

NUEVAS DESIGUALDADES SOCIOESPACIALES A TRAVÉS DEL DISCURSO DE PODEMOS

Marina V. Larionova*
Anastasia V. Demkina**

RESUMEN. El artículo, desde la óptica discursiva del partido Podemos, analiza nuevas desigualdades socioespaciales que enfrenta España. Su discurso, entendido como instrumento para hacer política, basado en las ideas de posmodernismo y posestructuralismo y alimentado desde fuentes filosóficas latinoamericanas, configura el espacio socio-político en torno al eje antagónico, cuyos conceptos clave, entre otros, son: *democracia-sociedad* contra *oligarquía de casta*; *colonizados* contra *colonizadores*; *plurinacionalidad* contra *etnocentrismo*. A partir de la teoría laclau-niana que postula la inexistencia de la realidad política fuera del espacio discursivo porque está llena de “significantes vacíos” que carecen de significado concreto, Podemos enfocó su doctrina política como lucha por los sentidos para articular un movimiento político en torno a su discurso y para enfrentar nuevos desafíos de la modernidad.

PALABRAS CLAVE. Desigualdades socioespaciales, España, Podemos, discurso político, antagonismo.

* Profesora en la Universidad MGIMO, Rusia. Dirección electrónica: larionova.m@list.ru

** Profesora en la Universidad MGIMO, Rusia. Dirección electrónica: a.v.dyomkina@yandex.ru

NEW SOCIO-SPATIAL INEQUALITIES THROUGH OF THE DISCOURSE OF PODEMOS

ABSTRACT. The article, from the discursive perspective of the Podemos party, analyzes new socio-spatial inequalities that Spain faces. Understanding their discourse as an instrument to make politics, based on the ideas of postmodernism and poststructuralism and enriched from Latin American philosophical sources, configures the socio-political space around the antagonistic axis, whose key concepts, among others, are: democracy-society against oligarchy of caste; colonized against colonizers; plurinationality against ethnocentrism. Starting from the Laclauian theory that says that the political reality outside the discursive space does not exist because it is full of “empty signifiers” that lack concrete meaning, Podemos focused its political doctrine as the struggle for senses to articulate a political movement around its discourse and face new challenges of modernity.

KEY WORDS. Socio-spatial inequalities, Spain, Podemos, political discourse, antagonism.

INTRODUCCIÓN

En el contexto socioeconómico de poscrisis en España, cuando las clases medias enfrentaron un empobrecimiento agudo y repentino y vieron fracasar los intentos de superar la crisis con recetas e instrumentos sugeridos por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM), los líderes políticos españoles acudieron con mayor esperanza a la valiosa experiencia de los países latinoamericanos en activo desarrollo. En particular, la trayectoria sociopolítica de países como Bolivia, Ecuador y Venezuela despertó profundo interés entre los politólogos y políticos españoles en su deseo de buscar programas y estrategias capaces de responder a los desafíos de nuevos tiempos. La creciente aceleración de la globalización hizo creer en la posibilidad de

transferir las estrategias políticas, económicas y discursivas del Nuevo Mundo al Viejo.

Creado en 2014, el partido Podemos encarnó de forma institucional en la arena política española la tendencia que estaba madurando a lo largo de los últimos años. Los jóvenes políticos y profesores de ciencias políticas de la Complutense —Pablo Iglesias, Íñigo Errejón, Juan Carlos Monedero, Carolina Bescansa, Manuel Canelas, Luis Alegre y otros—, futuros líderes y fundadores de Podemos, no solo estudiaron exhaustivamente la experiencia teórica latinoamericana, sino obtuvieron una considerable práctica laboral allí. Así, Pablo Iglesias, el actual secretario general de Podemos, pasó un periodo de prueba en el Centro de Estudios de América Latina en Cambridge, Íñigo Errejón dedicó su tesis doctoral al estudio del «Movimiento al Socialismo» (MAS) en Bolivia, Juan Carlos Monedero trabajó de asesor para el gobierno de Venezuela, Manuel Canelas sirvió como viceprimer ministro del gobierno de Bolivia.

En nuestra investigación resaltamos la evidencia de paralelismos políticos, económicos y sociales que comparten España y América Latina en el contexto de nuevas desigualdades, producidas por el modelo de desarrollo neoliberal. Curiosamente, estas dos partes del mundo, tan próximas histórica y culturalmente, y tan diferentes política y socialmente, llegaron a tener similitudes, generadas por los nuevos desafíos de carácter global. Esta coincidencia sembró en la mente de los futuros líderes de Podemos la idea de que sería posible extrapolar las recetas políticas, económicas y discursivas de América del Sur hacia España para ensayarlos en el ámbito socioespacial español. No obstante, en el artículo centramos la atención en las apropiaciones cognitivas, pragmáticas y discursivas de la esfera política latinoamericana, asimiladas y desarrolladas por los dirigentes y pensadores de Podemos en el espacio sociopolítico español.

La actualidad de la investigación que realizamos está determinada por la necesidad de postular la importancia de interpretar el discurso político como instrumento cognitivo para verbalizar la realidad y, a la vez, como acción social a la que recurren los políticos para cumplir con sus funciones. El discurso político se manifiesta como evento comunicativo dirigido al electorado, y se verbaliza a través de los textos, sean escritos u orales, de índole política. La intertextualidad del discurso

político, o sea, la interdependencia e interinfluencia de los textos políticos, constituye su característica tipológica (Larionova, 2015, pp. 31-46).

La novedad científica del estudio radica en el intento de revelar los vínculos filosóficos, ideológicos y tipológicos que unen el discurso del partido español Podemos con la realidad socioespacial y discursiva latinoamericana. Nuevas desigualdades sociales, producidas en las sociedades latinoamericana y española a raíz del curso económico neoliberal, mueven a los ideólogos de Podemos, en busca del éxito electoral, a compartir experiencias teóricas y prácticas latinoamericanas que permitan articular las demandas de la ciudadanía mediante los postulados discursivos entendidos como acción política.

