



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright ©2012
ISSN 1887-4606
Vol. 6(3) 611-635
www.dissoc.org

Humor y crítica social en la red en el entorno del 15M

*Humor and online social criticism in the setting
of 15M*

Sonia Sierra Infante

Departament de Filologia Espanyola, Facultat de Ciències de l'Educació,
G5-111, Universitat Autònoma de Barcelona (Bellaterra)

Resumen

La finalidad de este artículo es analizar el humor en las reivindicaciones del 15M. El corpus se ha seleccionado a partir de eslóganes, proclamas, estados de Facebook, tuits, hashtags y performances. Es decir, se trata de un corpus multimodal en el que se analizan textos, imágenes, música y baile. Por una parte, siguiendo los Estudios Críticos del Discurso, se estudian las relaciones entre el humor y el poder y cómo desde el humor se contesta a diferentes prácticas de dominio tales como la manipulación, la censura y los estereotipos. Por otra, se realiza un análisis del discurso de los mecanismos utilizados para provocar el humor tales como la ironía, la intertextualidad y los juegos de palabras. El 15M es un movimiento pacífico y creemos que el uso del humor y de la no violencia está íntimamente relacionado.

Palabras clave: *humor, poder, 15M, redes sociales, ironía, intertextualidad.*

Abstract

The purpose of this article is to analyse the humor used in the 15M's demands. We have selected this corpus based on; slogans, Facebook status, tweets, hashtags and performances. It is a multimodal corpus and we have analysed; texts, images, music and dance. Initially, following the Critical Discourse Studies the relationships between humour and power have been studied and humour is the response of the 15M to the dominant acts such as; manipulation, censorship and stereotypes. Secondly, the mechanisms used to provoke humour within the discourse, such as; irony, intertextuality and the play on words have been analysed. The 15M is a peaceful movement and we believe that the use of humour and non-violence are closely related.

Key words: *humour, power, 15M, social networks, irony, intertextuality.*

1. Introducción

El 15 de mayo de 2011 se realizaron en varias ciudades españolas una serie de manifestaciones convocadas por “Democracia Real Ya” y “Juventud Sin Futuro”. Pese a no estar respaldados por ningún partido ni sindicato y sufrir el ninguneo de los medios, las manifestaciones fueron bastante numerosas gracias a la difusión realizada mediante las redes sociales. En Madrid, algunas personas decidieron quedarse dormir para continuar con la protesta y fueron desalojadas por la policía de forma violenta. Como muestra de solidaridad se decidió acampar también en la Plaza Cataluña de Barcelona y, progresivamente, en numerosas plazas de pueblos y ciudades de toda España, acampadas que se alargaron el resto de la primavera y parte del verano.

Surge así una nueva forma de movilización que predica la organización horizontal –las consignas fueron votadas por Internet- y que, al no tener detrás ninguna disciplina de partido ni ninguna fuente de financiación a la que rendir cuentas, puede expresarse más libremente. A este movimiento se le denomina, en primer lugar, el de los “Indignados”, por el libro de Stéphane Hessel titulado *Indignaos* (2011) y así se le sigue llamando en otros países aunque, en general, en España ha tenido más éxito la denominación 15M, en referencia a la fecha de la primera convocatoria. Otra de las denominaciones que aquí nos interesa es la de “Revolución de los cartones” ya que, a falta de otros recursos, las consignas se plasman en cartones, libremente y sin ninguna directriz impuesta de forma vertical. Esta falta de recursos es, sin duda, inversamente proporcional a la creatividad de los contenidos y esta tiene que ver, en gran parte, con la espontaneidad del movimiento. Así pues, lejos de los eslóganes salidos de las factorías de asesores de imágenes y de máquetin, cualquiera puede crear una proclama tan irreverente y divertida como quiera que, además, al difundirse mediante la red tiene la oportunidad de ser recreada o reformulada. Esto es, precisamente, lo que vamos a analizar en este trabajo, el humor como arma crítica y reivindicativa, estudiando qué mecanismos se utilizan para realizar una serie de críticas sociales y reivindicaciones a partir de enunciados ingeniosos y humorísticos.

2. Marco teórico y metodológico

Bergson, en su célebre trabajo sobre la risa, nos habla del humor como un acto puramente intelectual y que entraña, a la vez, cierto extrañamiento. Por otra parte, también necesita participar de lo social para llegar a ser.¹ El filósofo francés insiste en esta dimensión social de lo cómico y habla de una

“especie de gesta social” ya que la risa tiene una función útil en la sociedad: responde a las exigencias de la vida en común por lo que acaba teniendo una importante significación social. En el caso que nos ocupa, se hace más que evidente esta relación entre el humor y lo social, como se intentará demostrar a lo largo de este artículo: no solo necesita de lo social sino que se realiza como una función social al reivindicar derechos o denunciar lo que se considera injusto.

Gran parte del humor en las redes proviene de la ironía, interesante fenómeno lingüístico que ha sido ampliamente estudiado desde diferentes puntos de vista. Torres Sánchez (1999) esboza, a partir de otros autores, varias propuestas de clasificación de los diferentes tipos de ironía. Cascón Martín (1995), por su parte, realiza un estudio de la ironía aplicada a la lengua coloquial que nos interesa aquí dada la oralidad recreada que tantas veces se utiliza en las redes sociales. Siguiendo con el concepto de ironía, Reyes (1994) propone superar su descripción semántica como figura que consiste en decir lo contrario de lo que se quiere decir y analizarla desde el punto de vista pragmático. La autora señala que la ironía no se limita a tan solo a esto sino que quiere decir varias cosas a la vez ya que presenta en un solo enunciado polifónico, al menos, dos maneras alternativas de ver la realidad así como un determinado uso del lenguaje y, en ocasiones, también una crítica. Resulta importante este acercamiento a la ironía desde la pragmática porque aborda dicho concepto en toda su complejidad y porque señala la polifonía del mismo. En los diferentes discursos analizados podremos ver claramente ejemplificados estos diferentes enunciadorees a los que alude Reyes. En la misma línea, Díaz-Migoyo nos habla del “tenor literal de la expresión irónica expresa una situación deseable en las circunstancias en las que se enuncia” (1980: 57). Esto sitúa a la ironía entre las figuras de pensamiento pero se distingue de las otras porque mientras las demás no entrañan disimulo alguno, la ironía incita a la equivocación pues es una mentira que pretende hacerse pasar por una verdad.

