

‘Legado’, ‘fracaso’ o ‘farsa’: Transición y 15M como mitos matriciales en el discurso digital de Podemos

Legacy ‘failure’ or ‘fake’: The Transition to Democracy and 15M as matriarchial myths in Podemos’ digital discourse



Miguel Álvarez-Peralta. Profesor Contratado Doctor en la Facultad de Comunicación UCLM. Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid (2007), e Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas por la Universidad Complutense de Madrid (2004), donde realizó su tesis doctoral en torno a la cobertura periodística de la crisis económica. Máster en Periodismo Científico por la UNED (2010), donde ha impartido la asignatura Gabinetes de Prensa, y coordinador del programa de TV CienciaFicción y de la plataforma de divulgación científica DivulgaUNED. Ha realizado estancias en la Universidad RWTH de Aachen (Alemania) y como investigador visitante en las universidades de Bolonia (Italia), y Harvard University (Cambridge, EE.UU.). Es miembro de la sección de Estudios del Discurso en AEIC y miembro de ULEPICC-España, la Asociación de Estudios del Discurso y Sociedad (EDISO) y la Asociación Española de Semiótica (AES).

Universidad de Castilla la Mancha, España

miguel.alvarez@uclm.es

ORCID: 0000-0001-5619-8106



Raúl Rojas Andrés. Profesor colaborador de Comunicación Política en la Facultad de Comunicación UCLM. Licenciado en filosofía, consultor político e investigador doctoral en la Escuela Internacional de Doctorado UCLM, centra su investigación en la sociología política, en particular sobre el estudio de la izquierda española y la distinción cultural, la comunicación política de la izquierda y la construcción de las identidades políticas españolas.

Universidad de Castilla la Mancha, España

profesor.jrojas@uclm.es

ORCID: 0000-0002-0375-3548

Recibido: 13/04/2021 - Aceptado: 20/09/2021 - En edición: 20/10/2021 - Publicado: 01/12/2021

Received: 13/04/2021 - Accepted: 20/09/2021 - Early access: 20/10/2021 - Published: 01/12/2021

Resumen:

Esta comunicación analiza el enmarcado de dos relatos que operan como mitos políticos fundacionales –la Transición en España y el surgimiento del Movimiento 15M– en el discurso del partido-movimiento Podemos. Ambas narrativas ofrecen explicaciones colectivas de la génesis del actual escenario político. El objetivo es conocer el tratamiento dado a las mismas desde un partido creado en enero de 2014 que logró en diez meses ser primera fuerza en intención de voto según el CIS. Del total de mensajes emitidos vía Twitter desde siete de

Abstract:

This paper analyses the framing of two narratives that act as foundational political myths –the Spanish Transition to democracy and the emergence of the 15M Movement– in Podemos’ party discourse. Both narratives provide collective explanations for the development of the current political scenario. The objective is to understand how they are reconstructed by a party, only created in January 2014, which managed to reach top position for voting intention according to the Centre for Sociological Research (CIS). Five years later, it became part

Cómo citar este artículo:

Álvarez-Peralta, M. y Rojas Andrés, R. (2021). ‘Legado’, ‘fracaso’ o ‘farsa’: Transición y 15M como mitos matriciales en el discurso digital de Podemos. *Doxa Comunicación*, 33, pp. 99-120.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a1487>

sus cuentas oficiales, entre 2014 y enero de 2020, se seleccionan 409 en base a la inclusión de lexemas que aluden a ambos episodios históricos. La metodología analítica incluye el análisis cuantitativo de contenido, complementado con análisis de discurso semio-narrativo, así como la entrevista directa a cinco dirigentes del partido para contextualizar y descartar posibles hipótesis interpretativas. Se identifica así la diversidad de estrategias políticas para la reconstrucción discursiva de dicha mitología política, concluyendo la existencia de una matriz homogénea en cuanto al 15M. No ocurre lo mismo para la narrativa de la Transición, donde se registra desde un principio la presencia de narrativas opuestas que se corresponderán con las escisiones posteriormente vividas por este partido-movimiento.

