de la vida socio-política española, ha habido un antes y un después desde la irrupción del 15M (a pesar de que ello aún no ha provocado cambios políticos sustanciales, como se señala también en Montesano Montessori y Morales López, 2013; y en Castells, 2012: 146).

Estas dos características de los eslóganes señaladas (el grado de cooperación en el proceso de su construcción y su finalidad novedosa para activar un nuevo marco) contrastan con la principal característica del discurso político en las democracias actuales: asegurar la pervivencia del partido político propio, totalmente burocratizado y hermético a nuevas ideas, en competencia feroz por el poder con el resto de partidos (Castells, 2009); de ahí que estos discursos tengan como funciones casi únicas la auto-legitimación constante y la deslegitimación del adversario (Pujante y Morales-López, 2008, 2009; Morales-López, 2012d). Estas dos funciones han conseguido desplazar al discurso político creativo, espontáneo y ético,

precisamente el que la ciudadanía española empezó a reconocer en el movimiento del 15M. Frente a este discurso nuevo, el de los principales partidos españoles resulta algo caduco y añejo, como ejemplo evidente de comunicación política *estratégica* (“cálculo egocéntrico de resultados”, según Habermas 1981: 367), con una clara orientación hacia la persuasión partidista.

### Referencias:

- Albaladejo, T. (2009). Retórica de la comunicación y retórica en sociedad. En H. Beristáin y G. Ramírez Vidal (Eds.), *Crisis de la historia*, (pp. 39-58). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bartlett, F. (1932). *Recordar: estudio de psicología experimental y social*. Barcelona: Hora, 1982.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. New York: Ballantine Books.
- Berger, P. L., y Luckmann, Th. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1986.
- Blommaert, J., y Jie, D. (2010): *Ethnographic fieldwork. A beginner's guide*. Bristol: Multilingual Matters.
- Bourdieu, P. (1990). *Language as symbolic power*. Cambridge: Polity Press.
- 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.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castoriadis, C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*. París: Seuil.
- Cicerón, M. T. (1997). *La invención retórica*. Madrid: Gredos (Traducción, introducción y notas de Salvador Núñez).
- Condor, S., y Antaki, Ch. (1997). Cognición social y discurso. En T. A. van Dijk (Ed.), *El discurso como estructura y proceso*, vol. 1, (pp. 453-489). Barcelona: Gedisa.
- Couceiro-Bueno, J. C. (2012). *La carne hecha metáfora. La metaforicidad constituyente del mundo*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Damasio, A. (1994). *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*. Barcelona: Crítica.



- Damasio, A. (2010). *Y el cerebro creó al hombre. ¿Cómo pudo el cerebro generar emociones, sentimientos y el yo?* Barcelona: Destino [Título original: *Self comes to mind*].
- Fill, A. F. (1986). 'Divided illocution' in conversational and other situations- and some of its implications. *IRAL*, XXIV, (1), 27-34.
- Forgas, J. P. (1981). Epilogue: Everyday understanding and social cognition. En Forgas, J. P. (Ed.), *Social cognition. Perspectives on everyday understanding* (pp. 259-272). Nueva York: Academic Press.
- Gomila, T., y Calvo, P. (2008). Directions for an embodied cognitive science. Toward an integrated approach. En P. Calvo y T. Gomila (Eds.), *Handbook of cognitive science: An embodied approach* (pp. 1-25). Ámsterdam: Elsevier:.
- Habermas, J. (2001). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra.
- Halliday, M. A. K. (1977). Text as semantic choice in social contexts. En M. A. K. Halliday (2002): *Linguistic studies of text and discourse*, (Ed. Webster, J. J.). (pp. 23-87) Londres: Continuum.
- Harré, R. (1981). Rituals, rhetoric and social cognitions. En J. P. Forgas (Ed.) *Social cognition. Perspectives on everyday understanding* (211-224). Nueva York: Academic Press.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Lausberg, H. (1975). *Manual de retórica literaria*. Madrid: Gredos, 3 vols.
- Lorenz, K. (1972). El concepto dialógico de verdad. En J. A. Nicolás y M. J. Frápolli (Eds.), *Teorías contemporáneas de la verdad*(pp.611-624). Madrid: Técnos, 2012.
- Martin, J. (1974). *Antike Rhetorik. Technik und Methode*. Munich: Beck.
- Martín Jiménez, A. (2012). El componente retórico y el componente simbólico en la publicidad. Análisis de los anuncios de energía eólica de Iberdrola. *Revista de Filología de La Rioja* (en prensa).
- Maturana, H. y Varela, F. (1990). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del conocimiento humano*. Barcelona: Debate, 1999.
- Maturana, H. (1996). *La realidad: ¿objetiva o construida?* Barcelona/México DF.: Anthropos, Universidad Iberoamericana, vol. 1.
- Maturana, H. (2006). Self-consciousness: How? When? Where?. *Constructivist Foundations*, 1 (3): 91-102.