Uno de los aspectos más relevantes para crear humor en los diferentes enunciados es la intertextualidad, es decir, el diálogo que mantienen con otras producciones. Resulta evidente que, en última instancia, cualquier discurso está creado a partir de otros discursos pero, en este trabajo, utilizamos dicho término para designar las voces prestadas por todos conocidas –títulos o argumentos de libros, canciones, frases hechas, marcas comerciales, etc.- que se incorporan, normalmente tergiversadas y sacadas de contexto, para provocar el humor y, a la vez, realizar una crítica. Es evidente que la intertextualidad aparece ligada a la polifonía (Calsamiglia; Tusón. 2002) y por eso en este trabajo se estudia de forma conjunta. Por su parte, Johnstone, en el capítulo de su libro *Discourse Analysis* (2001) dedicado a este tema, parte de la intertextualidad

primordial inherente a cualquier tipo de discurso, ya sea oral o escrito. Johnstone cita a Kristeva que habla de intertextualidad vertical y esto resulta fundamental para el análisis del humor en el 15M ya que se toman constantemente todo tipo de textos para convertirlos en parte de las proclamas. Finalmente, la autora resume el concepto de intertextualidad como aquellos aspectos importantes de todo tipo de discursos basado en formas previamente utilizadas en otros textos. En el análisis de la intertextualidad en los enunciados humorísticos nos basaremos, especialmente, en las relaciones que se establecen con otras voces de sobras conocidas por lo que forman parte de los conocimientos compartidos entre los emisores y los destinatarios. Comprobaremos, además, cómo dicha intertextualidad suele estar siempre al servicio de la reivindicación vehiculada a través de la comicidad.

En este trabajo se ha utilizado un método cualitativo de análisis (Bisquerra, 1989). Para la selección de los enunciados se ha realizado a un rastreo por diferentes redes sociales, tanto en canales que actúan como portavoces de las acampadas y grupos afines al 15M como de personas anónimas que los han compartido o retuiteado. Se han escogido manifestaciones de distinto signo como eslóganes, pancartas con o sin dibujos y vídeos de *performances* pues creemos que esta pluralidad multimodal ofrece una muestra lo suficientemente amplia y variada para esbozar a unas conclusiones sobre el tema planteado. Partiendo de los Estudios Críticos del Discurso (Van Dijk, 2009), analizamos cómo se contesta desde el 15M a abusos del poder tales como la manipulación, la censura y los intentos de desacreditación mediante clichés estrategias utilizadas para poder justificar la legitimación de unas acciones a todas luces injustas contra la mayoría de la población. En cada uno de los discursos analizados se combinan la crítica social con el humor, en lo que parece ser una de las características principales de este heterogéneo movimiento. Si lo comparamos con otros veremos que es, ante todo, pacífico así que se puede establecer como hipótesis que el humor permite liberar las frustraciones ante una situación adversa y desesperanzada, canalizando así una posible violencia soterrada a la vez que se formulan una serie de críticas y reivindicaciones que logran, gracia a sus enunciados ingeniosos y divertidos, una mayor difusión.

Así pues, a partir de los autores y autoras citados, vamos a analizar de manera sistemática la relación entre el humor y el poder y, más concretamente, del humor como arma contra el poder y el control social que ejerce. Desde el punto de vista lingüístico se diseccionará la polifonía subyacente en los enunciados irónicos; la intertextualidad de muchos los enunciados del 15M con obras ampliamente conocidas; los juegos de palabras que se dan, sobre todo en las pancartas así como el uso de otras

figura retóricas y de las formas léxicas y gramaticales utilizadas. A partir de esto, veremos como la estructura que se repite es siempre la misma: ante diferentes formas de abuso de poder (manipulación, censura, culpabilización de la crisis, desahucios) desde los entornos del 15M se contesta de forma humorística con una burla basada en alguno de los recursos lingüísticos citados.

3. Humor y poder

Resulta evidente que el humor no es caro al poder, especialmente cuando hablamos de poderes totalitarios. Las Fuerzas Armadas alemana tuvieron su unidad de propaganda y su fotógrafo oficial, Franz Krieger. Sus fotos del Führer son siempre muy canónicas, nada naturales, una estampa de autoridad y dominio. Algo semejante sucede con las imágenes icónicas de otros dictadores con Franco, Pinochet o Stalin, a los que difícilmente imaginamos en una actitud sonriente y relajada. Sin embargo, ellos son fácilmente caricaturizables. Los líderes democráticos, por el contrario, se afanan en dar una imagen de cercanía y afabilidad aunque eso no quiere decir que no ejerzan el poder e intenten controlar la producción de discursos. Klappenbach en su artículo “El humor del 15M” (2012) afirma que uno de los recursos de las personas sometidas a los abusos de autoridad consiste en reírse de quien manda, de despojarlos de su superioridad y convertirlos en seres pequeños, ridículos y vulnerables y que, en este sentido, el humor se convierte en numerosas ocasiones en un modo de crítica. El autor establece la risa como la antítesis del miedo, que siempre resulta paralizante y conservador. En las democracias actuales no hay miedo a las torturas o asesinatos de las dictaduras así que el miedo tiene más que ver con la pérdida: de un empleo, de los servicios públicos o del estado del bienestar tal y como lo habíamos conocido hasta ahora. A esto tenemos que añadir que el 15M, como ya se ha comentado, se gesta y se desarrolla en las redes sociales, que son muy propensas al humor. Basta ojear Twitter para comprobar que la mayoría de personas que, sin ser personajes públicos, tienen muchos seguidores suelen escribir tuits ingeniosos y divertidos.

Así pues, en las manifestaciones –presenciales o virtuales- del 15M se convierte a los poderes establecidos en blanco de todo tipo de burlas para dejar al descubierto una democracia bastante más imperfecta de lo que se podía creer hasta el momento. Paradójicamente, esta caricaturización de personajes y situaciones sirve para hacer caer las máscaras y sacar a la luz realidades que el poder prefería tener alejadas de los focos.

4. Análisis de los textos

Vamos a estudiar a continuación las críticas que se vierten contra los poderes políticos y económicos. En nuestro análisis pretendemos, por una parte, ver cuáles son los mecanismos lingüísticos en los que se sustenta el humor y, por otra, como este humor se convierte en un arma contra el poder mediante la que se vehicula la rabia y la frustración que supone la situación actual para muchas personas. Esta canalización mediante el ingenio y el humor sublima la violencia que generan estos sentimientos transformando la ira en risa.

4.1. Ironía y sarcasmo

Como ya se ha comentado, la ironía es un fenómeno polifónico en el que se superponen las voces de lo que se enuncia con una apariencia de verosimilitud y de lo que, en realidad, se quiere transmitir. Para analizar la ironía en estos enunciados humorísticos y reivindicativos, se han seleccionado cuatro tuits relacionados con el rescate a los bancos españoles. En un contexto de crisis que resulta especialmente dura en un país como España, en el que sus habitantes sufren una serie de recortes que les hace sentir que están pagando una deuda que no es suya, el Gobierno anuncia a principios de junio un rescate de hasta 100.000 millones de euros para la banca que se percibe, en parte, como culpable de esa crisis. Además, los responsables del Partido Popular niegan tal rescate y hablan de “una línea de crédito sumamente ventajosa”. Las burlas saltan en la red desde el primer momento. Uno de los recursos ampliamente utilizados para provocar el humor es la ironía como se puede comprobar en los ejemplos escogidos:

4.1.1. Merkel vino y me dijo: "¿Quieres cien mil millones?" Y le contesté: "Que si quiero o que si tengo" #RajoyPresionandoaEuropa (Twitter, 10 de junio 2012).