El objetivo planteado consiste en revelar la profunda interdependencia de la comunicación política, entendida como actividad cognitiva, discursiva y social, y los nuevos desafíos socioespaciales que enfrentan las sociedades de España y América Latina. Para eso se determinan rasgos característicos del nuevo discurso político que realizan los líderes y los ideólogos del partido español Podemos, distinto del discurso sistémico convencional.

La metodología de la investigación se centra en el análisis discursivo de la realidad sociopolítica, enriquecida por los estudios comparativos del pensamiento político español y latinoamericano y reforzada por investigaciones cognitivas de los conceptos clave que configuran el espacio discursivo de la comunicación política del partido Podemos en su aspecto sincrónico y diacrónico.

Como material empírico se estudian textos discursivos de Podemos, sean documentos programáticos, intervenciones y entrevistas, publicaciones en la prensa y en las redes sociales. Tras establecer las constantes específicas del discurso de Podemos y explicar su génesis, tomando en consideración estudios críticos de los politólogos españoles y latinoamericanos, en el artículo se formulan conclusiones que resumen los resultados obtenidos a raíz de la investigación.

La grave situación económica en la España de los años 2008-2014 causada por una profunda recesión, motivó en los políticos de la oposición española hablar de un nuevo tipo de colonialismo urbano, es decir, la situación en la que un estrecho estrato de la población —la

casta (metáfora discursiva de Podemos)— que mantiene el poder en las manos, llega a controlar la mayor parte de los bienes públicos. En ese contexto, las clases medias españolas vieron sus derechos infringidos a raíz de las acciones ineficaces de las autoridades políticas. Simultáneamente, los políticos gobernantes, bajo una fuerte presión desde Bruselas y los organismos financieros internacionales, en vez de ayudar a los ciudadanos de a pie, los traicionaron, tras elaborar programas anticrisis destinados a salvar a los banqueros y la banca. Así, el empeoramiento de la situación económica, el creciente desempleo y los drásticos recortes de subvenciones sociales, han desprotegido a los españoles en su propio país. España experimentó una notable fuga de mano de obra cualificada. Muchos profesionales se han visto obligados a abandonar su tierra e ir a los países europeos y latinoamericanos más prósperos económicamente en busca de trabajo y una vida mejor.

En esta situación, las autoridades comunitarias y los organismos financieros internacionales —el FMI y el BM, ante todo—, se portaron como nuevos *colonizadores*, mientras que a los ciudadanos españoles de a pie se les asignó el papel de *colonizados* (Iglesias, 2014, p. 158). Así fue la interpretación de la situación económica en España, sugerida por los líderes del partido Podemos en su intento de explicar los referentes de los políticos que estaban en 2014 en el poder en España. La oposición metafórica *colonizadores-colonizados*, generada y aplicada a la sociedad española por los políticos podemitas, se atribuye a la inspiración discursiva latinoamericana y responde plenamente al nuevo contenido económico y político, configurado por las nuevas desigualdades de tipo global.

MARCO TEÓRICO

El discurso político se entiende en el artículo, de acuerdo con la opinión de muchos investigadores, como una práctica comunicativa que los políticos utilizan para cumplir con sus funciones profesionales y para desarrollar una comunicación política (Alvar, 1987; Guerrero Salazar, Núñez Cabezas, 2002). El discurso del partido Podemos que nace como fuerza política antisistémica, entre otros, se basa en los postulados de la filosofía marxista y neomarxista, reinterpretados a través

de la teoría de la hegemonía cultural como método indirecto de la dominación política desarrollado por Gramsci (1975), en los criterios neomarxistas de Wallerstein y su teoría del sistema-mundo y el antagonismo centro-periferia (2007), en el concepto del enemigo político de Schmitt (2014), así como en los estudios discursivos de Laclau y Mouffe (2004) que contribuyeron significativamente a la evolución del posestructuralismo con su teoría del discurso, articulación, significantes vacíos y significantes flotantes en el contexto político-social.

Laclau y Mouffe parten considerando el discurso como un medio de comunicación e interpretación del mundo que constituye *una totalidad significativa que trasciende la distinción entre lo lingüístico y lo extralingüístico*. Según su teoría, diferentes tipos de discursos siempre están en condición de una lucha interna y compiten entre sí para atribuir significantes a los fenómenos y las relaciones del entorno social. Es por eso que la tarea primordial de la práctica discursiva es controlar y dominar los procesos de “articulación”, entendida esta como la necesidad de estructurar la realidad social, asignando significantes a los signos, estableciendo, reproduciendo y cambiando las relaciones de identidad, juntando y combinando conceptos, al constituir de esta manera una nueva identidad y realidad (Laclau, Mouffe, 2004).

Según la teoría de Laclau-Mouffe, el discurso desarticula sistemas que atribuyen sentidos a los procesos sociales, valiéndose del momento de la dislocación, o sea, el remitente del mensaje es capaz de establecer nuevos vínculos semánticos que se alinean a través de la “emancipación” de elementos particulares y la articulación de nuevos significantes. Los campos semánticos que configuran el entorno político-social, interpretados como conceptos con significantes vacíos o flotantes, como imán, atraen y sintetizan las demandas sociales, sin que jamás se articule su significación plena fuera del contexto político determinado. Dada la dinámica de las prácticas discursivas, el emisor del mensaje goza de la posibilidad de construir su propia visión socioespacial a través de metáforas e imágenes vivas que incrementan el poder del discurso:

hay una proliferación de ‘significantes flotantes’ en la sociedad, y la competencia política puede ser vista como intentos de las fuerzas políticas rivales de fijar parcialmente esos significantes a

configuraciones significantes particulares. Las luchas discursivas sobre las formas de fijar el significado de un significante como ‘democracia’, por ejemplo, son centrales para explicar la semántica política de nuestro mundo político contemporáneo. (Laclau, 2004, p. 5)

Al interpretar la ideología y la actividad de los partidos políticos como fenómeno discursivo, Laclau insiste en que la realidad política fuera del espacio discursivo no existe porque está llena de “significantes vacíos” que carecen de significado, son imágenes sin referente claro. El discurso es la capacidad de pensar y actuar en el marco de un campo signifiante que antecede a los hechos: “la hipótesis básica de una aproximación discursiva es que la misma posibilidad de percepción, pensamiento y acción depende de la estructuración de un cierto campo signifiante que preexiste a cualquier inmediatez factual” (Laclau, 2004, p. 1). Los fundadores de Podemos, compartiendo y partiendo de esta noción, procedieron a actuar, enfocando su doctrina política como disputa y lucha por los sentidos que permite categorizar y realizar acciones prácticas: “los significados de las cosas no están dados, son producto de una construcción previa” (Errejón, 2012).