Palabras clave:

Redes sociales; medios digitales; Twitter; mitos; representaciones sociales.

of the governing coalition. Of the total number of messages sent via Twitter from seven official accounts, between 2014 and January 2020, 409 were chosen based on the inclusion of lexemes referring to the previous mentioned historical episodes. Our analytical methodology applies quantitative content analysis, complemented by semi-narrative discourse analysis. Direct interviews with five party leaders are used to contextualise or discard interpretative hypotheses. Thus, we map the diversity of political strategies for the discursive reconstruction of this political mythology, concluding the existence of a common myth concerning 15M, but not so for the Spanish Transition, where there are opposing narratives from the beginning, which correspond to the divisions subsequently experienced by this party movement.

Keywords:

Social media; digital media; Twitter; mythology; social representations.

1. Introducción

El análisis de mitología política es una de las vetas más prolíficas en el terreno de la mitocrítica y de los estudios sobre representaciones sociales por un buen motivo: el mito es la forma que históricamente adquiere en las sociedades humanas el macrorrelato colectivo, la matriz cultural que da sentido al sistema vivido por cada cultura concreta. Lejos del rígido estructuralismo que presidió la antropología social a mediados del siglo pasado, o de la concepción del análisis mitológico como limitado al estudio de falsas creencias que regían la vida en sociedades primitivas, el estudio del mito político se aplica hoy al análisis transdisciplinar de toda macronarrativa fundacional en cualquier tipo de sociedad.

La tendencia dominante en la primera mitad del siglo pasado fue la de centrar el análisis mitológico en el estudio de las llamadas «sociedades míticas» o precientíficas, consideradas como ignorantes de su pasado desde una perspectiva neocolonial y eurocéntrica que a menudo entendía el mito como falso relato manipulatorio, en lugar de como dispositivo narrativo para la cohesión social. Es sin embargo a partir del llamado giro lingüístico y postcolonial de los años setenta, y la tendencia a la transdisciplinariedad, cuando comienza a formarse el consenso creciente de que toda comunidad política, por muy ilustrada y secular que pueda considerarse, se apoya en raíces y componentes míticas, algunas ancestrales y otras más recientes, en tanto que necesita elaborar respuestas colectivas simplificadas a una serie de interrogantes ineludibles. Como resume Oyaneder (2003, p. 94), «la función del mito es entregar al individuo una visión acerca de las cosas y de sí mismo. Una visión tal es necesaria para el hombre en la medida en que le entrega la orientación de la cual, en su origen, carece. (...) el mito es, en su origen, el resultado de los esfuerzos de la humanidad primigenia para formalizar la realidad como un todo coherente con un sentido determinado. (...) conocer dicho orden le permite al individuo situarse adecuadamente en él».

Así, el análisis mítico formulará interrogantes tales como, ¿De qué manera se formó el orden social que vivimos?, ¿Cómo se estructura y sostiene nuestra comunidad política?, ¿Quiénes participaron en su formación y qué valores defendían?, ¿Hacia qué horizontes nos orienta este orden?, ¿Quiénes constituyen nuestra comunidad y quiénes quedan en sus márgenes?, ¿Qué me-

moria necesitamos transmitir si queremos cuidar (o subvertir) este régimen político?, etc. Según la perspectiva constructivista aquí adoptada, las diferentes maneras de responder a esas cuestiones, y de organizar esas respuestas en macrorrelatos sociales, plasman las identidades colectivas de cada sociedad en toda su heterogeneidad, con su repertorio ideológico y de narrativas concurrentes en cada momento histórico concreto, su mitología, su diversidad política, sus tensiones y lazos compartidos.

