



# Discurso & Sociedad

Copyright © 2021  
ISSN 1887-4606  
Vol. 15(3) 647-678  
[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

## **Paisajes discursivos en movimiento: análisis de la manifestación feminista del 8 de marzo de 2020 en Barcelona**

*Discursive landscapes in movement: analysis  
of the March 8<sup>th</sup>, 2020 demonstration in  
Barcelona*

*Alba Marín Romero*  
Universitat Pompeu Fabra

*Montserrat Ribas*  
Universitat Pompeu Fabra

## Resumen

*El propósito de este trabajo es presentar y explorar la noción de paisajes discursivos en movimiento como una aproximación epistemológica y metodológica a partir del análisis de la manifestación feminista del 8 de marzo de 2020 de Barcelona. Para ello, nos acercamos a la manifestación mediante la exploración de 5 grandes parámetros de análisis: (1) el formato de los mensajes, (2) las temáticas que se abordan, (3) las lenguas en que se transmiten (cuando se hace verbalmente), (4) los elementos semióticos que aparecen en los mensajes, y (5) las características o estrategias discursivas más relevantes.*

*Planteamos este análisis como un primer acercamiento a los paisajes discursivos en movimiento y, más que conclusiones firmes, presentamos su potencial analítico y proponemos algunas invitaciones finales a la reflexión y al debate, así como futuras líneas a desarrollar.*

**Palabras clave:** Paisajes discursivos en movimiento, manifestación 8M 2020, semiótica feminista, ACD.

## Abstract

*The main aim of this paper is to present and explore the notion of discursive landscapes in movement as an epistemological and methodological approach based on the analysis of the 8<sup>th</sup> March, 2020 demonstration in Barcelona. To do this, we approach the manifestation by exploring 5 major parameters of analysis: (1) the format of the messages, (2) the topics that are addressed, (3) the languages in which they are transmitted, (4) the semiotic elements that appear in the messages, and (5) the most relevant discursive features or strategies.*

*This analysis is a first approach to the discursive landscapes in movement notion and, rather than conclusions, we present its analytical potential and introduce some final reflections and future lines to develop and debate.*

**Keywords:** Discursive landscapes in movement, 8<sup>th</sup> March, 2020 demonstration, feminist semiotics, CDA.

Los estudios del discurso hace ya un par de décadas que prestan especial atención a los trabajos que se llevan a cabo desde la semiótica del espacio (Harvey, 2006; Lefebvre, 1991) en general, y los paisajes lingüísticos y semióticos (Blommaert, 2013; Jaworsky y Thurlow, 2011; Landry y Bourhis, 1997; Martín Rojo, 2012) en particular. La noción de “paisaje”, entendida desde estos marcos conceptuales, no se limita al concepto cartográfico de representación del espacio, sino que remite a una construcción cultural en constante movimiento. El *paisaje*, por decirlo de algún modo, es la expresión de una forma de estar en el mundo, es la forma que adoptan los lugares en los que transcurren nuestras vidas; y, por consiguiente, puede ser leído como una expresión de la complejidad de los discursos que atraviesan la construcción de lo social.

Nuestro paisaje urbano actual es sin duda una de las formas en las que se expresa el androcentrismo hegemónico; es ese lugar en el que las lógicas que rigen la producción del conocimiento global se vuelven espacios de regulación de las formas en las que se expresa la vida cotidiana. Es quizás, en terminología de Foucault (1982) uno de los lugares en los que se manifiesta más claramente la noción de *sujetos sujetados*. ¿Qué sujetos tienen derecho a tener una vida habitable en nuestras ciudades? El derecho a tener vidas habitables que reclama insistentemente Butler (2002) y que conecta con aquel “derecho a la ciudad” que reclamaba Lefebvre (1967) nos anima a plantearnos desde los Estudios Críticos del Discurso y la Semiótica Feminista del Espacio una aproximación al análisis de la manifestación del 8 de marzo de 2020 en Barcelona.

El propósito de este trabajo es, pues, presentar y explorar la noción de *paisajes discursivos en movimiento* como una aproximación epistemológica y metodológica, a caballo entre los análisis de la semiótica urbana, los paisajes lingüísticos y las inquietudes y aportaciones de los ECD. En concreto, nos proponemos analizar: 1) qué significado podemos atribuir a la manifestación del 8 de marzo desde una semiótica feminista; y 2) qué dicen y cómo se expresan las voces de las mujeres en las calles de la ciudad.

Para responder a estas preguntas desde una posición feminista, creemos que es indispensable comentar cómo y desde dónde nos hemos aproximado al análisis. El corpus se ha confeccionado, principalmente, a partir de fotografías de la manifestación tomadas por las propias investigadoras y se ha complementado mediante la recogida colaborativa de fotografías de otras manifestantes amigas, colegas y conocidas. Este dato es importante subrayarlo porque informa de que el análisis se ha llevado a cabo a través de una metodología de acción participativa y no, por ejemplo, desde corpus de

repertorios fotográficos ajenos a nuestra experiencia. Esta aproximación epistémica y metodológica pone en cuestión algunas de las formas más habituales de aproximarse a la construcción del conocimiento. Concretamente, propone alejarse de las formas hegemónicas heredadas de lógicas androcéntricas y patriarcales y apostar por epistemologías que abran la posibilidad de explorar nuevas formas de cognición y de expresión. Esta actitud crítica que propone nuevas vías exploratorias necesita abrirse también a nuevas formas de análisis. Nuestra opción ha sido trabajar conjuntamente los datos a través del diálogo y el debate constructivo que se ha generado desde la experiencia situada de las autoras.

### **Qué significado podemos atribuir a la manifestación del 8 de marzo desde una semiótica feminista**

La manifestación del 8 de marzo tiene una doble lectura: por un lado, la de la protesta reivindicativa; y, por el otro, la de convertir el paisaje opresor en un paisaje emancipatorio; es decir, la de ir reescribiendo la ciudad en contra de la opresión de género. Como en toda manifestación reivindicativa, el 8 de marzo, el feminismo (o los feminismos, como se prefiera) toma la calle para denunciar las desigualdades, sometimientos, opresiones, agresiones, etc. que siguen viviendo las mujeres en el siglo XXI. Manifestarse es una forma de protestar, de visibilizar los motivos que mueven a los colectivos a salir a la calle y, por supuesto, de exigir justicia social. Manifestarse es, pues, una reacción a un agravio colectivo, una acción de denuncia que se expande por la ciudad a través de las voces, cuerpos, palabras, imágenes, etc. de quienes se sienten involucrados en él. Una manifestación es un paisaje que se dibuja a sí mismo recorriendo la ciudad.

La manifestación feminista del 8 de marzo que analizaremos en este trabajo es, por decirlo de algún modo, la manifestación institucionalizada; es decir, la que desde los estamentos gubernamentales ha sido significada como el acto central de la reivindicación feminista. En esta manifestación participan grupos de distintas procedencias e ideologías y, en general, hay representación de los partidos políticos, que por la razón que sea (a veces es puro maquillaje) quieren aparecer como “feministas”. En concreto, la razón de haber elegido esta manifestación responde a que es la manifestación que aglutina voces feministas más diversas; es la más multitudinaria y, además, transcurre por espacios emblemáticos del centro de la ciudad.

En cuanto a la especificidad semiótica de las manifestaciones del 8 de marzo, frente a otras como, por ejemplo, las del 1 de mayo, conviene señalar que el paisaje que construye la manifestación feminista es en sí mismo un paisaje alternativo al que preexiste a su recorrido. Si, como decíamos más arriba, el espacio público de nuestras ciudades es un espacio que se articula en masculino; un espacio que reproduce el orden patriarcal hegemónico, ocuparlo desde “lo otro” femenino, es hacerle hablar, aunque sólo sea por unas horas, otro lenguaje, darle otra voz, expresarse desde otro cuerpo y abrirlo a nuevos diálogos y a nuevas posibilidades.