Los líderes de Podemos, desde su aproximación a la política como acto social, recurrieron a la metáfora de la lucha contra la desigualdad y el nuevo colonialismo en Europa, trazando así un paralelo con el desafío de las nuevas desigualdades en América Latina. La situación económica en los países de la Unión Europea es muy variada por razones históricas y coyunturales. La relativa «pobreza» de los países del Sur de Europa, agudizada por las consecuencias de la crisis económica y contrastada con las condiciones privilegiadas de Alemania, Francia y Gran Bretaña, despertaron una profunda indignación en España y la retórica anticolonial de Podemos ganó popularidad entre el electorado español en el contexto socioeconómico parecido al de América Latina.

El discurso de Podemos, que se apoya en los pilares filosófico-discursivos de posmodernismo y posestructuralismo, integra la praxis política de los regímenes populistas latinoamericanos. Los líderes de Podemos subrayan reiteradas veces que califican la política populista latinoamericana como experiencia positiva y comparten la visión de

que la política se hace, ante todo, para satisfacer las principales aspiraciones de las capas amplias de ciudadanía. Es por eso que evitar el lenguaje sofisticado y hablar como habla la gente es un deber y una necesidad para los políticos eficaces. Cabe destacar que *populismo* fue elegido palabra del año 2016 en España (Fundéu BBVA, 2016). En el nuevo contexto social, *populismo* denomina “la tendencia política que pretende devolver el poder a las masas populares frente a las élites” (Fundéu BBVA, 2016). Tal significado se aproxima mucho a la idea del *populismo* propuesta por Laclau y Mouffe, quienes interpretaban este concepto como lógica política encaminada a alcanzar una verdadera democracia a raíz de detectar auténticos intereses del pueblo para separarlos de los postulados falsos que se le imponen por las élites gobernantes, canalizarlos y crear un amplio movimiento social (2004).

La tarea principal para los ideólogos de Podemos ha sido ofrecer argumentos seductores para saturar el debate político con nuevos significados y obtener el apoyo electoral. Pongamos como ejemplo del denominado significativo vacío en el discurso de Podemos el actual concepto de *plurinacionalidad* que, propagado primero en Bolivia, resurgió en España con otro significado que le atribuyeron los dirigentes de Podemos en sus intentos de sugerir salida para paliar el desafío independentista en Cataluña.

La aspiración de los líderes de Podemos de recuperar la emoción de la política, entre otras razones, se atribuye a la influencia de la cultura política latinoamericana. Según Monedero, “la experiencia latinoamericana nuestra nos ayudó a entender que había que romper con la denegación de la política” (Fajardo, 2015). Así, el discurso de Podemos es un intento de hacer frente a la desilusión de la ciudadanía por la esfera política, en general, y al desprecio hacia los políticos de los partidos sistémicos que perdieron la confianza popular, en particular.

Al mismo tiempo, el caso latinoamericano evidenció a los especialistas de Podemos la urgente necesidad de crear alianzas populares sumamente transversales para unir a vastas capas de población afectada por la crisis en el país. Estos grupos sociales se negaron a identificarse, valiéndose de las tradicionales categorías políticas de la izquierda o la derecha, sino pretendieron hablar en voz de todos los humildes e impactados por la crisis. Es otro paralelismo que manifiesta la profunda

inspiración latinoamericana en que se apoya el discurso político de Podemos.

Los fundadores de Podemos, en su deseo de *asaltar el cielo*, siguiendo los pasos de Laclau en la interpretación metafórica de la política como guerra de trincheras, reconfiguraron el espacio político español tras establecer dos campos opuestos a través de uno de sus conceptos discursivos clave: *los de arriba* y *los de abajo* (Rivero, 2015). Así, la línea horizontal *izquierda-derecha* quedó abandonada, olvidada y sustituida por la vertical *arriba-abajo*. *Los de arriba* —*la casta*— es la minoría de los políticos gobernantes y oligarcas, cargados de responsabilidades por la recesión y el empobrecimiento dramático de la mayoría de los españoles. *Los de abajo* —*todos aquellos que no son casta*— son ciudadanos de a pie, los *indignados* y los desprotegidos, los decepcionados que no quieren callar más, es *el pueblo en marcha*, capaz de derrumbar la realidad política que dejó de responder a sus aspiraciones.

Se puede resumir la aproximación de los líderes de Podemos a la comunicación política con una frase: “nombrar es hacer la política” (Monedero, 2014). En otras palabras, la estrategia discursiva de Podemos reúne diferentes instrumentos pragmáticos y lingüísticos como espacio de sentidos que de por sí constituye significantes capaces de empoderar procesos e identidades sociales. El discurso de Podemos se caracteriza por dos rasgos tipológicos que le son particularmente propios: es profundamente performativo y empático. Performativo, en su sentido original, promovido por Austin en el libro *Cómo hacer cosas con palabras* (Austin, 1962), significa que los enunciados discursivos no se reducen a nombrar o describir conceptos o eventos, sino por el mismo hecho de nombrar o expresarlos, los realizan. El mismo nombre del partido implica un fuerte impulso de aspiración a los cambios y transmite un llamamiento a actuar, a emprender acciones que se presentan como reales. Las *ideas fuerza* del discurso de Podemos —*nosotros, cambio, participación, dignidad, transparencia, ciudadanía, pueblo, mayoría, soberanía*— se identifican con el partido mismo y determinan las acciones de la gente a la que están dirigidas: *participar para, con ilusión, facilitar el cambio y demostrar que con transparencia se consigue la dignidad* (Segurado, 2014). La *empatía* del discurso político de Podemos, es decir, su capacidad de conectar emocionalmente con los ciudadanos, reconocer

sus dificultades y aspiraciones, permitió liquidar la distancia entre el partido y su electorado, romper los estereotipos que contraponen a los políticos y a la gente simple y acabar con casi cuarenta años del bipartidismo español.