La idea de mito incorpora desde tiempos remotos la connotación de falsedad, pero también la de mediación. Originalmente, la voz griega «mythos» se opone a «logos» –a la comprensión racional de la historia social–, y se ha traducido frecuentemente como «fábula», si bien posteriormente en latín dará lugar al lexema «mittere» que participa de verbos como «emitir» o «transmitir» (Núñez, 1999, p. 50). Ello subraya el vínculo entre lo mítico y lo «mediado», aquello que nos es transmitido de forma intergeneracional. Los mitos han referido tradicionalmente narraciones anteriores al tiempo histórico vivido, que relatan hazañas de seres sobrehumanos que hicieron posible el mundo que vivimos (el origen del mar, del sol, del fuego, etc.), y cuyas peripecias nos informan de las leyes naturales. Esta dimensión normativa vinculó mito y política desde antes de la cultura escrita. Ya en la Grecia clásica, en Babilonia, o en los imperios romano y egipcio, la sistematización de dichas narrativas orales, transcritas por poetas y filósofos como Homero o Hesíodo, al tiempo que la divinización de figuras políticas como la del Faraón o emperador (Domiciano llegó a declararse a sí mismo divinidad, construyendo su propio relato mítico para generar su propio culto imperial en vida), canalizaron una simbiosis entre narrativa mitológica y poder político que ha permanecido desde el origen de las sociedades agrícolas hasta nuestros días (Campbell, 2017).

De este modo, «el mito religioso en general no desapareció (...) se hizo compatible con esquemas racionales en la teología (...) los diversos relatos míticos que se fueron sucediendo juzgaron a los otros como cosa falsa. (...) Es decir, se consideraba, desde la narración sentida como verdadera, que las otras eran falsas. Pero esto, el desconocer la raigambre mítica de la propia “verdad”, no fue asunto privativo de los relatos formalmente religiosos, sino que se manifestó también en los esquemas “racionalistas” del pensar, también ya desde la Antigüedad en adelante, en un proceso que llega hasta nuestros días.» (Oyaneder 2003, p. 97). Efectivamente, en la noción de mito, clásico o contemporáneo, esgrimida por autores como Campbell (2015), Vernant (2003) o Detienne (1985), esta constante antropológica no sólo no se opone al avance de la ciencia o la democracia, sino que acompaña el desarrollo de las civilizaciones y vehiculiza con eficacia su creciente complejidad en tanto que permite el ordenamiento de la vida cultural en torno a grandes creencias estables, dispositivos productores de ideología y ritualización, estableciendo sentidos compartidos y normatividad cívica, y en ese sentido ejerciendo como dispositivos organizadores de la vida social, también de su democracia y sus modernas estructuras de producción de conocimiento. Es además importante reparar en que el mito cumple un rol performativo, no sólo suministra explicaciones, sino también actúa como motor: la narración que nos damos en cada contexto guiará la acción social y la creatividad humana, así como el pensamiento de la época. En palabras de Raquel Caerols (2015, p. 38) «todo nuestro ideario sobre la creatividad, la creación artística y los genios son fruto de los mitos nacidos a la luz de un contexto histórico. Son construcciones de una sociedad a través de las cuales aspira a entenderse y explicarse. Mitos que representan símbolos, símbolos sobre los que se construye el ideario de una civilización, pero que a la vez son la parte del pensamiento y el proceso creativo, como explicación intrínseca del ser humano».

En línea con esta perspectiva constructivista, el relato massmediático del periodo de Transición en España (entre 1975 y 1982 aproximadamente, con ligeras variaciones entre autores) puede considerarse un mito fundacional en sentidos diferentes al de una farsa estratégicamente producida desde el poder para controlar posibles derivas. Esa noción manipuladora del «Mito de la