Por otra parte, es importante insistir en que el análisis de un *paisaje discursivo en movimiento* no puede hacerse sin situar los mensajes en un lugar específico, en un espacio físico concreto. De acuerdo con estudios recientes de la geografía urbana, la sociología crítica o el ACD, entendemos que el espacio no es ni un contexto donde “se enmarcan” los discursos, ni un conjunto neutro, asexuado y homogéneo; sino que es una construcción multimodal semiótica. Por lo tanto, tiene pleno significado y en él se manifiestan una serie de estructuras sociales, culturales y políticas (Blommaert, 2013). De hecho, un espacio concreto designa, selecciona y limita el tipo de actividades que se llevan a cabo, por lo que no solo opera en la conducta social de las personas, sino que a su vez condiciona el tipo de experiencias o vivencias que se tienen en él. Además, el espacio nunca es estático y las acciones que se desarrollan en él dejan marcas lingüístico-semióticas que se reinterpretan y resignifican, haciendo que cambien sus funciones a corto y a largo plazo.

Si observamos la organización del espacio en nuestras ciudades nos damos cuenta de que continúa reproduciendo la desigualdad de género que ha establecido el orden patriarcal y, por consiguiente, no todas las subjetividades están legitimadas para ocupar todos los espacios: el espacio público sigue siendo un espacio en el que se expresan y reproducen las formas de la masculinidad hegemónica, las subjetividades que viven en el privilegio de satisfacer sus necesidades de libre movimiento y de ordenar las formas de organización de la ciudad; y, contrariamente, el espacio privado es el que expresa y reproduce “lo otro no masculino”, lo sometido, lo que no tiene por qué mostrarse, lo que no merece tenerse en cuenta, y ahí están todas las subjetividades vinculadas a la feminidad. En esta línea, resultan especialmente interesantes las recientes contribuciones de geógrafas urbanas feministas (García-Ramón, 2019; Kern, 2021; Rodó-Zárate, 2021), que han puesto el foco en los lugares con los que las mujeres se identifican, establecen relación y se muestran creativas; y en cómo la configuración de las ciudades puede tenerlas

en cuenta, o no. Alguno de estos trabajos propone además observar la dimensión emocional como indicador de desigualdades (Rodó-Zárate, 2016; 2021) y nos ayuda a entender el contraste entre cómo se habitan las calles de la ciudad en las manifestaciones del 8M y cómo las mujeres las transitan el resto de jornadas.

### **Habitar las calles para transformarlas: qué dicen y cómo se expresan las voces de las mujeres en las calles de la ciudad**

Los paisajes en movimiento que dibujan las manifestaciones del 8 de marzo son fundamentalmente paisajes de resistencia, de disidencia y de emancipación. Son paisajes que se escriben con silencios gritados hasta la afonía, con cantos inventados o recuperados, con cuerpos que se autodesnudan o se visten de viejas identidades repudiadas, con ecos de significados imaginados y con todas las formas con las que las mujeres han sido sometidas, marginadas y excluidas.

Reescribir el paisaje urbano en contra de la opresión de género es mostrar las marcas que la violencia heteropatriarcal ha inscrito en el cuerpo de las mujeres; y es, sobre todo, iniciar un diálogo social emancipatorio que libere la conceptualización de las identidades de género de la metáfora del “campo de batalla”. Las manifestaciones del 8 de marzo proponen cambiar relatos, miradas y experiencias; huyen de las abstracciones y el universalismo y abogan por las vidas que se viven desde el conocimiento particular y situado (Haraway, 1991): los cuerpos manifestantes, mientras se desplazan en su experiencia móvil, recorren las calles, las arterias del cuerpo-ciudad, y dibujan cartografías alternativas que abren la posibilidad a nuevas subjetividades.

Las reivindicaciones que se expresan en los paisajes semióticos de las manifestaciones del 8 de marzo de 2020 van, en general, más allá de las propuestas de “igualdad” y plantean la “transformación” de las estructuras del heteropatriarcado. La práctica cotidiana del cuidado de la vida a la que están tan habituadas las mujeres teje vínculos que se expresan a través de relaciones cooperativas y solidarias; no sólo entre colectivos humanos, sino entre todos los seres de todas las especies animales y vegetales que sostienen la vida terrestre (Haraway). Vivir en “femenino” (=en la “otredad” de lo no-masculino) comporta una experiencia y un conocimiento del mundo que pone directamente en cuestión el orden hegemónico establecido. Este cuestionamiento del orden establecido pasa por tomar conciencia de lo que significa mantener la construcción de subjetividades patriarcales-neoliberales en los distintos ámbitos de socialización y educación e impulsar una reconceptualización del sujeto

actual *bajo la premisa de que el “sujeto siempre está por construir”* (Laval y Dardot, 2013: 405). Abrir la posibilidad a nuevas subjetividades es transformar identidades colectivas y, por consiguiente, introducir nuevas lógicas que pongan en cuestión las gubernabilidades dominantes.

Por eso no sorprende que *los formatos* de expresión en la manifestación sean cada vez más variados e individualizados (como se observa claramente en la comparativa de las imágenes que se muestran a continuación). Las grandes pancartas, tan presentes en las manifestaciones del siglo pasado, ceden el protagonismo a la multitud de carteles individuales, mensajes inscritos en camisetas, bolsas de tela, mochilas o *accesorios* diversos, entre otras formas, tal y como ya destacó Martín Rojo (2012; 2014; 2016) en los análisis de las acampadas del 15-M. Aun así, las formas individualizadas no se traducen en mensajes individualistas, sino en cierta personalización creativa de los mensajes que se podría entender en el marco de una singularidad colectiva o solidaria. Se tiende a hablar desde la experiencia como sujetos parte de la *otredad* no legitimada y/o violentada en el espacio público-sistema, pero desde la diversidad (étnica, religiosa, de edad, de sexualidad, entre muchas otras). Este hecho no puede sino conectarnos con las palabras de Pilar Aymerich, fotógrafa y activista feminista catalana, que retrató buena parte de las movilizaciones feministas post-dictadura, cuando describía el movimiento en los años 70: “Les Jornades<sup>1</sup> van obrir camí cap a la concepció plural del feminisme. La dona ja va començar a ser les dones. Va deixar de ser monolítica. Les diferències eren claríssimes i es van assumir” (Soriano, 2019, p. 34).



**Imagen 1.** Manifestación “amnistia per la dona”, Barcelona, 18 de diciembre de 1977.  
Fotografía: Pilar Aymerich



**Imagen 2.** Manifestación 8M 2020 Barcelona.

Así pues, las reivindicaciones que se pueden encontrar en la manifestación del 8M (2020) abarcan un gran abanico de ámbitos y no responden a un único mismo grito monolítico, como podría ser el caso de concentraciones con un objetivo mucho más concreto y localizable (como fueron las manifestaciones para pedir la acogida a los refugiados “*volem acollir*” en febrero 2017 o, en el mismo ámbito feminista, las concentraciones convocadas en junio de 2021 en repudia a la cantidad de asesinatos machistas, que fueron presididas por los grandes lemas *#EnsVolemVives* ‘*#NosQueremosVivas*’ o *#NiUnaMenys* ‘*#NiUnaMenos*’). En las manifestaciones del 8 de marzo, más allá del mensaje unitario de la pancarta inicial, se acogen todos los temas y voces que las participantes proponen. Dentro de esta variedad se suelen encontrar reivindicaciones en forma de lemas y cánticos que llevan muchos años estando presentes en las movilizaciones feministas y otros nuevos motivados por las experiencias del año en cuestión.

### **Paisajes discursivos en movimiento**

Desde los paisajes lingüísticos y semióticos se ha manifestado recurrentemente (Barni y Bagna, 2009; Bloammert, 2013; Scollon y Scollon, 2003; entre otros) que existe la necesidad de hacer investigación metodológica para abrir las posibilidades del campo. Y es justamente este el objetivo del trabajo que presentamos: elaborar una propuesta metodológica que contribuya a desenmarañar las aparentes “aglomeraciones caóticas y desordenadas” de las que habla Blommaert (2013), respetando su dinamismo y sin caer en su



fragmentación ni en la rigidez o las limitaciones que imponen las clasificaciones basadas en categorías independientes.