De esta manera, el enfoque discursivo en la comunicación política permite interpretar el lenguaje no solo como objeto de la realidad que la realidad misma genera y que sirve como medio de su cognición, nominación y verbalización mental. El lenguaje, configurando y modelando la realidad política, se convierte así en el sujeto de la realidad e instrumento para hacer política (Larionova, 2017).

Es importante subrayar que la cambiante realidad sociopolítica en España y la nueva posición de Podemos, que se convirtió en un partido sistémico tras irrumpir en la arena política e integrar a sus representantes en el parlamento, obliga a los líderes a cambiar su discurso, buscando nuevas metáforas fuertes con que sea posible mantener e incrementar el apoyo del electorado. A los que antes denominaban *casta* ahora los califican como *antipatriotas*, *los de esmoquin*, *mafia del canapé*, *los que observan desde el palco de honor*, marcando así distancia entre los podertenientes y los ciudadanos de a pie. La nueva constante del discurso podemita es el concepto *trama*, que, en palabras de Pablo Iglesias, constituye:

una suerte de red organizada que conecta a los empresarios más poderosos con algunos dirigentes de partidos políticos tradicionales e incluso algunos representantes del poder judicial; en ella tienen cabida la Casa Real y otras instituciones y actores que, en definitiva, son quienes realmente manejan los hilos, quienes ostentan el poder real. (citado por López de Miguel, 2017)

NUEVAS DESIGUALDADES EN ESPAÑA Y AMÉRICA LATINA A TRAVÉS DE LA ÓPTICA DISCURSIVA DE PODEMOS

Pese a todos los avances tecnológicos y el desarrollo de la democracia, hoy por hoy, tanto América Latina como España, experimentan nuevos desafíos socioeconómicos y políticos que las alejan del estado de equili-

brio, estabilidad y prosperidad. Las desigualdades que afectan la región iberoamericana proceden principalmente del modelo del desarrollo económico neoliberal que, resolviendo unos problemas de la sociedad, al mismo tiempo genera nuevos desequilibrios.

De hecho, España y América Latina comparten desigualdades, tanto sociopolíticas como discursivas, que visibilizan o, al contrario, acallan los problemas de determinados grupos de la sociedad. La crisis financiera en Europa, el conflicto con el fmi y el bm, la desestabilidad económica y social despertaron nuevas aspiraciones entre los ciudadanos españoles, parecidas a las que enfrentan las sociedades latinoamericanas que históricamente viven en un entorno bastante vulnerable política y económicamente. De allí, era fácil para las protestas del 15 de mayo en España y el Movimiento de Indignados resucitar la oposición metafórica, a primera vista tan impropia para el contexto político-discursivo español, de *colonizadores–colonizados*, promovida por los futuros líderes de Podemos que encontraron inspiración en la tradición latinoamericana.

*Desafío del nuevo colonialismo urbano
en el discurso institucional de Podemos*

En 2014 uno de los lemas clave de Podemos para la campaña electoral al Parlamento Europeo fue: «No queremos ser una colonia de Alemania, el fmi y el bm» (Iglesias, 2014, p. 158). Con estas palabras, el líder del partido intentó expresar un profundo desacuerdo y descontento de los españoles por las recetas anticrisis, elaboradas por la Troika, constituida por la Comisión Europea, el fmi y el bm. Paradójicamente, esta retórica anticolonialista resultó inesperada y, a la vez, orgánica para el discurso político español. El lema sonó sorprendente porque España nunca fue colonia de nadie, desde los tiempos del Imperio Romano. Al contrario, el Imperio Español disponía de vastas colonias en América Central y del Sur entre los siglos xv-xix. Sin embargo, al saber lo que significa ser metrópoli, es difícil vivirlo cuando designan un rol opuesto, el de una colonia estafada por su socio más seguro, en caso de España, por la Unión Europea. Es por la real situación sociopolítica que la metáfora

mencionada resultó tan potente y los medios de comunicación de España, junto con las redes sociales, no tardaron en propagarla.

Con el lema propuesto, Podemos apeló al problema de la deuda externa que desde su punto de vista es un instrumento que usan los organismos financieros para manipular España, técnica parecida a la que tradicionalmente aplican para someter a los países latinoamericanos al dominio de los fondos internacionales:

De América Latina aprendimos que la deuda externa está diseñada para ser impagable, y que los países que más han crecido lo hicieron con una quita sustancial y una auditoría pública de su deuda. [...] La deuda hoy es un mecanismo de mando y saqueo de los pueblos del sur. Eso es lo que está sucediendo en esos países que, con marcado racismo, algunos denominan PIGS. (Iglesias, 2014, p. 160)

Este discurso contra un nuevo tipo de colonialismo posiciona los países del sur de Europa, llamados PIGS (acrónimo formado por la letra inicial de los nombres en inglés de cada país: Portugal, Italy, Greece, Spain) como actores que hacen frente a los organismos internacionales financieros y a sus vecinos más afortunados. De allí se construyen las relaciones sociales de antagonismo y oposición de los actores políticos:

Nuestros pueblos no son menores de edad, ni colonias de ningún fondo de inversiones, no conquistaron y defendieron su libertad para entregársela a una oligarquía financiera. [...] Es escandalosa la facilidad con que remueven aquí los lobbies al servicio de grandes corporaciones, así como las puertas giratorias que convierten a los representantes de la ciudadanía en millonarios a sueldo de grandes empresas. Hay que decirlo alto y claro: esta manera de funcionar hurta la soberanía de los pueblos, atenta contra la democracia y convierte a los representantes políticos en casta. (Iglesias, 2014, p. 161)

Estos fragmentos del discurso de Iglesias en el Parlamento Europeo el 30 de junio de 2014, sirven como ejemplo de la retórica discursiva de