Transición» ha sido recurrentemente empleada tanto a nivel periodístico (cfr. Bustos, 2016; Constenla, 2011; Gracia, 2013; Hermida, 2015; Marina, 2014; Riveiro, 2018) como académico (Martínez-País, 1999; Núñez, 1999), especialmente entre historiadores críticos con los puntos ciegos de dicho relato (e.g. Baby, 2012; Gallego Margaleff, 2008). Trataremos aquí sin embargo otra acepción, el mito de la Transición o del 15M en un sentido **más pragmático** y no conspirativo, en tanto que macronarrativa social organizadora con reconocible eficacia de la vida política del país, en la medida en que contiene las respuestas asumidas por la mayoría social acerca del origen y valor del actual sistema de monarquía parlamentaria, del repertorio de posiciones políticas que forman la comunidad democrática (y de las excluidas), que instituye unos rituales compartidos (la fiesta del 6 de Diciembre, el desfile del 12 de Octubre, el Discurso de Navidad de Su Majestad El Rey, etc.) y así también una memoria y unos valores político-morales asociados. En el caso del 15M, por ejemplo, el personaje mítico común es el héroe colectivo encarnado en la figura coral de las asambleas, plazas, marchas y mareas que formaron dicho movimiento. Desde este encuadre teórico observaremos cómo se construyen dichas narrativas míticas en las diferentes vetas discursivas que convivieron en el partido Podemos durante sus primeros años.

No es por tanto la veracidad de los mitemas (unidades semióticas irreductibles y repetidas a través de diversos mitos) o constructos narrativos incorporados en el discurso de Podemos lo que nos va a interesar, sino su valor como indicador y testigo de la evolución de la diversidad política en el seno de este partido-movimiento. No sólo interesa la relación de Podemos con la mitología política nacional como medida de la vigencia de dicha narrativa: el estudio de su tratamiento también nos permitirá evaluar el repertorio interno de estrategias políticas y su evolución reciente. Ello nos permitirá valorar en qué medida las escisiones¹ sufridas por Podemos a partir de 2017 responden, como sentencian reiteradamente portavoces actuales del partido (Cué et al., 2019), así como analistas y periodistas en medios de referencia (Blas, 2019; Cruz, 2017; El Mundo, 2019; Menéndez, 2017; Roper, 2016), a impulsos personalistas, antipatías y conflictos de poder y ego, o bien se corresponden con estrategias políticas identificables plasmadas en su manera de encuadrar dicha mitología. Este enfoque nos permitirá también evaluar desde cuándo esto se manifestaría en las narrativas plasmadas individualmente en redes sociales.

1.1. La Transición como matriz mítica del orden político post-franquista

A finales de los años 70 del siglo pasado, España atravesó un proceso de transición de una dictadura nacional-católica a una democracia parlamentaria tras la muerte, en 1975, del general Francisco Franco que, vencedor de la guerra civil española (1936-1939) se había erigido como dictador del país. Dicha guerra había comenzado con un golpe militar encabezado por sectores militares conservadores, monárquicos, nacionalistas, católicos y filofascistas que se sublevaron contra la Segunda República Española. La narrativa social hegemónica recoge además cómo dicha guerra civil fue terriblemente cruenta, aunque después coexistan diversas narrativas sobre el carácter más o menos represivo de la posterior dictadura militar. Los sectores republicanos que opusieron resistencia al dictador, tratando de derrocarlo desde el exilio y desde la clandestinidad, subrayan su carácter cruel y despiadado. Los sectores monárquicos y más conservadores, por el contrario, tienden a ensalzar en sus narrativas la eficaz ordenación de la vida pública que produjo en cooperación con la Iglesia católica. Tras la muerte del dictador, las tensiones políticas afloraron y creció el miedo a un nuevo enfrentamiento, en forma de terrorismo o incluso de nuevo intento de golpe militar (como de hecho ocurriría en 1981).

A partir de ahí, el relato hegemónico a nivel massmediático sobre la Transición española vendría a narrar, a grandes rasgos, cómo una serie de figuras políticas clave (Franco, Suárez, Fraga, Carrillo, Felipe González, los padres de la Constitución, Juan Carlos I de Borbón, etc.) fueron capaces de liderar un proceso de complejas negociaciones que exigía gran responsabilidad, capacidad de entendimiento inclusión y reconciliación, y visión estratégica para llevar el país desde una dictadura nacional-católica hacia un **régimen de gobierno** homologable con el resto de democracias europeas; así, frente a la bomba de relojería que constituían los rencores e impunidades que amenazaban con agravar las manifestaciones de violencia política, estas figuras **habrían** logrado construir un marco de relativa concordia y de respetuosa convivencia de las diferencias, erigiendo a la monarquía como clave de bóveda de la unidad del territorio nacional.