Una de las dificultades más notables que entraña analizar manifestaciones multitudinarias desde su propio interior es cómo acercarse (o alejarse, según se mire) a esa inmensidad de significantes y significados, desgranarlos y encontrar respuesta a las preguntas que se plantean. En el espacio público, y especialmente en *paisajes discursivos en movimiento* como los que se forman en una manifestación multitudinaria, coexisten, en un espacio y un tiempo muy limitados, una cantidad inusual de personas, señales, textos, imágenes y elementos semióticos diferentes, cada uno de los cuales añade un tipo de significado específico. Estos *elementos* interaccionan, se entremezclan, se complementan y/o entran en conflicto constantemente, entre ellos y con el propio espacio, dando como resultado, en este caso, el significado global de la manifestación y de las voces de las mujeres que en ella participan. Así pues, entendemos el espacio como un elemento multimodal y complejo, con significado propio, que debe interpretarse en su conjunto y no fragmentándolo o aislando los elementos que lo conforman.

Para poder dar cuenta de todas estas dinámicas complejas, optamos porque el tratamiento de los datos naciera de los propios datos, en vez de buscar en el corpus elementos y categorías extrapoladas de otros análisis y metodologías. Así, en una primera fase exploratoria, nos acercamos a las fotografías de nuestro corpus en su totalidad y detectamos, marcamos y etiquetamos aquellos *elementos* que de alguna manera eran relevantes para la construcción del significado de la manifestación. El resultado ha sido detectar un total de 5 grandes parámetros que nos han servido para entender cómo se articula discursivamente el paisaje del 8M en las calles de Barcelona: (1) el *formato* de los mensajes, (2) las *temáticas* que se abordan, (3) las *lenguas* en que se transmiten (cuando se hace verbalmente), (4) los *elementos semióticos* que aparecen en los mensajes, y (5) las *características* o *estrategias discursivas* más relevantes. Estos parámetros beben de toda una línea de investigaciones que se llevaron a cabo con los análisis de las acampadas de la primavera árabe, la ocupación de las plazas del 15-M o el movimiento *Occupy Wall Street* y del trabajo colectivo sobre paisajes lingüísticos que se han realizado en el Observatorio del Discurso de EDiSo entre los años 2014 y 2019; pero es importante insistir en que en el análisis que presentamos se ha apostado por trabajar con etiquetas, y no con categorías o clasificaciones cerradas, que pueden sumarse unas a otras e interactuar y que, por ello, permiten plasmar el dinamismo, la complejidad y la versatilidad de los *datos* con los que tratamos.

Asimismo, también consideramos que permiten dar respuesta a dos grandes preguntas: el *qué* y el *cómo* de una manifestación.

Puesto que es imposible abordar con detalle todos los aspectos de un corpus tan extenso y complejo, hemos optado por organizar el análisis a partir de los distintos *formatos* (1) en los que se expresan las voces y se construyen los mensajes e ir destacando en cada caso los aspectos más relevantes y/o recurrentes del resto de parámetros (temáticas, lenguas, elementos semióticos y estrategias discursivas). De esta forma, podremos establecer unas primeras conclusiones genéricas sobre la producción discursiva de la manifestación, así como también explorar el potencial analítico y transversal de los *paisajes discursivos en movimiento* como propuesta metodológica y epistemológica.

### **I. Pancartas colectivas**

Las pancartas colectivas son, seguramente, el formato que más se diferencia del resto, puesto que por sus características intrínsecas constituyen el grupo menos numeroso y no gozan de la inmensa diversidad de los formatos más personalizados. Sin embargo, sería un error concebirlas como un formato monolítico. Aunque sí que es cierto que, en general, suelen utilizarse para liderar un bloque o, como en el caso de la fotografía inferior, la manifestación, la mayoría de pancartas colectivas no se corresponden con la idea de las grandes pancartas de partidos o tramos, homogeneizadoras, que cruzan la manifestación de lado a lado. Por el contrario, son pancartas algo más pequeñas, que se portan entre 3 y 8 personas a lo sumo y, en muchos casos, sirven para que pequeños colectivos o asociaciones trasladen a la manifestación y visibilicen la lucha que llevan a cabo durante el resto del año.



**Imagen 3.** Juntes i diverses per una vida digna.

Fuente: Betevé

Aun así, el caso de la gran pancarta de la cabecera es particular y especialmente simbólico puesto que pretende predibujar el carácter de la manifestación. El colectivo organizador *Vaga Feminista* propone una huelga y una manifestación “para todas” que refleje la realidad de las mujeres, “la de cada una y la de todas”<sup>2</sup>, y lo hace bajo el lema “*Autoorganització i revoltes feministes contra la precarietat i les fronteres. Juntes i diverses per una vida digna*”. El lema de cabecera aboga, como vemos, por la emancipación de las regulaciones autoritarias externas (*autoorganització*), la subversión del patriarcado (*revoltes feministes*), la defensa de vidas habitables (*contra la precarietat*) y libres (*contra les fronteres*), unidas desde la pluralidad, de manera inclusiva, interseccional, poniendo la defensa de una vida digna en el centro (*junes i diverses per una vida digna*). Dibuja, así, una visión del feminismo inclusiva e interseccional, y por lo tanto actúa en el proceso de reivindicación, pero también en el de definición del feminismo, que después observamos con mucha recurrencia a lo largo del recorrido, aunque no siempre en la misma línea.

El resto de grandes pancartas colectivas están normalmente vinculadas, como hemos comentado, a diferentes bloques, pero también a diferentes colectivos, sindicatos, asociaciones (e incluso partidos políticos que se autodenominan y quieren ser leídos como feministas) y suelen marcar ligeramente la tónica de las pancartas individuales que las siguen inmediatamente. Cuando hablamos de los diferentes bloques de la manifestación nos referimos a tramos concretos en los que normalmente se pretende aglutinar personas que se sientan interpeladas, por decirlo de alguna manera, por una corriente específica del feminismo o una manera concreta y compartida de entenderlo y/o ejercerlo. Sería el ejemplo del bloque abolicionista y su gran pancarta “#CatalunyaAbolicionista Catalun[ya abolicion]ista” (estando la parte entre corchetes, añadidos por las investigadoras, en rojo para provocar en quien la lea una segunda lectura con la demanda del bloque “ya abolición”); el bloque animalista “el feminismo con los animales” o el bloque joven “Les joves fem front al patriarcat! Suma’t al #blocjove”. Por esa razón, generalmente las pancartas colectivas de los diferentes bloques buscan de alguna manera situarse dentro del feminismo y/o matizarlo.

En el caso de las asociaciones/colectivos/sindicatos, estas tienen una función más bien de demarcación o de identificación del grupo, puesto que en todas las pancartas aparece un gran lema genérico y el nombre completo del colectivo al que representa. Cuando el objetivo de estas agrupaciones no es

específicamente o principalmente feminista (como, por poner un ejemplo, la marea pensionista, cuyo objetivo principal es la defensa del sistema público de pensiones), el mensaje de la pancarta se utiliza para mostrar cómo estas luchas se integran en el feminismo o cómo las diferentes opresiones/discriminaciones/desigualdades que denuncian están cruzadas o agudizadas por el eje de género (“contra la bretxa de gènere en salaris i pensions”). Por eso, las líneas temáticas de las grandes pancartas difieren de las que son más recurrentes en el resto de formatos, porque están muy relacionadas con otras discriminaciones concretas que sufren los diferentes colectivos y cómo estas se cruzan con la dimensión de género. Son, por tanto, eminentemente interseccionales.