Podemos contra el nuevo colonialismo y desigualdad en Europa. Ese tipo de discurso anticolonial resultó muy prolífico para los conceptos potentes y metáforas fáciles de interpretar y recordar con que apela Podemos a su electorado: *casta*, *colonia de la Troika*, *puertas giratorias*, *pueblos menores de edad*; así como sus oposiciones metafóricas *casta-no casta*, *países del sur-oligarquía financiera*, *ciudadanía-millonarios*, etc. Curiosamente, este ejemplo discursivo de Podemos implica una fusión integral de las fuentes teóricas conceptuales que alimentan su comunicación política. Por un lado, se trata de la teoría del sistema-mundo y el antagonismo centro-periferia de Wallerstein aplicados para poner de manifiesto un profundo desequilibrio económico que divide Europa. Por otro lado, se aplica la teoría del enemigo político de Carl Schmitt que permite distinguir claramente a los amigos de los enemigos políticos y hace evidente para el ciudadano el bando correcto a cuál pertenecer y apoyar electoralmente.

Las ideas políticas de Podemos como nuevo centro de lucha social, transmitidas a través de su discurso, encontraron una profunda comprensión en la conciencia pública de los españoles que se vieron afectados por la crisis que les ubicó en la periferia social. El electorado envió un impulso de respuesta, votando por el Partido nuevo que alcanzó a distanciarse de los partidos sistémicos.

Tradición de manifestación callejera en España y América Latina a través de la óptica discursiva de Podemos

El ejemplo del asalto al poder realizado por el MAS en Bolivia y su capacidad de establecer los marcos de hegemonía discursiva, sin lugar a dudas, fascinó a los fundadores de Podemos. Errejón y Canelas sostienen que “el MAS supo, sin embargo, jugar exitosamente el papel de cristizador de la acumulación de protestas sociales contra el modelo económico neoliberal y el sistema de partidos unido en el consenso en torno al drástico programa de ajuste” (Errejón, Canelas, 2012). El logro principal de los del MAS en Bolivia, según los ideólogos de Podemos, fue “instalar una agenda, un lenguaje político y un horizonte de sentido” (Errejón, Canelas, 2012). Esta misma estrategia de comunicación

–instalar una agenda, un lenguaje político y un horizonte de sentido– la llevaron a cabo los dirigentes de Podemos para canalizar en el espacio discursivo la ola de las protestas del 15 de mayo de 2011 (el 15-M).

La metáfora cognitiva de “antagonismo” es uno de los pilares del discurso de Podemos que, curiosamente, se remonta a los lemas de protesta nacidos en las calles de las ciudades españolas a raíz de las manifestaciones del 15-M. El movimiento de *Los indignados* reunió a los españoles que se sentían estafados por los políticos en el poder y no estaban de acuerdo con las medidas adoptadas para salir de la crisis. Fueron estas consignas populares que sonaron en las calles en los días de protestas: *Sin el pueblo no sois nada; No somos mercancía de políticos y banqueros; Ni PSOE ni PP; No nos representan; Que se vayan; Error del sistema; Lo llaman democracia y no lo es; Esto no es una cuestión de izquierda contra derechas, es de los de abajo contra los de arriba* (Robledo, 2013).

Estos lemas sirvieron de base ideológica para que Podemos construyera su modelo metafórico discursivo: “POLÍTICA es ANTAGONISMO”. Laclau y Mouffe entendían el antagonismo como “límite de la objetividad”, lo postulaban como una determinada enfermedad, núcleo traumático, en torno al cual se organizan y estructuran las relaciones sociales. Es por eso que el tema de antagonismo esté más presente que cualquier otro en el discurso de Podemos.

Se trata, por ejemplo, del lema de *Los indignados*: “No somos anti-sistema, el sistema es anti-nosotros”, transformado en la boca de Iglesias en “el PP es un partido antisistema, pero Podemos es la ley y el orden” (Iglesias, 2016a). Lo utilizó también otro representante del partido, Pablo Echenique, quien afirma: “Podemos no es antisistema, es un partido responsable”, conservando así la oposición antagónica de los conceptos discursivos (Echenique, 2015).

Otros lemas que se oyeron durante las manifestaciones de mayo destacan una deriva paulatina hacia la desaparición del eje tradicional izquierda-derecha en el nuevo discurso político: “Esto no es una cuestión de izquierda contra derechas, es de los de abajo contra los de arriba”; “Cuando los de abajo se mueven, los de arriba se tambalean”. Diferentes variantes de estos lemas los utilizó Iglesias posteriormente como metáforas discursivas para subrayar la confrontación entre las élites políticas y los ciudadanos comunes: *clases inferiores y clases*

superiores; los de arriba y los de abajo. El discurso podemita contrapone el concepto de *poderes financieros* al de *ciudadanía*, al crear una de sus metáforas clave que revela el antagonismo entre el totalitarismo financiero y la democracia (Iglesias, 2015).

A los políticos del sistema los denominan en el discurso de Podemos con una serie de expresiones metafóricas que crean la imagen de la cúpula poderosa que está al poder: *privilegiados*, *élites*, *los de arriba*, *titeres*, *agentes contables de poderes exteriores*, *gatos*, *señores encorbatados*, *régimen del 78*. La última metáfora, que obedece al antagonismo *pasado-presente*, está cumpliendo una función importante: se refiere a la transición española realizada en 1978, una de las etapas más importantes de la historia moderna de España, que tradicionalmente se valora como muy progresista. Sin embargo, su uso con tono peyorativo permitió a Podemos librar una lucha discursiva por el pasado con el fin de deslocalizar el significado de un evento histórico lleno de connotaciones positivas para atribuirle un nuevo sentido. De este modo, la transición española en el discurso de Podemos se asocia con lo “viejo, con los más afortunados y la oligarquía”, lo que contradice a la oficial interpretación del periodo.

Tras articular el antagonismo entre el gobierno y la sociedad, los líderes de Podemos se valieron de una serie de conceptos para caracterizar la situación y el momento histórico sin precedentes para España en que nació el partido, es decir, “momento de excepción cuando de repente en la sociedad española se hicieron visibles y flagrantes las divisiones profundas”, que representaron una *grieta* para que los políticos de Podemos puedan intervenir (Torreblanca, 2015). La interpretación del periodo de transición adquiere un nuevo significado y contenido, ya que, según Podemos, refleja la oposición antagónica de la *democracia-sociedad* contra la *oligarquía de casta*.