- Miranda, E. (1987). La Lingüística del texto de János Petöfi. *Documentos Lingüísticos y Literarios*, 13, 23-28.
- Montesano Montessori, N., y Morales López, E. (2013). The study of innovative discourses of change. Reinventing democracy in Spain: the case of 15 M (en proceso de evaluación).
- 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, E. (2012b): "Speech acts and argumentation: debate between a transnational (Repsol) and activists through the website", *EID&A*, 3 ([http://www.uesc.br/revistas/eidea/espanol/index.php?item=conteudo\\_revistas\\_eletronicas.php](http://www.uesc.br/revistas/eidea/espanol/index.php?item=conteudo_revistas_eletronicas.php)).
- Morales-López, Esperanza (2012c). Análisis de discursos ideológicos en la empresa: La deslegitimación y la defensa de las energías renovables. *FORUM. Qualitative Social Research*, 13 (3), Art. 20. (<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1864>).
- Morales-López, Esperanza (2012d). El discurso político de Rafael Correa (Presidente de Ecuador). *Tonos Digital*, 23. (<http://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/monotonos>).
- Moscovici, S. (1981). On social representations. En J. P. Forgas (Ed.), *Social cognition. Perspectives on everyday understanding* (pp. 181-209). Nueva York: Academic Press.
- Navarro, V., Torres López, J., y Garzón Espinosa, A. (2011). *Hay alternativas. Propuesta para crear empleo y bienestar social en España*. Madrid: Ediciones Sequitur.
- Navarro, V., Torres López, J., y Garzón Espinosa, A. (2012). *Lo que España necesita*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- 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.
- Nicolás, J. A., y Frápolli, M. J. (Eds.) (2012). *Teorías contemporáneas de la verdad*. Madrid: Técno.
- Nietzsche, F. (2000). *Escritos sobre retórica*. Madrid: Trotta.
- Ortega y Gasset, J. (1976). *El tema de nuestro tiempo*. Madrid: Revista de Occidente.
- Peraire, J. (2012). L'argumentació publicitària: les paraules del diseg. *Didàctica de la llengua i de la Literatura*, 58 (juliol), 57-70.

- Perelman, Ch., y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Petöfi, J. S., y García Berrio, A. (1978). *Lingüística del texto y crítica literaria*. Madrid: Comunicación.
- Pujante, D. (1997). *Un vino generoso. (Sobre el nacimiento de la estética nietzscheana: 1871-1873)*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Pujante, D. (2003): *Manual de retórica*. Madrid: Castalia.
- Pujante, D. (2011). Teoría del discurso retórico aplicada a los nuevos lenguajes. El complejo predominio de la *elocutio*. *Rétor*, 2, 186-214.  
[http://revistaretor.org/pdf/retor0102\\_pujante.pdf](http://revistaretor.org/pdf/retor0102_pujante.pdf).
- Pujante, D. (2012). La operación *elocutio*, ¿una reina destronable?: Su complejo predominio en el discurso retórico. En E. del Río, M. C. Ruiz de la Cierva, y T. Albaladejo (Eds.), *Retórica y Política: Los discursos de la construcción de la sociedad* (pp. 175-188). Logroño: Gobierno de La Rioja-Instituto de Estudios Riojanos-Ayuntamiento de Calahorra.
- Pujante, D. y Morales López, E. (2008). A political action against popular opinion: Aznar's final speech before the Spanish Parliament justifying the war in Iraq (December 2003). *Journal of Language and Politics*, 7 (1), 71-98. (Una versión actualizada y en español se ha publicado en *Discurso & Sociedad*, 2009, 3 (4), 769-806, [www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)).
- Pujante, D. y Morales López, E. (2009). Los aspectos argumentativos de las respuestas de Rajoy a un grupo de ciudadanos en el programa de televisión española *Tengo una pregunta para usted* (2007). *Oralia*, 12, 357-390.
- Pujante, D. y Morales López, E. (2012). Discurs, anàlisi crític i transdisciplinarietat. En V. Salvador (Ed.), *L'ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d'avui* (pp. 81-104). Valencia: Edicions Tres i Quatre.
- Rovatti, P. A. y Vattimo, G. (1988). *El pensamiento débil*. Madrid: Cátedra.
- Salvador, V. (2012). L'ull despert: panoràmica. En V. Salvador (Ed.), *L'ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d'avui* (pp. 9-49). Valencia: Edicions Tres i Quatre.
- Scollon, R. y Wong Scollon, S. (2001). *Intercultural communication*. Segunda edición. Malden, Mass.: Blackwell.
- Sousa de Santos, B. (2009). Las paradojas de nuestro tiempo y la plurinacionalidad. En A. Acosta y E. Martínez (Eds.), *Plurinacionalidad. Democracia en la diversidad*, (pp. 21-62). Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Varela, F., Thompson, E., y Rosch, E. (1997). *De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. Barcelona: Gedisa.