Además, en las pancartas colectivas, la lengua, el mensaje textual, suele ser el elemento central, por eso el peso del significado del mensaje recae en los lemas y/o reivindicaciones escritas que acabamos de comentar. Sin embargo, también se hace uso de los colores, especialmente el negro (neutro), el morado (como muestra de afiliación al feminismo o para destacar un elemento positivo) y el rojo (para destacar o para remarcar un elemento, a menudo negativo); los símbolos (especialmente el símbolo de venus vinculado al feminismo y los propios de las asociaciones); o algunos dibujos sencillos para enmarcar el mensaje, resaltarlo y llamar más la atención.

En cuanto a las lenguas que se utilizan en las pancartas colectivas de nuestro corpus, observamos una presencia casi única y absoluta del catalán (lengua propia y oficial de Cataluña) y el castellano (lengua también oficial en todo el Estado español), con una ligera predominancia de la primera, especialmente en aquellas pancartas más grandes o que se corresponden con asociaciones más institucionalizadas. Esto es destacable puesto que no sucede lo mismo con las pancartas individuales, en las que lógicamente hay más diversidad de lenguas, siendo el castellano la lengua predominante y con una presencia notable del inglés, que en el caso de las pancartas colectivas no hemos observado en ninguna ocasión. Este contraste se explica seguramente porque el catalán es la lengua preferente y de uso habitual de las instituciones públicas en Cataluña, de manera que tanto por el carácter público (y autóctono) de las agrupaciones que se representan, como porque son pancartas muy dirigidas a la administración, en las que se exigen cambios políticos a los gobiernos, es lógico que la lengua elegida sea principalmente el catalán. También hay casos en los que estas dos lenguas se combinan, ya sea en diversas pancartas o en una misma, como en el caso de l’Associació Plataforma d’Atenció Domiciliària de Catalunya, cuyo mensaje principal está escrito en

catalán “Treball i salari digne. Serveis de qualitat”, pero aparecen peticiones más concretas dentro de corazones morados escritas mayormente en castellano “Somos cuidadoras, no esclavas”, “Dignidad usuarios + trabajadoras”, “Gestión 100% pública”. En otros casos, la combinación de lenguas se hace a partir de varias pancartas y usando una diferente en cada una de ellas.

## **II. Carteles individuales**

El de las pancartas individuales es el grupo más numeroso de los formatos y, por tanto, el más complicado de abordar. En él podemos encontrar una gran diversidad de temáticas expresadas de múltiples formas y con recursos semióticos y discursivos muy diversos, por lo que es imposible hacer un repaso fiel y completo de todos y cada una de ellos con el detalle que merecen en los límites que exige un artículo. Así pues, en este apartado no se darán más que unos primeros apuntes sobre algunos de los aspectos más relevantes observados, siendo conscientes de que quedarán muchos otros por comentar, pero con el objetivo de esbozar algunas líneas a desarrollar y de ejemplificar la amplitud de esta metodología de análisis.

En cuanto a las temáticas, en el caso de nuestra muestra de fotografías, entre las que hemos etiquetado hasta 562 mensajes, las temáticas más recurrentes son la de la condena y denuncia (etiqueta utilizada en 211 ocasiones) a un sistema patriarcal y machista (en 48 casos), a los asesinatos machistas/femicidios (en 43 casos) y a la violencia sexual/violaciones (en 32 casos), seguidos de otros como la desigualdad laboral o la cosificación y sexualización de las mujeres. En definitiva, la manifestación es un espacio de denuncia y de visibilización de las opresiones y violencias aún vigentes y que aún atentan contra las vidas y los cuerpos de las mujeres. Pero también es un espacio de esperanza, de disidencia y de emancipación. El siguiente grupo más frecuente (etiqueta utilizada en 196 ocasiones) lo constituyen, de forma genérica, los mensajes de afiliación y definición tanto del feminismo, como por ejemplo lo que representa el 8M para las manifestantes, seguido de un grupo de mensajes con el objetivo de visibilizar, reivindicar, celebrar y recuperar mujeres referentes de la historia y de la actualidad y, finalmente, temáticas como la sexualidad femenina o la menstruación que sólo suelen visibilizarse en el discurso público como expresiones del deseo masculino o como productos comerciales. Todas estas temáticas se abordan de manera transversal y combinando diferentes formatos, estrategias y registros (que pueden ir de la rabia y el enfado al sarcasmo, la parodia o la ridiculización). El recorrido de la

manifestación, pues, se convierte en un espacio donde se expresan las voces particulares de las participantes y, por consiguiente, donde aparece a raudales la creatividad y la originalidad.

Además, como hemos anticipado, las manifestaciones del 8M están estrechamente ligadas al contexto social del momento y, así como la del 2018 estuvo fuertemente marcada por el caso de la Manada, no hay duda de que la del 2020 lo estuvo por la irrupción de la pandemia de la COVID-19, cuyo marco conceptual se trasladó al discurso feminista. Este hecho puede observarse fácilmente a partir del análisis de los elementos y estrategias discursivas de las pancartas, en las que la metáfora, la analogía y las comparativas con la pandemia estaban a la orden del día. Por esta razón, hemos querido detenernos a analizar con más detalle este caso concreto, puesto que es sin duda el más novedoso e icónico de la manifestación de 2020, y nos interesa ver cómo la denuncia genérica a un sistema “cisheteropatriarcal, machista, capitalista y colonial” (como exponían muchos de los mensajes vistos en la manifestación) se construyó bajo la retórica de *una pandemia* muy incipiente que *también* se ha cobrado muchas vidas y a la que *también* hay que erradicar.



**Imagen 4.** El machismo sí que es una epidemia, protégete.

Si nos fijamos en la pancarta que mostramos en la imagen superior podemos ver cómo se utiliza la **metáfora** para situar en escena a todos los actores: *el machismo es la epidemia*, el partido de ultraderecha español *Vox* (se puede leer el nombre en el dibujo del virus y también identificarse a partir del verde, su color de partido) es *el virus* y *el feminismo* (el símbolo de venus y el color lila) es *la protección* (representada por la mascarilla, **metonimia** bastante frecuente

en la manifestación). En el texto, además, se puede leer “El machismo sí que es una epidemia” y se tiene que entender en el contexto de ese momento concreto en el que las autoridades sanitarias y políticas aún se estaban planteando si se consideraba la transmisión del coronavirus una epidemia/pandemia mundial o no. En el caso del machismo, la pancarta no deja espacio para la duda. El machismo sí es una pandemia, es la enfermedad, y uno de los virus que la causa es Vox, partido ampliamente conocido en el estado español por sus discursos y propuestas machistas, LGTBifobas, racistas y xenófobas, de manera que los señala como uno de los responsables directos y tangibles. Por lo tanto, además de utilizar la metáfora de la pandemia para conceptualizar el machismo, establece una **analogía** entre VOX y el machismo al jugar con la metáfora de imagen del virus y la identificación que le asigna: VOX.

Lakoff (2011) afirma que los hechos por sí solos no cambian opiniones, sino que es necesario enmarcarlos en unos supuestos que cuadren con nuestra manera de ver el mundo y eso fue exactamente lo que, seguramente de manera irónica, hicieron las manifestantes. De manera semiespontánea, sin más planificación o acuerdo que el que se podía haber fraguado indirectamente en redes sociales los días anteriores, fueron construyendo y matizando un mismo relato en los términos, las estrategias y el lenguaje de la crisis sanitaria. Siguiendo la línea discursiva de las pancartas, se señala al “machismo”<sup>1</sup> o “patriarcado” como una “enfermedad/epidemia/pandemia”; causada por los virus “colonialvirus”, “coronavox”, “virus vox” o incluso el propio “machismo” y “patriarcado” que son conceptualizados a veces como el virus, a veces como la enfermedad, que provoca *muertes* (o *también* o “más” que el coronavirus), que se *transmite socialmente* y de la que nos protegemos con *feminismo*, “gel antisexismo” (por gel hidroalcohólico) y “educación como vacuna de la violencia”.