El fenómeno de la corrupción que afectó profundamente a las sociedades española y latinoamericana, alcanza una interpretación peculiar en el discurso de Podemos. El contenido discursivo del concepto *trama* que Podemos entiende como “red de poder político, financiero, judicial y mediático, y así hasta la Corona y la Iglesia, que secuestra la soberanía nacional” (Juste, 2017), implica la oposición antagónica de *los de abajo-los de arriba* o *colonizadores-colonizados*. Los ideólogos del partido creen que la estratificación entre los ricos y pobres a raíz de la crisis, en

realidad, no es más que la otra cara de la corrupción: “es un modelo de país que ha puesto a trabajar al Estado contra la sociedad, una minoría que engordaba sus cuentas mientras que la mayoría veía cómo las suyas adelgazaban, eso es la corrupción” (Iglesias, 2015).

La corrupción, de acuerdo con la lógica discursiva de Podemos, es la culpa no sólo de unos cuantos políticos atrapados “por la mano” que son imputados en procesos judiciales muy polémicos, sino también de todos aquellos que son cada vez más ricos, mientras que los ingresos de la población se reducen. Por lo tanto, los expertos en la comunicación de Podemos tratan de hiperbolizar deliberadamente la corrupción para que se perciba como una amenaza nacional y como una plaga global.

En el tema discursivo del antagonismo social, las élites políticas se contraponen a los ciudadanos comunes, a los que Podemos, manteniendo dicha oposición contrastiva, denominan *los de abajo, ratones, los humildes, los que están peor que antes, los que se enfrentaron a la vergüenza y la cobardía de unos gobernantes que solo defendían sus privilegios sin importarles nada más*. Al mismo tiempo, los ideólogos del partido atribuyen a la gente común cualidades positivas, por ejemplo, la llaman *gente valiente* (Iglesias, 2015).

Concepto de “plurinacionalidad” como píldora discursiva de Podemos contra aspiraciones independentistas: “nueva estética” y su efecto pragmático

El único país del mundo que incorpora el adjetivo «plurinacional» en su nombre oficial es Bolivia. Este cambio de nombre oficial del país efectuado en 2009 (Estado Plurinacional de Bolivia) lo consideran un gran logro del presidente Evo Morales, quien insistió en realizar el renombramiento para integrar bajo el mismo concepto a diversos grupos étnicos, principalmente indígenas, que componen el país, y apaciguar a los representantes de los movimientos autonomistas de las regiones del país económicamente afortunadas. El ejemplo de Bolivia, sin duda, inspiró la iniciativa propuesta por Podemos para España: crear un Ministerio de Plurinacionalidad.

La idea de la plurinacionalidad, aportada por Errejón a partir de la experiencia boliviana, adquirió en el suelo español distinta forma

pragmática, sin ser apoyada ni compartida por todos. No obstante, este concepto en el discurso actual de Podemos conserva su fuerza cognitiva y cumple en medio de la crisis independentista catalana el mismo rol que logró interpretar en Bolivia: ser «instrumento para contrarrestar/integrar las reivindicaciones regionalistas/nacionalistas» (Pi, 2016).

Para enfatizar la idea de plurinacionalidad, Podemos aplica la técnica pragmática extralingüística, inspirada en la experiencia boliviana. Se trata de la “nueva estética” de Podemos, es decir, provocativa heterogeneidad, exaltada con intención por los diputados podemistas en muchas ocasiones públicas. A diferencia de las normas de comportamiento aceptadas, los nuevos diputados se negaron a vestir ropa formal y corbata, no aplaudieron en las ocasiones protocolares, etc. Ese estilo informal de conducta se parece mucho al comportamiento aplicado por el MAS en el parlamento boliviano. Así lo recuerda Errejón:

Cuando yo veía quién conformaba la nueva Asamblea: las mujeres campesinas amamantando, diputados que asistían a sesionar con el casco de minero [...] claramente te dabas cuenta de que habían entrado en los lugares del poder gentes que no lo habían tenido y que eso había despertado una reacción inmediata, furibunda, de quienes habían entendido que esos lugares del poder les pertenecían por derecho. (citado por Soto-Trillo, 2015)

Lejos del deseo de provocar por provocar, los diputados de Podemos en el Congreso, remitían con su conducta un importante mensaje pragmático y discursivo a sus electores. Su aspecto, manera de vestir y de portarse, sus peinados, aproximándolos a *los de abajo*, en seguida hicieron evidentes las profundas diferencias entre los podemistas y la *casta*. La imagen de un político que se construye a través de su aspecto físico, su vestimenta, sus modales de urbanidad, etc., en el espacio político discursivo, en todo momento sumergido en la vida real, no deja de crear y transmitir nuevos significados, actualizando, por ejemplo, conceptos clave como *proximidad al pueblo*, *protesta*, *infracción del protocolo*. El potencial cognitivo de los factores extralingüísticos en el marco del discurso político posee un fuerte efecto pragmático, lo que permite ejercer influencia directa en los receptores de la información.

Discurso político de Podemos como instrumento para integrar a los inmigrantes latinos en la sociedad española: concepto de patriotismo

Siempre muy atento a la técnica discursiva de Laclau y a las ideas de Habermas sobre el concepto de la patria (Habermas, 2007), Iglesias se valió de la dislocación como método discursivo, en su mensaje del 12 de octubre de 2016 con motivo del Día de Hispanidad, para demostrar cómo se puede cambiar la percepción de un evento histórico a nivel comunicativo y del pensamiento público. Al dirigirse a los latinoamericanos, enfatizó que siente orgullo por su independencia y celebra que los trabajadores latinoamericanos hayan venido a España para trabajar junto con los españoles a construir un nuevo país. (Iglesias, 2016b). Esta declaración tuvo un efecto discursivo, ya que contradice la interpretación oficial de la fiesta que no condena la hispanización de América Latina, sino al revés, la posiciona como un logro histórico. No obstante, no se puede olvidar que muchos latinos que llegan a España a trabajar, perciben el descubrimiento del Nuevo Mundo por Cristóbal Colón de una manera muy diferente. Para los latinoamericanos, también para los que están integrados en la sociedad española, este día marca el inicio de la época colonial, la pérdida de la independencia, un duro golpe contra su identidad nacional y cultural. Por lo tanto, la postura de Podemos respecto al 12 de octubre, sin duda, es un desafío contra la postura oficial española y, a la vez, una manifestación de un nuevo tipo de patriotismo, que no es “ciego”, sino “constructivo”, en términos de Habermas (2007).