4.1.2. ¿Por qué la prensa extranjera le tiene manía a @marianorajoy? Insistiendo en que nos han rescatado, ahí, contumaces. (Twitter, 11 de junio 2012).

4.1.3. Todos los periódicos de Europa se ríen de la rueda de prensa de Rajoy porque nos tienen envidia (Twitter, 11 de junio de 2012).

4.1.4. Quiero dar las gracias a Rodrigo Rato por quebrar Bankia y provocar así que los tontos europeos nos den una ventajosa línea de crédito (Twitter, 10 de junio 2012)

Siguiendo la clasificación de Torres Sánchez (1999), en 4.1.1. se puede observar un *diarismo* ya que se intenta humillar la vanidad de Rajoy cuando afirmó que había sido él el que había presionado a Europa para conseguir esa “línea de crédito en condiciones muy ventajosas” pese a

que la prensa internacional y parte de la nacional hacía tiempo que venía señalando las presiones para que España pidiera un rescate. De hecho, el *hashtag* “#RajoyPresionandoaEuropa” que se convirtió en Trending Topic (tema del día) es ya un *diarismo* en el que se refleja irónicamente la actitud del Presidente del Gobierno ante el tema. Dicho *hashtag* es, además, una *antífrasis*, es decir, se designa a alguien con las cualidades contrarias a las que posee. En este enunciado se imposita la voz de Rajoy que reproduce mediante citación directa un diálogo con la Canciller alemana que refleja el poder del país teutón frente al resto de países que forman la Unión Europea, lo que a su vez ha sido una fuente inagotable de críticas humorísticas. Cabe destacar también el tono coloquial fruto del verbo “vino” y de la elisión del complemento directo en la respuesta del Presidente español.

Dicha actitud provocó auténtica estupefacción en la prensa internacional como podemos observar en 4.1.2 y 4.1.3., en los que la ironía resulta más que evidente. En estos enunciados se ve claramente la polifonía que subyace en toda ironía: “no es que la banca española haya sido rescatada, es la prensa extranjera la que se empeña en decir eso” es lo que se dice pero lo que en realidad se quiere transmitir es lo ridículo que resulta que el Presidente del Gobierno se empeñe en negar la realidad buscando eufemismos en lugar de dar explicaciones claras de lo que está sucediendo. En 4.1.2. se aprecia de nuevo el registro coloquial con el adverbio “ahí” que no señala un complemento circunstancial de lugar sino reiteración. Esta construcción coloquial contrasta con el adjetivo “contumaces” que pertenece a un registro más culto, lo que también contribuye al humor.

Finalmente, en 4.1.4., la ironía se convierte en sarcasmo al agradecer a Rodrigo Rato, que estaba al frente de Bankia en el momento de su quiebra, su gestión gracias a la cual se ha conseguido “una ventajosa línea de crédito” de mano de unos “tontos” europeos. Tal y como señalan Reyes (1994:138-140) y Díaz-Migoyo (1980:57-58), el hablante, situado en un escenario ideal, suscita un enunciado en el que los desastres bancarios suponen pingües beneficios para el país mientras que en un plano real esto significa una serie de condiciones durísimas para gran parte de la población. Se trata pues de enunciados polifónicos en los que el contraste entre el plano ideal y el real resulta cómico. Podemos observar en los cuatro casos *carientismo*, ya que se emplea un tono y unas expresiones que aparentemente no conllevan burla alguna aunque resulta evidente se trata de una crítica a la gestión de los políticos españoles y a como su zafio intento de manipulación, concepto ampliamente estudiado por Teun A. van Dijk

(2009) y que forma parte de la dominación o dimensión negativa del abuso de poder comunicativo.

Con la ironía y el sarcasmo se convierte en humorística una situación que puede tener consecuencias dolorosas para la población –al rescate a la banca siguieron una serie de recortes y subidas de impuestos- a la vez que se ridiculiza a los políticos que se consideran responsables con diferentes recursos irónicos como la antífrasis, el diarismo o el carientismo y se ejerce el contrapoder con un abuso como es el intento de manipulación. De esta manera, lo cómico sirve para vehicular una crítica a la vez que relaja una situación desagradable por lo que el humor se acaba convirtiendo en una especie de tubo de escape por donde salen los malos humos.

4.2. Intertextualidad

Como ya se ha anunciado, muchas veces el humor surge de la intertextualidad. Para que esta intertextualidad tenga sentido y se pueda conseguir el efecto cómico deseado, es necesario que el receptor comparta los elementos de referencia por lo que siempre son bien conocidos por una gran mayoría. Veamos, en primer lugar, algunos ejemplos relacionados con la música.

4.2.1. No me llames rescate, llámame Lola (Facebook, 9 de junio 2012).

4.2.2. De Guindos es obligado a cantar 'Rescatameeeeeee/ o apriétame más fuerte...' travestido de Mónica Naranjo a las puertas del FMI. (Twitter, 9 de junio 2012).

En el primer caso se hace alusión a la canción *Lola* del grupo Pastora cuyo estribillo reza “no me llames Dolores, llámame Lola”. Lola es un hipocorístico del antropónimo Dolores por lo que al sustituir “Dolores” por “rescate” que en el enunciado, a su vez, propone ser cambiado por “Lola”, sirve para criticar el eufemismo “línea de crédito”, utilizado por el Gobierno para intentar confundir a la opinión pública. Resulta interesante aquí la etimología de la palabra “hipocorístico”, del griego *hypokoristikós*, adjetivo derivado del verbo *ὑποκορίζεσθαι* (*hypokorízeesthai*) que significa 'llamar cariñosamente, con caricias'ⁱⁱⁱ, porque eso es, precisamente, lo que pretende el Gobierno, utilizar una palabra “acariciadora” para evitar el zarpazo de la palabra “rescate”.

En 4.2.2. se habla del Ministro de Economía y Competitividad, Luis de Guindos, transformado en la cantante Mónica Naranjo y su más conocida composición, *Desátame*, que dice en su estribillo: “desátame o apriétame más fuerte”. En este caso, el verbo “desatar” ha sido sustituido por “rescatar” y el resultado final es bastante pertinente ya que en la canción, paradójicamente, la protagonista, más que ser desatada, parece desear una

relación más estrecha con el interpelado y es de sobras conocido que un rescate financiero implica una mayor sujeción a las directrices de los prestatarios. Esta idea de subordinación se ve reforzada por el participio “obligado” con el que se somete a Luis de Guindos. De esta manera, con este enunciado intertextual se denuncia, a la vez, que parte de la economía española está siendo rescatada –por mucho que los políticos responsables se empeñen en desmentirlo- y que eso va suponer un recorte en la libertad soberana del país por lo que estamos de nuevo ante un ejercicio de contrapoder contra la manipulación como ya se había visto en el anterior apartado. Así pues, la estrategia eufemística del Gobierno español resulta demasiado evidente y no consigue engañar a casi nadie, lo que se acaba traduciendo en todo tipo de burlas.