Utilizar este marco para denunciar el machismo, patriarcado o colonialismo estructural permite, por un lado, conceptualizarlos como una pandemia, es decir, algo nocivo que está extendido, descontrolado y que parasita los cuerpos-sociedades; pero también permite apuntar a estos agentes (virus) que crean la enfermedad (como es el ejemplo de Vox) y no presentarlo únicamente como un desastre natural, inevitable o que no se puede rastrear ni perseguir. Otra implicación importante de esta metáfora es que presenta al sistema patriarcal y machista opresor como un agente nocivo que ataca, somete,

---

<sup>1</sup> En este caso, las comillas se utilizan para marcar que son palabras o frases extraídas de las pancartas tal y como aparecen y las cursivas para marcar que se conserva la idea original de la pancarta pero no la forma exacta en la que aparece.

enferma e incluso mata los cuerpos y las vidas de las mujeres y de todo lo relacionado con lo femenino, mientras que el feminismo los protege, los defiende y los cura. Así pues, esta metáfora nos ayuda a ver y entender cómo se conceptualiza el feminismo y aquello contra lo que lucha o, mejor dicho, se defiende: en la lucha feminista, el sistema ataca para matar o someter y el feminismo ataca para no morir o liberarse. A partir de esta nueva redefinición de lo que es el sistema machista heteropatriarcal y colonial, una enfermedad de transmisión *social*, también se abre la posibilidad a diseñar e incorporar **nuevas lógicas** como la “mimopolítica”, es decir, se traslada la política de los cuidados tan ligada a las mujeres al orden público y se propone como alternativa al sistema hegemónico dominante imperante.



**Imagen 5.** Mimopolítica contra el colonialvirus.



**Imagen 6.** El machismo es una enfermedad de transmisión social.

Además de situar a todos los actores en escena, hablar en términos de pandemia (y concretamente de la pandemia de la COVID-19) permite establecer **comparativas** como estrategia para llamar la atención y contar una realidad alarmante y aterradora para las mujeres de manera que también lo sea para el resto de la sociedad que parece no dar la importancia necesaria al objeto del feminismo. En muchos carteles se pueden leer mensajes como “el machismo mata + que el coronavirus” (haciendo alusión a las víctimas de asesinatos machistas) o “per pandèmia el patriarcat” que además de perseguir este objetivo de interpelación, también ponen en relevancia y problematizan por qué parece



que unas vidas (o unas muertes) importan más que otras o por qué hay causas que sí están legitimadas para justificar el miedo, la alarma y la repudia social (así como medidas para evitarlas) y otras que no. Esta misma legitimación es la que se cuestiona en la pancarta de la imagen inferior que pregunta con sarcasmo si “necesitábamos [como sociedad] un virus para mantenerte [a ti, hombre acosador] a un metro de distancia de mi cuerpo”, estando implícita la pregunta o increpación de si no era suficiente con merecer “respeto, espacio o derecho a caminar tranquilas” como afirmaban y gritaban muchas otras mujeres en la manifestación en relación con el acoso callejero.



**Imagen 7.** Did we need a virus to keep you 1 meter away from my body?

Como hemos ido viendo, en muchos de los carteles que hacen referencia al patriarcado y al machismo, y los enmarcan en unas lógicas pandémicas, aparece también de alguna manera la denuncia o exposición de las agresiones (sexuales) y asesinatos machistas que sufren a diario las mujeres. De hecho, esto sucede con la mayoría de los mensajes, que son temáticamente difusos, puesto que los límites entre dónde acaba un tema y empieza otro a menudo son inexistentes. Sin embargo, estos cruces son especialmente interesantes, porque nos hablan de las intersecciones que advierten las manifestantes y de diferentes maneras en las que se materializa y se evidencia el fallo de un sistema que no las tiene en cuenta.

Del mismo modo que sucede con las temáticas, en las pancartas individuales, normalmente hechas a mano, también encontramos mucha más diversidad de elementos semióticos que, junto al texto, sirven para dar forma y configurar los mensajes al mismo tiempo que se convierten en lienzos donde

dar rienda suelta a la imaginación. Por ese motivo, aunque hay muchos mensajes que se repiten a lo largo de la manifestación, siempre lo hacen con variaciones de tipografías, dibujos hechos a mano, fotografías enganchadas o colores (a veces por pura estética, pero muy comúnmente, como comentábamos en las pancartas colectivas, usando el morado para destacar aspectos positivos o relacionados con el feminismo, el rojo para destacar aspectos relacionados con la sangre, de la menstruación o de los asesinatos machistas o para alarmas y el verde de manera negativa para apelar al color del partido Vox o, de manera positiva, en lazos o símbolos de venus, para mostrar solidaridad con la lucha feminista latinoamericana). Incluso cuando los mensajes no son genuinos siempre se intenta dotarlos de algo personal que los haga propios y que exprese algún rasgo de las propias manifestantes dentro de este marco de singularidad colectiva.

Aun así, el mensaje textual también es bastante central en este tipo de pancartas y por ello también es interesante observar los perfiles o decisiones lingüísticas de las manifestantes. Es importante destacar que la de Barcelona es la manifestación unitaria en la que confluyen muchas otras marchas que empiezan en ciudades y pueblos cercanos, es la más multitudinaria y la que más miradas atrae, de manera que se convierte de alguna manera en un escaparate para los mensajes y las manifestantes son conscientes de ello. Sin embargo, también es cierto que Barcelona es una ciudad global y esto influye en las lenguas en que se escriben las pancartas. La lengua más observada en los carteles individuales es, sin lugar a dudas, el castellano, que convive con una presencia también notable del catalán, aunque perceptiblemente menor y algunas pancartas en inglés, mientras que la presencia de otras lenguas es prácticamente anecdótica. Las pancartas en inglés se corresponden sobre todo con frases que casi se han convertido en *eslógenes* del feminismo como “fight like a girl” o “we can do it”, acompañada de la icónica imagen de *Rosie the Riveter*, pero encontramos mucha diversidad de pancartas genuinas en inglés, hecho que nos hace pensar que la mayoría están escritas por manifestantes que quieren internacionalizar sus mensajes y no porque esa sea su lengua habitual.

### **III. Corporalizaciones**

En la misma línea de individualización y personalización de los mensajes, encontramos una fuerte presencia de la corporalización. Mediante esta práctica, que hemos considerado un formato dada su fuerte presencia y los patrones comunes que hemos observado, las manifestantes transportan en su cuerpo los

mensajes y los hacen viajar con ellas por el recorrido de la marcha. Desplazarse con el mensaje inscrito en el cuerpo no es una anécdota banal sino el ejemplo claro de que lo que dicen/gritan/denuncian se expresa como vivencia “encarnada” (*embodied*). Y como se señala desde la geosemiótica y los paisajes lingüísticos (Scollon y Scollon: 2003; Shohamy y Waksman: 2009), el significado de los mensajes está siempre directa o indirectamente relacionado con el *espacio* físico que ocupan.

Así, en este tipo de formato de mensajes es especialmente relevante el uso que se hace del color como elemento semiótico que desplaza al texto en importancia. El violeta/morado —y también el verde, aunque en nuestro contexto en menor medida y normalmente en muestra de solidaridad con la lucha feminista en América Latina— transforma las calles en una marea feminista. Muchas manifestantes llevan camisetas, banderas en forma de capa, bolsas, pañuelos, coletos y todo tipo de accesorios y maquillajes de este color con una única función: marcar *su* alineación y pertenencia al movimiento feminista. Es decir, en el caso de las corporalizaciones, la relación que se establece entre el mensaje y la persona que lo porta suele ser indexical. Aunque, debido al motivo de la manifestación, las muestras de autoidentificación que más encontramos son las que se relacionan con el movimiento feminista, también se utiliza la corporalización para destacar otros aspectos de la propia identidad mediante, por ejemplo, elementos culturales, banderas nacionalistas o de orgullo LGTBI.