Voloshinov, V. N. (1929). *El marxismo y la Filosofía del Lenguaje*. Madrid: Alianza, 1992.

### The authors

**David Pujante** es licenciado en Filología Románica por la Universidad de Barcelona (1979). Actual Catedrático de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada en la Universidad de Valladolid. Con clases impartidas en la Facultad de Filosofía y Letras (Retórica literaria) y en la Facultad de Derecho (Retórica jurídica). Profesor con anterioridad en las universidades de Alicante y La Coruña. Profesor visitante en la Universidad de Florencia (Italia). Miembro en la actualidad del *Council* de la revista *Rhetorica. A Journal of the History of Rhetoric* (publicada por la International Society for the History of Rhetoric y la University of California Press, Berkeley). Investigador del Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y Fondos Feder para el período 2007-2010: CEI: “Comunicación en la Empresa y en las Instituciones: Análisis del Discurso y Retórica” (HUM2007-61936FILO).

Autor de libros como *El hijo de la persuasión. Quintiliano y el estatuto retórico* (1996; revisado y ampliado, 1999) y *Manual de Retórica* (2003 y 2009); y también de numerosos artículos y capítulos de libro sobre discurso y retórica, entre los que se encuentran: “The role of dispositio in the construction of meaning: Quintilian’s perspective” (Leuven University Press, 2003), “O alemão como garantia de qualidade para o mercado automobilístico espanhol: uma análise retórica do lançamento do Citroën C5” (en *Retórica e mídia*, Florianópolis, Brasil, 2009) o “Teoría del discurso retórico aplicada a los nuevos lenguajes. El complejo predominio de la *elocutio*.” (*Rétor*, Buenos Aires, 2011). Es coeditor del monográfico sobre discurso político en *Oralia* (2009).

**Esperanza Morales López** es doctora en Filología Románica por la Universidad de Barcelona (con una tesis en el área de Pragmática); en ella impartió clases durante un año (Campus de Tarragona). En 1990 y parte de 1991, realizó una estancia postdoctoral en la Universidad de California, en Berkeley. Desde 1991 imparte clases en la Universidad de A Coruña (desde 1992 como Profesora Titular de Universidad). Es coordinadora de los proyectos *Bilingüismo lengua de signos/lengua de signos* (<http://ruc.udc.es/dspace>) y *CEI (Comunicación en la Empresa y en las Instituciones)*, <http://cei.udc.es>).

Ha publicado artículos en las editoriales Michigan University Press, Gallaudet University Press, Pergamon and Cascadilla Press; en las revistas internacionales *Text and Talk*, *Review of Applied Linguistics*, *Discourse and Society*, *Sign Language Studies*, *Journal of Language and Politics*, *Journal of Pragmatics*, *Discurso* (UNAM, Mexico) y *EID&A* (Brasil); y en las revistas españolas *Oralia* (Spain), *Monteagudo*, *Signa*, *Tonos Digital*, entre otras. Es co-editora del libro *Sign Bilingualism* (2008; John Benjamins) y del monográfico sobre discurso político en *Oralia* (2009).