Al aplicar las técnicas discursivas de articulación, es decir, resaltando el esfuerzo laboral de los inmigrantes latinos, Iglesias trata de cambiar la óptica desde la cual los españoles ven a los latinoamericanos en su país. Ya no son la gente ajena que llegó desde lejos para ganarse la vida, sino personas que cumplen una labor importante para la sociedad española y, por lo tanto, merecen pleno respeto. El concepto de *patriotismo* en el discurso de Podemos está lleno de un contenido nuevo. Se basa en las ideas de la soberanía nacional y el Estado de bienestar: ser patriota significa actuar, pagar impuestos, ser un ciudadano entusiasta. El patriotismo deja de interpretarse como un amor exaltado a la patria y se convierte en una actitud enérgica y activa ante nuevos desafíos.

Podemos busca ofrecer otro modelo del patriotismo que sea alternativo a la idea históricamente propagada por las fuerzas españolas de la derecha.

Según Podemos, la activa conducta civil del patriota es mucho más importante que su nacionalidad. Pablo Iglesias sostiene que “español es todo aquel que vive y trabaja en España”, mientras que el país de origen, el color de la piel, la lengua e incluso la nacionalidad, carecen de importancia para la identidad nacional (Iglesias, 2018).

CONCLUSIONES Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El discurso entendido como instrumento de la política y espacio socio-cultural en que operan diferentes actores, constituye una infraestructura fundamental de la comunicación política del partido Podemos. El discurso podemita desconoce improvisación o espontaneidad, en él cada acción está muy bien pensada desde el punto de vista del momento, lugar concreto, forma de su realización, su presentación discursiva y su difusión por los canales mediáticos.

A raíz de la investigación se llega a las siguientes conclusiones:

- El éxito institucional de Podemos, inspirado en los lemas de las protestas callejeras, se atribuye, entre otras razones, al entendimiento de que el discurso coexiste con las acciones sociales, cuyo sentido y relevancia se forman precisamente gracias a los mecanismos discursivos;
- El discurso de Podemos como parte integrante de su política, basado en las ideas de posmodernismo y posestructuralismo y los criterios discursivos de Laclau y Mouffe, refleja plenamente los nuevos desafíos y desigualdades que comparten las sociedades española y latinoamericana;
- Al interpretar la ideología y la actividad de los partidos políticos como fenómeno discursivo –“nombrar es hacer política”–, los líderes de Podemos insisten en que la realidad política fuera del espacio discursivo no existe porque está llena de «significantes vacíos» que carecen de significado concreto. Los fundadores de Podemos

- enfocaron su discurso como disputa y lucha por los sentidos que permiten categorizar y realizar acciones prácticas;
- Dado que la comunicación política no solo verbaliza la realidad, sino participa en su creación y transformación, el discurso de Podemos es performativo, pragmático y empático, así como capaz de generar efecto comunicativo dirigido en despertar en el electorado una actitud necesaria y estimularlo a actuar. No se puede olvidar que la intención principal del discurso político sigue siendo la lucha por el poder;
 - La lógica discursiva de Podemos se basa en el modelo metafórico “política es antagonismo”. El eje antagónico configura el nuevo espacio sociopolítico: *los de arriba–los de abajo, casta–los que no son casta, colonizados–colonizadores, régimen del 78–momento actual, patriota–antipatriota*, etc.;
 - La retórica del nuevo colonialismo, inspirada desde América Latina, sirvió de ejemplo para los políticos de Podemos, que con ayuda de sus estrategias comunicativas se atrevieron a trazar paralelos discursivos de índole populista en la España de poscrisis, tras introducir en su discurso, entre otros, conceptos de plurinacionalidad, patriotismo, trama, etc.

Los resultados de la investigación explican las tendencias nuevas del discurso político español actual, que cobra una profunda inspiración en la filosofía postmodernista y en la riquísima tradición latinoamericana, y permiten estudiar desde las aproximaciones establecidas en el artículo las prácticas discursivas de los partidos políticos de otros países, tanto con el fin de analizar cada discurso en particular, como para crear la metodología de su análisis comparativo.

Para concluir, subrayemos que a pesar del éxito de la primera etapa de la carrera política de Podemos en 2014, muy pronto, ya a finales de 2015, quedó claro que, para seguir atrayendo votos, el partido necesita transformar su discurso y adaptarlo mejor a los nuevos desafíos de la realidad cambiante (Demkina, 2017). ¿Por qué ha bajado notablemente el apoyo electoral de Podemos? ¿Qué se puede hacer para frenar esta tendencia? ¿Acaso en cierto momento debería haber cambiado Podemos su aspiración a la hegemonía política, dado que la España moderna se parece

muy poco a las sociedades dibujadas por Gramsci y es bastante inmune ante las tendencias populistas del peronismo argentino o la mezcla de bolivarismo y castrismo forjada por Hugo Chávez? (Villacañas, 2017).