Aun así, estos soportes (especialmente camisetas, bolsas de tela, mochilas, etc.) también se aprovechan para inscribir mensajes. En algunos casos, estos mensajes están claramente inscritos de forma manual por las propias manifestantes; en otros, son camisetas que se han adquirido a colectivos/artistas feministas, pero también se observan camisetas y bolsas con mensajes que se han producido de manera industrial, en masa, para su venta y que indican un interés del mercado por apropiarse del mensaje feminista a conveniencia, pero que ocultan condiciones de producción que no se alinean con las denuncias y demandas feministas. En los primeros casos, los mensajes aparecen sobre todo en castellano, pero también en catalán e incluso en gallego; sin embargo, los mensajes de camisetas y bolsas de grandes marcas, aparecen muy frecuentemente en inglés y en menor medida en castellano, pero nunca en lenguas minoritarias o minorizadas. Quizás este ejemplo del inglés en las camisetas, en lugar de la lengua propia, nos puede servir para ilustrar el mercantilismo global que sufre también el feminismo.

En cualquier caso, la mayoría de estos mensajes hablan desde el yo o el nosotras para mostrar pertenencia al feminismo (“I am a feminist” o “somos as netas das batumeigas que non poidestes calar”), abogar por la emancipación de la mujer (“no soy tuya, sin ti también soy” o “mujer á(r)mate”) o denunciar situaciones de abuso (“de camí a casa vull ser lliure, no valenta”). Estos mensajes, pues, remarcan o reiteran la condición de sus portadoras tanto de mujeres oprimidas por un sistema patriarcal y machista, como de feministas que buscan la emancipación de este sistema y, por tanto, de estas opresiones/violencias, haciéndose evidente la relación indexical que avanzábamos que se establece entre el cuerpo y el mensaje. En otros casos, sin embargo, se utilizan para dar rienda suelta a la creatividad y el humor paródico, como es el caso del grupo de manifestantes que, mediante sus camisetas, emula al grupo de música *Rage against de machine*, cambiando esta última por *machism* [rabia contra el machismo].



**Imagen 8.** Somos as netas das batumeigas que non poidestes calar/ Rage against de machismo.

Sin embargo, una de las prácticas que más relevancia tiene en el proceso de corporalización de la manifestación del 8M es la **resignificación** de algunos *soportes* que se portan en la manifestación. En general, se utiliza la ropa, bolsas u otros objetos para inscribir un mensaje, por lo tanto, estos ya adquieren una nueva funcionalidad reivindicativa que no es aquella para la que están habitualmente pensados (una camiseta está para vestirse y una bolsa para llevar

otros objetos dentro). No obstante, destacamos el uso que se hace de algunos objetos o símbolos asociados a la vida y el trabajo *en femenino* que se exponen en el espacio público, cuando normalmente son relegados al espacio privado. Aquí, por tanto, se efectúa una transformación, funcional y simbólica, tanto del objeto como del paisaje urbano, puesto que los objetos cotidianos, naturalizados y anclados a un significado compartido, se abren a nuevas significaciones que en el caso de la manifestación suelen ser polémicas. Son *objetos transgresores* en el espacio público, como los categorizarían Scollon y Scollon (2003), tanto por los mensajes que portan como por su “emplazamiento”, no están legitimados y su visibilización es forzosa.

Un caso especialmente notorio es el del delantal. El delantal ya de por sí tiene una fuerte carga simbólica y el 8M se recupera para visibilizar todo el trabajo no remunerado ni reconocido que ejercen las mujeres, pero que es indispensable para el desarrollo de las sociedades. Durante la jornada del 8 de marzo se pueden ver delantales colgados en balcones y en otros casos algunas manifestantes lo convierten en soporte para imprimir el mensaje de adhesión a la huelga de cuidados (que también se convoca) “*8 de març. Faig vaga. Penjo el davantal*”. En estos casos se suelen llevar colocados como una capa, por detrás, y no a la manera funcional habitual. Así se constata que *se cuelga* el delantal metafóricamente al no ejercer trabajo del hogar ni de cuidados, y también se cuelga física y realmente, en los balcones o en la espalda para llevar el mensaje en la marcha, haciéndose eco de varias pancartas en las que se ve a una mujer con delantal y se lee “mamá, llevas la capa al revés”.

En el caso de las integrantes de Sindihogar/Sindillar, se utiliza el delantal a modo de activismo textil o artivismo, como ellas mismas lo denominan, y lo convierten mediante textos y dibujos bordados en delantales subversivos. Con esta práctica, además de contribuir a la “sensibilización y concientización en torno a la fundamental importancia social del trabajo del hogar y de los cuidados”<sup>2</sup>, denuncian que aun en los casos en que este trabajo debe ser remunerado sigue recayendo en las mujeres (muchas de ellas migrantes) y de manera muy precarizada. En sus delantales reclaman “trabajo digno, sin servilismo” —ilustrándolo con una mujer encadenada a una olla puesta al fuego—, “papeles sin contrato”, “contratación justa”, “cuidar a las que cuidan”, una “economía feminista” y reivindican la “lucha desde el cuidado” —con un puño levantando lo que parece ser una escobilla o un plumero—. Mientras avanzan, van gritando cánticos contra la ley de extranjería y afirman que “cap persona és il·legal”. La interseccionalidad se hace aquí evidente, puesto que,

---

<sup>2</sup> Según su página web <https://sindillar.org/>

como afirma Rodó-de-Zárate (2021, p. 39) “no hay formas neutras de sufrir sexismo”, todas ellas pasan por otros ejes de discriminación según la edad, la etnicidad, el lugar, entre otros.

El delantal, pues, pasa de ser el símbolo bajo el que se esconde toda la precarización y explotación en el sector a ser el símbolo y el lienzo de su lucha y visibilización. Esta idea, como hemos comentado anteriormente, se recoge además en la pancarta colectiva del sindicato que, con el texto también bordado, denuncia “Trabajo del hogar, explotación corporal” junto con otra algo más pequeña, y esta vez con letras impresas, que completa “mujeres migrantes en lucha!!!”.



**Imagen 9.** Delantales subversivos Sindihogar/Sindillar – Trabajo digno, sin servilismo.

#### **IV. Afiches y pintadas**

El siguiente formato de mensajes que nos encontramos es el que hemos llamado afiches (carteles enganchados) y pintadas, ya sea hechas a mano alzada o con plantillas, que consiste en todos aquellos mensajes o elementos que se han fijado de alguna manera a un sitio concreto del espacio público (una pared, las marquesinas de los buses, los escaparates de los comercios u otros lugares ocurrentes) en el recorrido por el que pasa la manifestación<sup>3</sup>. Existe aquí, por

---

<sup>3</sup> Para la recogida de fotografías de este tipo de mensajes, se volvió a hacer el recorrido íntegro en dirección contraria de la manifestación, una vez disuelta, puesto que son elementos difíciles de observar cuando las calles están abarrotadas. Por eso, las fotografías son nocturnas y pueden tener peor calidad.

tanto, un anclaje y una relación evidenciable, como ocurría en las corporalizaciones, entre el mensaje y el lugar que ocupa. Esta relación puede ser más amplia o indirecta, con mensajes inscritos en lugares donde su presencia no está legitimada y con los que, por tanto, entra en conflicto, o mucho más directa y específica, con mensajes que señalan explícitamente el elemento al que se superponen y lo confrontan.

En las pintadas destacan sobre todo los mensajes relacionados con la reivindicación y conceptualización del feminismo (o de los feminismos) y del 8M. Así pues, son frecuentes durante todo el recorrido las pintadas genéricas, normalmente en morado, de símbolos de venus (a veces acompañados también de “8M”), de mensajes que instan a la revolución feminista “la revolución será feminista o no será”, “(r)evolució feminista avui i cada dia”, “feminisme o barbàrie” o que marcan el motor de la lucha feminista, la defensa de vidas habitables “fins que valgui la pena viure”. También encontramos pintadas que definen el 8M como una jornada reivindicativa de protesta (aunque sea una protesta de ambiente festivo) y no como una celebración o como un *día de la mujer* que haya que felicitar “feliz será el día que no falte ninguna”. Sin embargo, el formato de las pintadas y afiches, al ser algo más estático o permanecer en el mismo lugar más tiempo, también nos permite observar el diálogo que se crea dentro del propio feminismo mediante mensajes, a veces superpuestos, que se complementan, contestan e incluso contradicen unos a otros.