Desde el punto de vista de la intertextualidad resulta especialmente interesante el hashtag “#LaCaixaEsMordor, creado para publicitar una cacerolada contra La Caixa el 16 de mayo de 2012, que dio lugar también “#Caixolada”, un neologismo con las palabras “Caixa” y “cacerolada”. A partir de esta idea se crearon todo tipo de carteles que se difundieron a través de las redes sociales en los que siempre aparece la torre negra de las oficinas principales de dicha entidad situadas en la Avenida Diagonal de Barcelona, con un ojo que la transforma en la Torre de Mordor, es decir, el feudo de Sauron o Señor Oscuro de la célebre novela de J.R.R. Tolkien *El señor de los anillos*. La entidad bancaria catalana pasa a ser Mordor, un lugar gobernado por “Sauron-Fainé” y defendido por los “Orcos d’Esquadra” –juego de palabras que aprovecha la cercanía fonética con de *orcos* con *mossos*, que es como se denomina a la policía autonómica catalana- mientras que los hobbits –manifestantes, integrantes del 15M- luchan por la justicia decidiendo propuestas en las asambleas de la Tierra Media. Es decir, se toman los elementos más conocidos de la novela y se establece una analogía con lugares y personas reales:

<i>El señor de los anillos</i>	Carteles y tuits
Mordor	CaixaBank
Torre de Mordor	Edificio principal de La Caixa
Sauron-(Fainé)	idre Fainés, presidente de CaixaBank
Orcos d’Esquadra	Mossos d’Esquadra
Hobbits	Manifestantes, integrantes del 15M
La Tierra Media	Asambleas populares

De esta manera, se crea una mimesis con la conocida pieza literaria en la que resulta más que evidente quiénes son los buenos y quiénes los malos. Pese a que las caceroladas se sucedieron durante dos semanas, congregando a

mucha gente diariamente, se produjo un gran silencio mediático a su alrededor, ya que La Caixa amenazó con retirar su publicidad al medio que se hiciera eco. Esta amenaza se materializó con la revista *Café amb llet*ⁱⁱⁱ, lo que nos da una medida de hasta qué punto estas acciones, pese a su envoltorio humorístico, pueden resultar efectivas y perjudicar al poder que han escogido como blanco de sus críticas. La amenaza de La Caixa y su posterior censura a una revista es un claro caso de control del discurso (Van Dijk, 2009). Este control se puede ejercer de forma indirecta, ya que muchos medios beneficiarios de los ingresos publicitarios de dicha entidad pueden decir, sin amenaza previa, no difundir una información negativa para no perderlos. En este caso, el control se ejerce de forma directa, retirando la publicidad. La revista, por su parte, realiza un ejercicio de contrapoder al grabar un vídeo en el que explica el suceso y que se difunde rápidamente por Internet e incluso algunos medios de comunicación –muy pocos– llegaron a hacerse eco de la noticia. El 15M, por su parte, utiliza el humor y los elementos de la conocidísima obra literaria para denunciar a uno de los culpables de la crisis: la banca. En este trabajo, por una cuestión de espacio, solo hemos analizado el caso de la Caixa por ser el primero, pero este mismo esquema se sigue con #BankiaEsMordor y que evoluciona hasta #BankiaEsLaBestia. En este último caso, se toma como referente la película de Álex de la Iglesia *El día de la bestia* (1995) en las que las Torres Kio, lugar en el que se alojan las oficinas principales de Bankia son el lugar escogido para que nazca el anticristo.

Especial atención merecen, en este apartado dedicado a la intertextualidad, *Flo 6x8, el cuerpo contra el capital*, un grupo de flamenco que monta *performances* en lugares públicos y en entidades bancarias. Seleccionan piezas y palos de flamenco bien conocidos, adaptan sus letras a las reivindicaciones del 15M y graban sus acciones de cante y baile en vídeos que después difunden por la red. Un claro ejemplo es “Esto no es crisis, se llama capitalismo”, interpretada el 8 de febrero de 2012 en una sucursal de La Caixa. Toman la popularísima rumba catalana de Peret “El muerto vivo” en la que Blanco Herrera, el protagonista, se gasta todo su salario en irse de juerga y como está una semana si aparecer por casa, su familia lo da por muerto y velan a alguien muy parecido. Cuando él regresa, feliz de sus parrandas, su familia no quiere saber nada de él. Veamos ahora la letra creada por Niña Molina y Xavisa:

Y a mi amigo el Banco España
le pagaron su salario
sin pensarlo dos veces
salió para malgastarlo.
Unos años de derroche
y ahorita que pague el pueblo,

como no pagues tu casa, primo,
te quedas sin techo.

El manirroto Blanco Herrera es aquí el Banco de España que, al igual que este, no duda en despilfarrar el dinero, no en una semana pero sí en unos años –los de la burbuja inmobiliaria- aunque mientras el protagonista de la canción original pagaba sus propias cuentas, aquí es el pueblo el que tiene que correr con los gastos, dejando la crítica explícita desde el primer momento. A Blanco Herrera, en su casa, lo dieron por muerto pero en esta versión (“como no pagues tu casa, primo, / te quedas sin techo”) se hace una clara alusión a uno de los caballos de batalla del 15M: conseguir frenar la cifra de desahucios por no poder pagar la hipoteca. De hecho, el vídeo acaba con una señal de tráfico en la que se lee “Stop desnonaments” (Stop desahucios). Veamos ahora el estribillo:

Y es que aquí no hay crisis, no, no (3)
que aquí lo que hay es mucha jeta.
Y es que aquí no hay crisis, no, no(2)
Chévere, chévere, chévere

Unas de las consignas más coreadas y reproducidas en manifestaciones del 15M son aquellas que hacen referencia a que no estamos en crisis sino que la situación es un producto típico del sistema capitalista y es lo mismo que podemos ver en este estribillo, en el que el célebre “no estaba muerto, que estaba tomando cañas” se transforma en “y es que aquí no hay crisis, que aquí lo que hay es mucha jeta”, negando la mayor –“estamos en crisis”- y desmontando así el argumento principal para efectuar recortes en salarios y prestaciones sociales. Las letras de las rumbas catalanas suelen ser alegres y desenfadadas y de ahí el uso del coloquialismo “jeta” en lugar de “desfachatez”.

Pero al cabo de unos años
de hacerse los enrollaos
créditos e hipotecas
ya no se daban sin cuidao
la banca estaba jodida
por haber exagerao,
pero no perdonan deudas
ni a currelas ni a paraos.

En esta estrofa se hace alusión a la tristemente conocida burbuja inmobiliaria española basada, en gran parte, en la facilidad a la hora de conceder créditos para poder pagar hipotecas. El dinero para rescatar a la banca por sus “exageraciones” parece estar siempre disponible mientras que

no se perdonan las deudas a los trabajadores y a los desempleados, “currelas” y “paraos” según el registro coloquial de la canción.

Pero un día se destapó
el falso sueño español
basao en cemento y mentiras
deudas y especulación
el lío que se formó
eso sí que es puro cuento
que lo quieren arreglar
con recortes y con impuestos.