FUENTES CONSULTADAS

- ALVAR, M. (coord.) (1987). *El lenguaje político*. Madrid: Fundación F. Ebert e Instituto de Cooperación Iberoamericana.
- AUSTIN, J. L. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- ДЕМКИНА, А. В. (2017). Коммуникационная стратегия партии Podemos: как не растерять поддержку электората, став частью системы? Ибероамериканские тетради. Вып. 4(18). М.: ИМИ МГИМО МИД России. С. 52-61.
- DEMкина, A. V. (2017). Kommunikacionnaya strategiya partii Podemos: kak ne rasteryat' podderzhku elektorata, stav chast'yu sistemy? Iberoamerikanskiye tetrady. Vyp. 4(18). M.: IMI MGIMO MID Rossii. S. 52-61.
- ECHENIQUE, P. (2015, enero 15). *Podemos no es antisistema, es un partido responsable*. Recuperado de http://www.eldiario.es/politica/Pablo-Echenique-Podemos-antisistema-responsable_0_346115929.html
- ERREJÓN, Í. (2012). *La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del mas en Bolivia (2006-2009): un análisis discursivo* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- ERREJÓN Í., CANELAS, M. ¿La Patria de los indios o los indios por la Patria? Recuperado de <http://www.recp.es/uploads/files/modules/congress/10/papers/281.pdf>
- FAJARDO, L. (2015, abril 15). Cómo América Latina influyó en Podemos, el partido que sacudió la política en España. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150430_internacional_podemos_relacion_america_latina_lf
- FUNDÉU BBVA. (2016, diciembre 30). Populismo, palabra del año 2016 para Fundéu BBVA. *Fundéu bbva*. Recuperado de <https://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-la-fundeu-bbva/>

- GRAMSCI, A. (1975). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. México: Juan Pablos Editor.
- GUERRERO, S., NÚÑEZ, E. A. (2002). *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
- HABERMAS, J. (2007). *Identidades nacionales y postnacionales*. Madrid: Tecnos.
- IGLESIAS, P. (2014). *Disputar la democracia. Política para los tiempos de la crisis*. Madrid: Akal.
- IGLESIAS, P. (2016a, mayo 20). *El PP es un partido antisistema, pero Podemos es la ley y el orden*. Recuperado de https://www.elespanol.com/espana/20160520/126237741_0.html
- IGLESIAS, P. (2016b, diciembre 10) *Patriota de verdad es quien defiende a su gente*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=bHt5xXY84AQ&t=80s>
- IGLESIAS, P. (2018, marzo 3). *Español es todo aquel que vive y trabaja en España*. Recuperado de <https://twitter.com/pnique/status/969988662376255489>
- IGLESIAS, P. (2015, febrero 4). *Discurso íntegro de Pablo Iglesias en la Puerta del Sol*. Recuperado de <https://www.lamarea.com/2015/02/04/discurso-integro-de-pablo-iglesias-en-la-puerta-del-sol/>.
- JUSTE, R. (2017). *Ibex 35. Una historia herética del poder en España*. Madrid: Capitán Swing.
- LACLAU, E. Y MOUFFE, CH. (2004). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- LACLAU, E. (2004, primavera). *Discurso*. *Estudios*, 68, 7-18. Recuperado de perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/ernestolaclau-discurso.pdf
- ЛАРИОНОВА, М. В. (2017). Дискурсивная стратегия испанской партии «Подemos»: политика как борьба за смыслы. *Изв. Саратов. унта. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика*. Т. 17, вып. 4. С. 389-394.
- LARIONOVA, M. V. (2017). Diskursivnaya strategiya ispanskoy partii «Podemos»: politika kak borba za smyislyi. *Izv. Sarat. unta. Nov. ser. Ser. Filologiya. Zhurnalistika*. T. 17, vyip. 4. S. 389–394.

- ЛАРИОНОВА, М. В. (2015). *Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография*. Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. испанского языка. Москва, Россия: МГИМО-Университет.
- LARIONOVA, M. V. (2015). *Ispanskiy gazetno-publitsisticheskiy diskurs: iskusstvo informatsii ili masterstvo manipulyatsii?: monografiya*. Mosk. gos. in-t mezhdunar. otnosheniy (un-t) MID Rossii, kaf. ispanskogo yazyika. Moskva, Rossiya: MGIMO-Universitet.
- LÓPEZ DE MIGUEL, A. (2017, marzo 5). Cambio de discurso en el nuevo Podemos: de la casta a la trama. *Público*. Recuperado de <http://www.publico.es/politica/cambio-discurso-nuevo-casta-trama.html>
- MONEDERO, J. C. (2014). *Curso urgente de política para gente decente*. Barcelona: Planeta.
- PI, J. (2016, enero 23). La plurinacionalidad de Podemos y la tesis de Errejón. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/politica/20160123/301616431039/plurinacionalidad-podemos-tesis-errejon.html>
- PÚBLICO. (2016, junio 24). Así te hemos contado el último día de campaña electoral. *Publico.es*. Recuperado de <http://www.publico.es/politica/directo-cierre-campana-elecciones.html>
- RIVERO, J. (2015). *Podemos. Objetivo: asaltar los cielos. Desde dentro, sin filias y sin fobias, el retrato más transparente del partido que lidera Pablo Iglesias*. Barcelona: Planeta.
- ROBLEDO, P. (2013, julio 27). Las frases y lemas del Movimiento 15M más utilizados. *Movimiento 15M*. Recuperado de www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html
- SCHMITT, C. (2014). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza Editorial.
- SEGURADO, N. (2014, octubre 20). El diccionario de Podemos: los conceptos fetiche del partido, desde la 'casta' a los 'círculos'. *20 minutos*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/2271717/0/podemos/conceptos-fetiche-casta/asamblea-partido/#xtor=AD-15&xsts=467263>

- SOTO-TRILLO, E. (2015, junio 18). El laboratorio boliviano de Íñigo Errejón, Estudios de Política Exterior. *Estudios de Política Exterior*. Recuperado de <https://www.politicaexterior.com/actualidad/el-laboratorio-boliviano-de-inigo-errejón/>
- TORREBLANCA, J. I. (2015, abril 6). La grieta se abrió el 15-M. *El País*. Recuperado de https://politica.elpais.com/politica/2015/04/01/actualidad/1427900555_562001.html
- VILLACAÑAS, J. L. (2017). *El lento aprendizaje de Podemos*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- WALLERSTEIN, I. (2007). *Geopolítica y geocultura. Ensayos sobre el moderno sistema mundial*. Barcelona: Kairós.

Fecha de recepción: 20 de junio de 2018
Fecha de aceptación: 8 de octubre de 2018