**Imagen 10.** Radfem, hemos vuelto / Feminisme liberal aquí.

En estas pintadas, las diferentes maneras de entender el feminismo “feminismo interseccional”, “radfem, hemos vuelto” luchan en el espacio por definirse “contra el capital, feminisme radical”, “feminismo interseccional para todas”, “la lucha feminista, será antirracista, antifascista, anticapitalista o no será” y distanciarse o expulsar a los *falsos* feminismos que utilizan la máscara del feminismo para hacer pasar las lógicas neoliberales que oprimen a las mujeres y contra las que lucha por una corriente del mismo “feminisme liberal aquí [señalando un contenedor de basura]”. Sin embargo, en cuanto a las disidencias dentro del feminismo las dos temáticas en las que es más evidente y recurrente la confrontación son la prostitución y la identidad de género. En el caso de cómo abordar la prostitución, una disidencia histórica en el feminismo, encontramos una cantidad importante de pintadas que hacen referencia al abolicionismo con mensajes como “abolición de la prostitución”, “la prostitución es violación”, “fuera puteros del 8M” o “ninguna nace para puta” y, en menor número, a su aceptación y regulación “trabajo sexual también es trabajo”, que también podían leerse en diferentes afiches enganchados en las paredes de la ciudad. En los afiches del bloque abolicionista, contra la explotación sexual y reproductiva en general, también aparecía la crítica a la autoasignación de género “ser mujer no es un sentimiento” que se contraponía a diversas pintadas con el lema internacional “support your sisters, not just your cis-ters” [apoya a tus hermanas, no solo a tus hermanas cis].

Estos mensajes, además de ocupar paredes y marquesinas de autobuses, se podían encontrar especialmente en escaparates de bancos —todos los bancos que se encontraban en el recorrido de la manifestación estaban pintados o empapelados con mensajes feministas y anticapitalistas de rechazo— y de grandes multinacionales relacionadas con el *fast fashion*. Los mensajes iban en contra del capital, de la explotación y de la precarización, así como denunciaban la relación tan estrecha que hay entre los cánones de belleza que establecen y la presión estética a la que están sometidas las mujeres “la talla 38 me aprieta el chocho”.





Imagen 11. Menos gastar, más cuidar.



Imagen 12. Inditex esclaviza.

En el caso de los afiches vemos de nuevo cómo se utiliza la estrategia de la **resignificación** de los objetos con la idea de visibilizar lo invisibilizado por defecto, por sistema. Así, no es extraño encontrar compresas pintadas-manchadas de rojo en paredes y pancartas para reivindicar y mostrar la sangre menstrual como algo natural, usando la **metonimia** para denunciar los procesos de obstrucción, desplazamiento y estigmatización a los que se ve sometido todo lo relacionado *exclusivamente* con las mujeres, como es el caso que comentamos. Esta *estampa* entra en choque directo con la única representación que se hace de la menstruación desde la publicidad, y que ya forma parte del imaginario colectivo, y es ese líquido azul que aparece empapando compresas, tampones y salvaslips (únicos productos representados, pero no los únicos que existen) para demostrar su eficacia. Sin embargo, es interesante observar que también se utilizan las compresas para escribir mensajes y engancharlas por las paredes del espacio público volviéndolas soporte e, independientemente del contenido, volviéndolas mensaje. La subversión aquí se consigue al forzar la visualización de un producto que socialmente se instiga a ocultar, a tratar con vergüenza y, sobre todo, a desterrarse del discurso público, puesto que pertenece al ámbito privado, íntimo, de las mujeres. El resultado final muchas veces, como en el ejemplo que mostramos, es un irónico y representativo diálogo entre la compresa y el espacio público habitado, que resume a la perfección la tónica de la manifestación: “cállate, que estoy hablando”. Se puede entender ese *tú* en *cállate* a dos escalas: la primera, a esa figura masculina que copa los espacios públicos, las posiciones de poder desde donde se puede hablar y desde donde se silencia a las mujeres robándoles la voz y los

turnos de palabra; y una segunda, más genérica, más metafórica, la que se lanza al espacio público y su audiencia meta.



**Imagen 13.** Cállate que estoy hablando.

## V. Performances

Además de los diferentes mensajes que las manifestantes trasladan con sus pancartas, vestimentas y cuerpos, a lo largo de toda la manifestación se van sucediendo diferentes performances que convierten el espacio en un escenario artístico repleto de creatividad. Alrededor de estas performances predomina un ambiente festivo, que se hace evidente a partir de las actuaciones y coreografías que van interpretando grupos de danza y percusión, el maquillaje de las participantes o la música que se proyecta con grandes altavoces desde carrozas lideradas por mujeres que inician cánticos multitudinarios a golpe de megáfono. Aun así, estas actuaciones festivas llevan consigo la reivindicación y prefiguran un modelo alternativo de cultura popular en la que las mujeres estén presentes en todos los roles. De esta manera, las calles de la ciudad se convierten en lugares donde revertir la dificultad que experimentan las mujeres para acceder y participar de círculos artísticos y fiestas populares en los que se reproducen las discriminaciones patriarcales de siempre. En esta línea encontramos iniciativas de grupos formados íntegramente por mujeres, como es el caso del grupo de percusión *percudones* que pone ritmo a la manifestación y a la reivindicación del 8M de Barcelona, o los *castells*, las torres humanas símbolo de la identidad y cultura catalanas, femeninos levantados por las mujeres de las diferentes *colles* de la ciudad unidas.



**Imagen 14.** Castell hecho por las mujeres de las collas *castelleras* de Barcelona.  
Fuente: Twitter Castellera de Barcelona (@CdBCN).

Es importante destacar, también, que este habitar festivo y emocionalmente alegre se contrapone a la experiencia que las propias manifestantes relatan en muchas de las pancartas individuales: la hostilidad que vivimos las mujeres de noche las calles de la ciudad (“*de camí a casa vull ser lliure, no valenta*”). En estas pancartas se evocan sentimientos tales como el miedo y la inseguridad (la obligación de ser valientes) o la falta de libertad. De esta manera, a partir de la manifestación, el espacio no solo se resignifica, sino que también se (re)apropia, pero no mediante la ocupación agresiva, sino mediante nuevas formas basadas en alianzas colectivas.

Las performances buscan de alguna manera cuestionar y subvertir lo preestablecido, lo hegemónico vinculado a las lógicas patriarcales, y lo hacen a partir de diferentes estrategias. En algunos casos, como hemos visto, se reivindica la presencia y validez de las mujeres en todos los roles y espacios de la cultura popular mediante el propio ejercicio de ocuparlos y apropiarse de ellos, por eso lo festivo es reivindicativo; en otros, se utiliza la parodia punzante, como es el caso de la carroza de La Bonne, centro de cultura de mujeres Francesca Bonnemaïson. De hecho, el sarcasmo y el humor paródico o ridiculizante está presente en toda la manifestación mediante los mensajes y las pancartas en las que se utiliza la reducción al absurdo para denunciar muchas de las situaciones que oprimen a las mujeres; sin embargo, una de las parodias más

icónicas de la manifestación es la gran vulva coronada con un clítoris brillante que emula a la virgen en un paso de semana santa. Los pasos de semana santa son las plataformas donde se llevan a las imágenes religiosas en las procesiones, portadas y seguidas por los feligreses. En la comparativa de imágenes que exponemos abajo se puede ver cómo se replica en cada detalle, de forma paródica, un paso de la Virgen, representada por una vulva y adornada con luces que, al caer la noche, recuerdan a las velas que acompañan los pasos. Mediante esta reinterpretación se reivindica la vulva en un mundo falocéntrico que tiende a ocultarla y estigmatizarla, así como la sexualidad femenina, y se venera como si fuera la Virgen, que en la cultura religiosa representa precisamente esta idea de mujer pura, cuya sexualidad solo se entiende en términos reproductivos y al servicio del placer masculino.