Que esto no es crisis,
se llama capitalismo (4)

En la canción original se conoce la verdad del protagonista de la siguiente manera:

Pero un día se apareció
lleno de vida y contento
diciéndole a todo el mundo:
“se equivocaron de muerto”
el lío que se formó
eso sí que es puro cuento
su mujer ya no lo quiere
no quiere vivir con muertos.

Si bien son las dos estrofas más parecidas en cuanto a letra, el resultado es bien diferente porque el díscolo Blanco Herrera es castigado con el rechazo de su mujer mientras que aquí los dispendios de la Banca pretenden ser sufragados con recortes y subidas de impuestos lo que significa que, al final, es el pueblo el que acaba sufriendo y pagando la cuenta de la “juerga” de otros. Esto que nos lleva a la conclusión final de la canción, muy en relación con el estribillo: “esto no es crisis, se llama capitalismo”.

Si los integrantes de *Flo 6x8*, para realizar su humorística crítica a la entidad bancaria catalana, escogieron un palo autóctono del lugar como es la rumba, para su flashmob con aires de tablao flamenco de una entidad sevillana de Bankia se decantaron por una bulería. El 17 de mayo de 2012 gran parte de la sociedad española se sintió indignada al saber que el gobierno iba a inyectar en la entidad bancaria^{iv} 19.000 millones de euros. Todos los dedos señalaron rápidamente a Rodrigo Rato que ostentó diferentes cargos durante los gobiernos conservadores de José María Aznar y fue también presidente de Bankia. En la bulería que ahora nos ocupa, Rato es interpelado directamente:

No me trajines más, Rodrigo,
que por tu mala cabecilla
acabaremos furtivos,
que por tu mala cabeza, Rodrigo,
acabaremos furtivos.

La bulería es el palo flamenco más ligado a la cultura gitana y aquí vemos una frase que se repite en muchas de sus letras “acabaremos furtivos”, que hace alusión a un grupo étnico que cuenta con sus propias leyes que, en ocasiones, chocan con las leyes del lugar de acogida, lo que implica tener que huir para escapar de la justicia establecida. En este caso, son los poseedores de una hipoteca los que creen que van a acabar furtivos, es decir, que por culpas de los derroches de la banca, representada aquí por Rodrigo Rato, son muchas las personas que pueden perder sus pisos y acabar huyendo de la justicia.

Podemos observar también como el que en su día fuera artífice del llamado “milagro español”, basado principalmente en la especulación urbanística, aparece aquí como una persona con “mala cabeza”, expresión bastante suave si se tiene en cuenta que por esas mismas fechas se le dedicaban epítetos poco heroicos en los medios de comunicación y, sobre todo, en las redes sociales. La letra continúa con las consecuencias de los actos del banquero:

Me busqué dos currillos
pa la hipoteca, /
pa la hipoteca
tú te metes en líos,
me echas a la calle
porque no hay manteca
me busqué dos currillos pa la hipoteca (2).

Siguiendo la estructura típica de las bulerías que, como otras manifestaciones populares, está repleta de repeticiones y paralelismos, se vuelve a insistir en lo que ya habíamos visto en la canción anterior: los problemas (“líos”) de la banca los acaban sufriendo las clases populares que ni aun con el pluriempleo (“dos currillos”) pueden hacer frente a las hipotecas lo que suele acabar en desahucio (“me echas a la calle”). Se observa, de nuevo, el uso del lenguaje coloquial –“currillos” por “empleos”, “pa” por “para” y “manteca” por dinero- con una clara intención humorística, pese a la dureza del tema tratado. También resulta humorístico el diminutivo en –illo que sirve, además, para quitarle hierro a la situación. La 2ª persona del singular es de nuevo Rodrigo Rato por lo que en esta canción se le hace responsable directo de los problemas económicos de

muchas personas, es decir, el político popular acaba siendo el epítome de gran parte de los males de la sociedad española. El estribillo de la canción es una lograda metáfora:

Ay, Bankia, Bankia, Bankia,
pa ti tres pulmones
pa mí ni una branquia.

Aquí se contraponen la hiperbólica cantidad de dinero destinado al rescate de la entidad bancaria (“pa ti tres pulmones”) con la escasez para el pueblo (“pa mí ni una branquia”), a la vez que se juega con la paranomasia de “Bankia” y “branquia”. Así, mientras la banca puede respirar tranquila con un pulmón más de lo necesario, mucha gente puede morir asfixiada como un pez fuera del agua. Al igual que en los enunciados estudiados anteriormente, aquí se repite el esquema de contestar burlonamente a los abusos del poder bancario, pero en esta ocasión no se trata de enunciados más o menos espontáneos como los anteriores sino que estamos ante unas letras flamencas (re)elaboradas cuidadosamente a las que se suma unas coreografías efectistas y bien diseñadas y ejecutadas por profesionales del flamenco.

4.3. Jugando con el lenguaje: las pancartas

Como ya se comentó en la introducción, en la primera y fundacional manifestación del 15M, los eslóganes y consignas se votaron por internet y esto nos da dos de las principales características de este movimiento. En primer lugar, se pide una democracia más participativa y se predica con el ejemplo y, en segundo, que es lo ahora nos interesa, es un movimiento claramente surgido en las redes sociales que se nutre y se retroalimenta en Internet. A falta de recursos económicos, cualquier cartón o sábana vieja sirve para crear una pancarta. Lo que se escribe son, muchas veces, frases que previamente se han difundido en la red o bien al revés, frases que se ven en las pancartas de las manifestaciones y acampadas son tuiteadas –a veces mediante una foto tomada desde el dispositivo móvil- y puestas en circulación. Veamos algunos ejemplos:

4.3.1. No hay pan para tanto chorizo.

4.3.2. No falta dinero, sobran ladrones.

4.3.1. es, sin duda, una de las consignas más famosas y sirve como epítome de la expresión de la indignación popular mediante el humor. Se juega con el doble sentido de “chorizo”, nombre de un embutido pero también utilizado para denominar a aquellos que roban como derivación del la

palabra caló *chori* (ladrón). Este eslogan, cantado en la primera manifestación y difundido hasta el infinito en pancartas y redes sociales, ha dado lugar también a diferentes reformulaciones estéticas, como llevar dicho embutido a las manifestaciones o introducir en el sobre electoral una loncha de chorizo en lugar de un voto válido, expresando así, de manera contundente, la opinión de esos votantes sobre los políticos. En este enunciado se sobreentiende que los chorizos son los políticos y banqueros y el pan es el dinero. En el lenguaje coloquial, a partir del bíblico “ganarás el pan con el sudor de tu frente”, el “pan” es una metonimia del dinero dedicado a los alimentos, lo que significa, finalmente, que todas las personas corruptas se han apropiado de grandes cantidades de dinero han dejado sin lo esencial a una gran mayoría. En esta misma línea, es también muy frecuente la consigna 4.3.2, que expresa lo mismo pero de manera más directa y menos elaborada.

Aunque con el tiempo el movimiento indignado se ha ampliado con “yayoflautas”, médicos, profesores, funcionarios, etc., este se inició en una manifestación juvenil –cabe recordar que uno de los organizadores fue “Juventud sin futuro”- por lo que muchas pancartas hacen referencia al negro panorama que ven por delante los jóvenes:

4.3.3. Somos la generación NINI: ni nos dejan trabajar ni nos dejan estudiar.

4.3.4. Somos la generación NINI: ni nos dejan estudiar ni nos lo podemos permitir.

4.3.5. No somos antisistema, el sistema es antinosotros.

4.3.6. ¿También hemos estudiado por encima de nuestras posibilidades?

En todas ellas se utiliza el humor para transformar denominaciones mediáticas negativas y, a la vez, realizar una crítica social. En los dos primeros casos se señala a una tercera persona del plural para remarcar que hay una imposibilidad para poder realizar estas dos acciones que se suponen normales en alguien joven. En 4.3.4 se refuerza, además, la crítica a la subida de tasas universitarias y a las matrículas de los Módulos Profesionales, que unida a la disminución de becas, dificulta el acceso la educación postobligatoria. Se trata de un tipo de reformulación que también vemos en 4.3.5. en la que de nuevo se da la vuelta a una de las principales acusaciones con las que se quiso desprestigiar el movimiento, a saber, decir que estaba formado por antisistemas. Los medios afines al poder crearon el estereotipo negativo (Van Dijk, 1987) de que las acampadas estaban formadas por personas al margen de la sociedad y con poca afición a la higiene personal, pese a lo incoherente que resulta llamar “antisistemas” a personas que están reclamando, sobre todo, el buen funcionamiento de la democracia y del estado del bienestar, es decir, a personas que quieren más “sistema”. Además de la reformulación, aparece una crítica al capitalismo,

que se percibe como agresor. Vemos también una reformulación en 4.3.6. que, en este caso, hace referencia a una cantinela que se ha difundido desde el poder para culpabilizar al pueblo de la crisis: “la gente ha vivido por encima de sus posibilidades”. Con la interrogación retórica vemos como se cuestiona que esa máxima sea cierta a la vez que se aprecia un lamento por verse abocado a la falta de expectativas tras haber estudiado y. Se unen a este lamento generacional las siguientes consignas:

4.3.7. Si acabas una carrera en España tienes tres salidas: por tierra, mar y aire.

4.3.8. Te limpio el coche con mi título universitario.

En 4.3.7. se juega con los tres tipos de ejército -tierra, mar y aire- para aludir al gran número de personas licenciadas que han tenido que emigrar a otros países para intentar encontrar un trabajo acorde con su formación. Así, el sustantivo “salidas” que, aplicado a los estudios significa las opciones laborales que ofrecen los diferentes estudios y tiene una connotación positiva, se convierte aquí en los caminos que se pueden tomar para salir del país, por lo que la connotación es negativa. Esta sensación de engaño frente a la idea de que estudiar asegura un futuro mejor aparece también en 4.3.8. De todos los enunciados es quizá este el que esconde mayor violencia soterrada ya que el codiciado título universitario se transforma en algo de tan poco valor que puede ser utilizado para limpiar el coche, un coche que pertenece a otro porque la persona poseedora del título no puede optar a tener uno.

Esta juventud que sale a la calle para reivindicar un futuro mejor se encuentra muchas veces con las prohibiciones de la ley. Ante la proliferación de acampadas por toda España, los diferentes gobiernos autonómicos empezaron a prohibirlas y de ahí surgió una de los eslóganes que más éxito ha tenido:

4.3.9. Puedo acampar para ver a Justin Bieber pero no para defender mis derechos.

Poco antes del 15M hubo en España un concierto de este cantante y se produce la paradoja de que si bien el poder permite dormir a la intemperie para un acto lúdico, se prohíbe esa misma acción si la finalidad es reivindicativa.

La primera y más multitudinaria de estas acampadas fue la de la Puerta del Sol de Madrid, lugar en el que tradicionalmente se celebran las doce campanadas de fin de año que en España se acompañan con la ingesta de doce uvas y por eso esta ingeniosa pancarta:

4.3.10. Si viene la policía, sacad las uvas y disimulad,

que demuestra la firmeza de los acampados y manifestantes a seguir allí y no abandonar sus reivindicaciones aunque la policía acuda para hacer cumplir la prohibición de permanecer en el espacio público. En este caso se señala la misma paradoja que en el anterior: se permite la ocupación del espacio público durante la noche si el fin es festivo pero no si se trata de luchar por un futuro mejor.

La angustia por la situación económica es expresada también de forma paradójica en

4.3.11. Me sobra mes a final del sueldo.

4.3.12. No podemos apretarnos el cinturón y bajarnos los pantalones al mismo tiempo.

La expresión coloquial “llegar a final de mes” se refiere a que el salario, que se suele cobrar los primeros días, pueda llegar hasta los últimos, algo cada vez más complicado debido a las bajadas de sueldos y subidas de precios e impuestos y de ahí esta ingeniosa inversión de términos. Otra frase coloquial, esta vez destinada al ahorro, como es “apretarse el cinturón” aparece unida a “bajarse los pantalones”, que tiene que ver con aceptar lo que se considera una humillación. En 4.3.12., estas dos frases hechas unidas en una sola y precedida por una negación, dan cuenta de la situación de hartazgo de gran parte de la población y su necesidad de expresar un punto de inflexión en el que ya no se está dispuesto a aguantar nada más.

Como ya se ha comentado, la banca es señalada como una de las culpables de la situación actual y, por este motivo, se convierte en el blanco de gran parte de las críticas y protagonistas de muchas de las pancartas. Veamos dos variantes que toman como base el eslogan de una entidad financiera, ING Direct que reza: “Tu otro banco y cada día el de más gente”. Esta frase, tal cual, ha sido escrita en repetidas ocasiones en pancartas situadas encima o junto al banco de un parque. Se juega aquí con la polisemia de la palabra banco que tanto puede ser un lugar para sentarse como el lugar encargado de guardar y especular con el dinero. En el lenguaje popular “dormir en un banco” es sinónimo de no tener hogar y esto se relaciona con los numerosos desalojos por impago de la hipoteca a los que ya se ha hecho referencia. La segunda variante, mucho menos popular que la anterior, es el anagrama de ING Direct en el que el que las siglas *ING* han sido sustituidas por el acrónimo *INEM* (Instituto Nacional de Empleo). Así pues, “INEM Direct, tu otro banco y cada día el de más gente” sobre la imagen de un indigente durmiendo sobre un banco naranja –color de la entidad- lanza un mensaje claro: por culpa de los bancos mucha gente va directa al INEM (desempleo), no pueden seguir pagando su hipotecas y acaban desahuciados y durmiendo en la calle. Este binomio banca-especulación aparece constantemente en todo tipo de manifestaciones.