**Imágenes 15 y 16.** Paso de la virgen *del coño* / Paso de la Virgen de Semana santa.

### **Apuntes para el debate y la reflexión...**

Cuando planteamos este trabajo nuestro propósito principal era explorar la construcción de paisajes discursivos en movimiento; pero no lo queríamos hacer a partir de patrones teóricos establecidos previamente, sino que queríamos que el análisis fuera emergiendo de nuestra experiencia reflexiva de manifestantes y analistas. Analizar la manifestación desde la participación activa ha supuesto un giro de perspectiva que nos ha posibilitado entender procesos internos de producción de significado, entrar en nuevas lógicas experienciales y articular vínculos colectivos inapreciables desde el exterior. Ser participantes y analistas nos ha ayudado también a huir de la teórica objetividad académica y a aprender a reconocer formas de conocimiento corporizadas y situadas. A menudo esta información experiencial se entiende como mero contexto y no como parte de los datos; sin embargo, a nosotras, nos ha servido para percatarnos de la necesidad de trabajar desde la producción de conocimientos parciales, ubicados espacial y temporalmente.

Haraway (1991) ya hace tiempo que nos advierte de las dificultades y los peligros que implica hablar desde la periferia, caer en la romantización o la apropiación de “la visión de los menos poderosos”, incluso cuando nosotras mismas “habitamos” el territorio de los conocimientos subyugados. Quizás el equilibrio pase por rechazar las doctrinas de la objetividad científica que presentan el objeto de conocimiento como algo pasivo e inerte y dar voz a la persona que investiga. Por eso en esta investigación hemos analizado, interpretado e interactuado con otras voces —no con textos despersonalizados, no con objetos pasivos—, y hemos generado interpretaciones que están obviamente atravesadas por nuestro posicionamiento teórico, ético y político.

En cuanto al paisaje de la manifestación de Barcelona, nuestro objetivo, más que establecer conclusiones firmes, ha sido plantear una primera aproximación a los datos desde nuestros parámetros de análisis con la intención de configurar y abrir espacios para el debate, la reflexión y futuros aspectos a desarrollar. Aun así, creemos importante destacar cómo el paisaje de la manifestación, mediante los diferentes mensajes, construye un espacio polifónico de debate político en el que voces y cuerpos silenciados toman la palabra, dialogan y se confrontan a los discursos que habitualmente ocupan el espacio público.

## Notas

<sup>1</sup> *Jornades Catalanes de la Dona*, mayo de 1976.

<sup>1</sup> Según la descripción de su página de Facebook.

<sup>1</sup> En este caso, las comillas se utilizan para marcar que son palabras o frases extraídas de las pancartas tal y como aparecen y las cursivas para marcar que se conserva la idea original de la pancarta pero no la forma exacta en la que aparece.

<sup>1</sup> Según su página web <https://sindillar.org/>

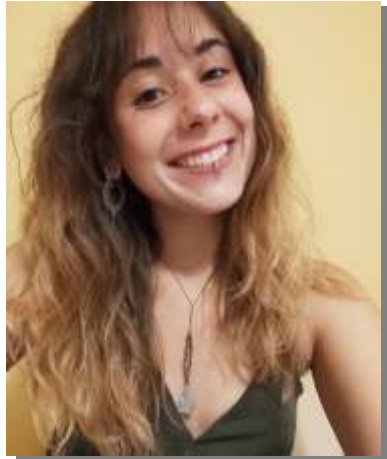
<sup>1</sup> Para la recogida de fotografías de este tipo de mensajes, se volvió a hacer el recorrido íntegro en dirección contraria de la manifestación, una vez disuelta, puesto que son elementos difíciles de observar cuando las calles están abarrotadas. Por eso, las fotografías son nocturnas y pueden tener peor calidad.

## Referencias

- Blommaert, Jan. (2013).** *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters.
- Butler, Judith. (2002).** *Cuerpos que importan*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, Michel. (1982).** The Subject and Power (Fabienne Durand-Bogaert Trad.). Dentro de Dreyfus, Hubert L. y Rainbow, Paul (eds.), *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics* (pp. 208-226). Chicago: The University of Chicago Press. <http://1libertaire.free.fr/MFoucault102.html>
- Garcia-Ramon, Maria Dolors. (2019).** *Geografía y género, disidencia e innovación*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Haraway, Donna. (1991).** *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la naturaleza*. Valencia: Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia.
- Harvey, David. (2006).** *Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development*. London: Verso.
- Jaworski, Adam; Thurlow, Crispin (Eds.). (2011).** *Semiotic landscapes: Language, Image, Space*. Londres: Continuum International Publishing Group.
- Lakoff, George. (2011).** *No pensis en un elefant!: Llenguatge i debat polític* (Helena Lamuela Trad.). Barcelona: Viena Edicions. (Obra original publicada en 2004).

- Kern, Leslie. (2021).** *Ciudad feminista: La lucha por el espacio en un mundo diseñado por hombres*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Landry, Rodrigue, y Bourhis, Richard. (1997).** Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality an empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16 (1), 23-49.
- Laval, Christian y Dardot, Pierre. (2013).** *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Lefebvre, Henri. (1991).** *The Production of Space* (Donald Nicholson-Smith Trad.). Oxford: Basil Blackwell. (Obra original publicada en 1974).
- Martín Rojo, Luisa. (2012).** “Paisajes lingüísticos de indignación. Prácticas comunicativas para tomar las plazas”. En Aguilar, S. (Eds.), *Anuario del Conflicto Social 2012* (pp. 275-302). Barcelona, Espanya: Universitat de Barcelona.
- Martín Rojo, Luisa. (2014).** Taking over the square: The role of linguistic practices in contesting urban spaces. *Journal of Language and Politics*, 13(4), 623-652.
- Martín Rojo, Luisa (ed.). (2016).** *Occupy*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Rodó-de-Zárate, Maria. (2016).** Geografies de la interseccionalitat: llocs, emocions i desigualtats. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 82, p. 141-163.
- Rodó-Zárate, Maria. (2021).** *Interseccionalitat: Desigualtats, llocs i emocions*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Scollon, Ron y Scollon, Suzie W. (2003).** *Discourses in place: Language in the material world*. Londres, Regne Unit: Routledge.
- Shohamy, Elana i Gorter, Durk (eds.). (2009).** *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge.
- Soriano, Isabel. (2019).** *Barcelona Feminista 1975-1988*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

## Notas biográficas



**Alba Marín Romero** (L'Hospitalet de Llobregat, 1994) es investigadora predoctoral del *Departament de Traducció i Ciències del Llenguatge* de la *Universitat Pompeu Fabra*. Se graduó en Lenguas Aplicadas (UPF, 2016) e hizo el Master en Estudios del Discurso (UPF, 2017). Su investigación doctoral, en curso, analiza las manifestaciones del 8M en Barcelona durante los años 2018 – 2020 desde una perspectiva que aúna los intereses de los Paisajes Lingüísticos, Paisajes Semióticos y el Análisis Crítico del Discurso.

**E-mail:** [alba.marin@upf.edu](mailto:alba.marin@upf.edu)



**Montserrat Ribas Bisbal**, es doctora en Lingüística por la *Universitat de Barcelona* y profesora titular del *Departament de Traducció i Ciències del Llenguatge* de la *Universitat Pompeu Fabra*. Su trabajo de investigación se centra en: discurso y cognición social. Presta especial atención a la relación entre discurso y género.

**E-mail:** [Montserrat.ribas@upf.edu](mailto:Montserrat.ribas@upf.edu)