Aunque ya hablamos de ello en el apartado anterior, ahora tenemos que volver a referirnos a la intertextualidad para comentar la siguiente pancarta:

4.3.13. Al pasar la Bankia / me dijo el bankiero / me sobran ladrillos / dame más dinero.

Aquí se toma una célebre canción infantil y se juega con la paranomasia entre la *barca* y el *banquero* de la canción original y *bankia* y *bankiero*, en una clara alusión a la entidad bancaria a la que se culpabiliza de muchos de los males del país. Si en la versión original la niña protagonista tiene la opción de pasar en barca de forma gratuita gracias a su belleza –opción que rechaza con modestia y humildad-, no están los tiempos actuales para tanta generosidad y aquí el banquero especulador exige más dinero para compensar sus pérdidas por las viviendas que no ha logrado vender (“me sobran ladrillos”). Se calcula que en España hay entre 5 y 6 millones de viviendas vacías, es decir, más del 20%, y que muchas ellas están en manos de los bancos por lo que no es de extrañar su constante presencia en las quejas y denuncias expresadas en pancartas. Más poéticas resultan las proclamas que comentaremos a continuación:

4.3.14. Si no nos dejáis soñar, no os dejaremos dormir.

4.3.15. No somos ni de izquierdas ni de derechas, somos los de abajo y vamos a por los de arriba.

4.3.16. Me gustas, Democracia, porque estás como ausente.

4.3.14. parece tener reminiscencias del célebre Mayo del 68, una época en que los sueños colectivos tenían que ver con la utopía de un mundo mejor, resumido en sus más famosas consignas: “Sé realista, pide lo imposible” y “Bajo los adoquines está la playa”. Cabe destacar, sin embargo, que estas dos revoluciones juveniles luchan por objetivos totalmente opuestos ya que los jóvenes indignados españoles reclaman, precisamente, entrar en el sistema *alienante* que los sesentayochistas despreciaban (Carlos Granés, 2011). En el caso que ahora nos ocupa, el soñar utópico se opone a los deseos individuales de bienes materiales fomentado por el capitalismo al que se le va acabar la tranquilidad (“no os dejaremos dormir”) por las diferentes formas de protesta y resistencia al poder. La oración, además, se formula en plural, tanto la 3ª persona del receptor como la 1ª del emisor, lo que señala la idea de pertenencia a una colectividad que se enfrenta a un enemigo múltiple, algo que queda explicitado en otra de las pancartas que más éxito ha tenido: la 4.3.15. Finalmente, en 4.3.16. se toma el verso inicial de la canción de Javier Krane (2010) que juega intertextualmente con el poema del chileno Pablo Neruda que se inicia con “Me gusta cuando callas porque estás como

ausente”. Esta consigna está relacionada con una de las reivindicaciones del 15M, una mayor participación democrática a través de las nuevas tecnologías. No en vano una de las organizaciones convocantes de la primera manifestación se llama “Democracia Real Ya”, cuyo nombre da a entender que la democracia en la que vivimos no es tal.

Como ya se ha repetido varias veces hasta el momento, Internet es el hábitat natural de todo este movimiento surgido en la capa más joven de la sociedad, es decir, lo inician personas para las que los ordenadores y dispositivos móviles forman parte de su cotidianidad, así que no es de extrañar las constantes alusiones al lenguaje informático. Pancartas y carteles con los iconos de aviso que se pueden ver frecuentemente en los ordenadores con mensajes como:

- 4.3.17. Estamos reiniciando el sistema.
- 4.3.18. Error del sistema. Reinicia.
- 4.3.19. ¿Desea actualizar el sistema?.
- 4.3.20. Error 404. Democracia not Found.

Todos estos enunciados dan cuenta de que los participantes son personas muy familiarizadas con el uso del lenguaje informático, ese mismo que les ha servido para organizar manifestaciones masivas y que ahora utilizan para criticar un sistema que consideran fallido –o, por lo menos, que a ellos y ellas les ha fallado- y que necesita ser cambiado. Encontramos, de nuevo, la idea de que la democracia, tal y como se está llevando a cabo, no es tal, y de ahí ese error, esa democracia no encontrada de 4.3.20.

Vemos, pues, como en estas pancartas y consignas es frecuente la confrontación de una identidad común, expresada en la 1ª persona del plural que se enfrenta a una 3ª persona del singular –el sistema- o del plural –los políticos, los banqueros, las personas que manejan el poder- que son percibidos como oponentes o, incluso, como enemigos. También es habitual el uso de la negación mediante el adverbio “no” o la conjunción “ni” que parece marcar de manera clara cuáles son las cosas que están pasando y que no parecen aceptables. En general, se juega con las palabras a partir de su homonimia, polisemia o paranomasia, creando así unos enunciados ingeniosos que combinan la crítica social con el humor.

A modo de conclusión

Freud en su libro de 1905 titulado *El chiste y su relación con el inconsciente* considera la risa, desde la perspectiva del psicoanálisis, como una descarga física y psíquica propia del ser humano. La idea central de Freud es que en

todas las situaciones jocosas, el placer se deriva de la liberación de una cierta carga de energía física. A partir de los diferentes enunciados aquí analizados se podría establecer que el humor es una manera de liberar las tensiones producidas por una situación difícil debida a una crisis mundial que ha afectado duramente a España. Si bien los discursos analizados expresan una crítica contundente, todos ellos tienen como común denominador el humor, es decir, que la dureza de la situación resulta más digerible ante unas formulaciones ingeniosas que provocan la risa. En este sentido, nos parece acertada la propuesta de Augusto Klappenbach (2012) cuando establece la hipótesis de que este humor como lenguaje crítico ha servido para evitar la violencia que, salvo accidentes aislados, no ha estado presente en las manifestaciones del 15M.

Por otra parte, en tanto que grupo perjudicado por la crisis social y con poco margen de maniobra, los manifestantes realizan un ejercicio de contrapoder que se vehicula en forma de interacción social (Van Dijk, 2009) ya que replican con ironía y burlas los intentos de manipulación de los poderosos. Las redes sociales han permitido escuchar voces discordantes con el poder que rara vez aparecen en los medios de comunicación de masas que suelen estar al servicio de intereses políticos y económicos y, por este motivo, son más susceptibles de sufrir abusos del poder tales como la manipulación o la censura. Esto explica el uso mayoritario del anonimato que implica la 1ª persona del plural en la enunciación, pues se considera que es una mayoría la perjudicada por los abusos del poder que se expresa, a su vez, en 3ª persona tanto del singular (el sistema, el poder) como del plural (los políticos, los banqueros, los poderosos). De ahí también la presencia constante del adverbio de negación y de la conjunción copulativa negativa que expresan la oposición frontal hacia lo que está sucediendo.

En este trabajo hemos analizado como una multiplicidad de voces participan en las manifestaciones y reivindicaciones que surgen en torno al movimiento 15M que tienen como meta criticar los abusos del poder y que, sobre todo, aspira a lograr corregirlos. Esta crítica se expresa, en la mayoría de los casos, de forma humorística y ese humor se logra, sobre todo, a partir de la ironía, la intertextualidad que se crea a partir de unos conocimientos compartidos y unos juegos de palabras basados mayoritariamente en la polisemia y en la paranomasia. Así, pues, hemos comprobado cómo se cumple el esquema de la contestación al abuso de poder mediante el humor a partir de unos enunciados que en ocasiones se reformulan y que pueden dar lugar a manifestaciones artísticas como es el caso de algunos carteles o de las *performances* de *Flo 6x8*.

Finalmente, la falta de filiación del movimiento 15M a un partido político o sindicato así como la espontaneidad y rapidez de las redes sociales han permitido que se generen una gran cantidad de discursos

críticos que han calado por su ingenio y humor y que han podido llegar a mucha gente gracias a los efectos multiplicadores de Internet.

ⁱ Seulement, cette intelligence doit rester en contact avec d'autres intelligences. Voilà le troisième fait sur lequel nous désirions attirer l'attention. On ne goûterait pas le comique si l'on se sentait isolé. Il semble que le rire ait besoin d'un écho. Écoutez-le bien : ce n'est pas un son articulé, net, terminé ; c'est quelque chose qui voudrait se prolonger en se répercutant de proche en proche, quelque chose qui commence par un éclat pour se continuer par des roulements, ainse que le tonnerre dans la montagne. Et pourtant cette répercussion ne doit pas aller à l'infini. Elle peut cheminer à l'intérieur d'un cercle aussi large qu'on voudra ; le cercle n'en reste pas moins fermé. Notre rire est toujours le rire d'un groupe. (Bergson. 1972 : 5)

ⁱⁱ <http://etimologias.dechile.net/?hipocori.stico> (recuperado el 13 de agosto 2012, 10:20).

ⁱⁱⁱ La Fundació La Caixa retiró de la revista *Café amb llet* un anuncio de media página a color cuyo coste era unos 300 euros por informar de las protestas contra dicha entidad tras haberse puesto en contacto con ellos para recordarles de que eran uno de sus mejores clientes.

^{iv} Bankia es el nombre de la entidad financiera filial del Banco Financiero y de Ahorros, fruto de la fusión liderada de Caja Madrid y Bancaja, muy ligadas al Partido Popular, a las que también se añadieron otras cajas como La Caja de Canarias, Caixa Laietana, Caja Rioja, Caja Ávila y Caja Segovia.

Bibliografía

- Abril, G.; Sánchez Leyva, J.M.; Tranche R.R. (2012)** “La ocupación del lenguaje” (http://elpais.com/elpais/2012/06/06/opinion/1338982268_785200.html, recuperado el 1 de septiembre de 2012 , 16:30).
- Attardo, S. (2001).** *Humorous texts. A semantic and pragmatic analysis.* Berlin New York: Mouton de Gruyter.
- (1994).** *Linguistic Theories of Humor.* Berlin: Mouton de Gruyter.

- Bergson, H. (1972^{303ª}, 1940^{1ª}).** *Le rire: essai sur la signification de comique*. Vendôme: Presses Universitaires de France.
- Bisquerra, R.(1989)** *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Dews, S., Kaplan, J., & Winner, E. (1995).** Why not say it directly? The social functions of irony. *Discourse Processes*, 19(3), 347-367.
- Calsamiglia, H.; Tusón, A. (2002, 1999^{1ª})** *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Cascón Martín, E. (1995).** *Rasgos, formas y fraseología de la lengua diaria*. Madrid: Edinumen.
- Cohen, T. (1992)** *Jokes. Philosophical thoughts on joking matters*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Cristal, D. (2004).** *La revolución del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Díaz-Migoyo, G. (1980)** “El funcionamiento de la ironía”. En: *Humor, ironía, parodia. Espiral/Revista 7*. Barcelona: Editorial Fundamentos, 45-67.
- Freud, S. (2003).** *The Joke and Its Relation to the Unconscious*. Londres: Penguin.
- García Vizcaíno, M^a José. (2011).** “Humor in code-mixed airline advertising”, *Pragmatics 21:1* (March 2011) http://ipra.ua.ac.be/main.aspx?c=*HOME&n=1416, recuperado el 13 de septiembre a las 19:20.
- Hayman, D. (1980)** “Más allá de Batjtin: hacia una mecánica de la farsa”. En: *Humor, ironía, parodia. Espiral/Revista 7*. Barcelona: Editorial Fundamentos, 69-119.
- Hessel, S. (2011).** *Indignaos*. Barcelona: Destino.
- Jauss, H.R. (1970).** *La literatura como provocación*, Barcelona: Ed. Península.
- Johnstone, B. (2001).** *Discourse Analysis*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Klappenbach, A. (2012)** “El humor del 15-M”. *Público* (<http://www.publico.es/espana/433515/el-humor-del-15-m>, recuperado el 2 de julio a las 11:05)
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1983).** *La Connotación*. Buenos Aires. Hachette.
- Potter, J., Antaki, Ch., Edwards, D. y Billing, M. (2003)** “El Análisis del discurso implica analizar: Crítica de seis atajos analíticos”. En *Athenea Digital: revista de pensamiento e investigación social*, 3.
- Reyes, G., (1994, 1990^{1ª})** *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*. Barcelona: Montesinos.

Sanmartín Sáez, Julia. (2007). *El chat. La conversación tecnológica.* Madrid: Arco/Libros.

Tolkien, J.R.R. (2002, 1978^{1ª}). *El señor de los anillos.* Barcelona: Minotauro.

Torres Sánchez, M.A. (1999). *Aproximación pragmática a la ironía verbal.* Cádiz: Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.

Van Dijk, T. A. (1987). *News analysis: Case studies of national and international news: Lebanon, ethnic minorities, refugees, squatters.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

-----**(2009).** *Discurso y poder.* Barcelona: Gedisa.

Vídeos en la red

“Esto no es crisis, se llama capitalismo”
<http://flo6x8.com/acciones/26-esto-no-es-crisis-se-llama-capitalismo>
(recuperado 15 de agosto 11:50).

“Bankia, pulmones y branquias” <http://flo6x8.com/acciones/27-bankia-pulmones-y-branquias-bulerias> (recuperado 15 de agosto 10:45).

“¿Retiró la Caixa la publicidad de una revista que informa de las protestas contra la entidad financiera?”
<http://www.vozbcn.com/2012/05/21/114629/castigados-informar-cafeamblllet-caixa/> (recuperado el 31 de agosto 10:55)

Nota biográfica



Sonia Sierra Infante es Doctora en Filología Española y profesora de la Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente forma parte del PAD (“La competencia plurilingüe, audiovisual i digital como vehículo para la construcción de saberes en comunidades de práctica multilingües y multiculturales”, un proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (EDU2010-17859, subprograma EDUC) perteneciente al Grup de Recerca en Ensenyament i Interacció Plurilingües (GREIP) que en su segunda etapa como Equipo de Investigación Consolidado está financiado por la Agencia de Gestió d’Ajuts Universitaris i de Recerca – Generalitat de Catalunya (1273 SGR 2009) y del GRET (Grup de Recerca Transdisciplinari), ambos relacionados con el análisis del discurso y la enseñanza. Sus actuales líneas de investigación son la lengua en Internet y la Didáctica de la lengua y la literatura y ha publicado varios artículos sobre el tema como “Todo pasa y todo queda. Hacia una nueva manera de enseñar la Literatura” y “Los neologismos en la sociedad de la información: análisis de su presencia y ausencia en las fuentes lexicográficas escolares”.