El valor de esta narrativa no se localizaría tanto en su precisión o fidelidad a los hechos acaecidos como en su innegable eficacia para producir **décadas de estabilidad política**, y lograr el objetivo de integración en Europa. Las diferentes ideologías que comparten esta matriz mítica común articularán diversas variantes, añadiendo e impugnando elementos narrativos e interpretaciones en función de las tradiciones, intereses y visiones particulares de cada grupo social.

1.2. El 15M como matriz mítica del orden político post-bipartidista

El 15 de mayo de 2011, calcando algunas formas de protesta de la reciente Primavera Árabe, miles de personas acamparon en las plazas de cientos de ciudades de España bajo lemas como «Democracia Real Ya» o «lo llaman democracia y no lo es». El movimiento recabó desde un principio la simpatía de más del 80% de la población (Havas Media, 2011), lo que le permitió resistir acampado durante meses en numerosas capitales del país. La literatura reciente recoge un creciente volumen de producción dedicada a este movimiento social, sin embargo, no es frecuente el estudio del relato que actualmente se hace de este episodio en tanto que nueva matriz mítica para la explicación del origen de un tiempo políticamente nuevo, post-bipartidista, en la democracia española. Algo que sí encontramos en el caso de la Transición. El impacto político del 15M es indudable: el bipartidismo dominante se hundió en los sondeos y elecciones a partir de esa fecha, perdiendo unos ocho millones de votos en conjunto. Gracias a ello surgieron decenas de partidos nuevos, algunos de indudable éxito, generando un escenario de máxima fragmentación política dominado por coaliciones de gobierno en todos los niveles de la administración.

El relato mediático de este episodio, igualmente multiforme y contradictorio en algunos tramos, como toda macronarrativa social, incorpora mitemas recurrentes que aluden a la constitución de un tiempo político nuevo: la imagen del pueblo que toma las calles para refundar la democracia, para exigir un nuevo contrato social. Resuenan aquí ecos de los levantamientos del pueblo francés que habitualmente se ubican en el origen de la democracia moderna, o del conocido «We the People do ordain and establish», fórmula mítica de la Independencia Estadounidense, representación del pueblo en abstracto (no de una ideología, grupo social o partido concreto) estableciendo un orden nuevo. El 15M precipitó, además, la apropiación masiva de las TIC para la movilización social (Hernández et al., 2013, p. 67), en especial de la plataforma Twitter (Álvarez-Peralta, 2018, pp. 109-115), y renovó decisivamente los repertorios de protesta sindical (Gago, 2016, pp. 50 y 59). Como han señalado Espinar-Ruiz y Seguí-Cosme (2016, p. 16) «es difícil sobrevalorar la influencia que ha tenido el 15M en la comunicación de algunos actores de la sociedad civil estructurada española (...). El escenario comunicativo se ha tornado más denso en actores y en significados abiertamente políticos y el campo de estudio, en consecuencia, se ha tornado más intenso en conceptos y debates politológicos».

2. Objetivos y metodología

El presente estudio se plantea los siguientes objetivos:

- Objetivo principal: Identificar qué tratamientos discursivos se han dado desde el partido político Podemos a los mitos políticos de la Transición y el 15M.
- Objetivo secundario 1: Cartografiar las estrategias discursivas y políticas que subyacen a dichas construcciones míticas, así como su evolución en el tiempo, si la hubiera.
- Objetivo secundario 2: Evaluar hasta qué punto la escisión manifestada en el segundo congreso de Podemos¹ responde sólo a impulsos personalistas, antipatías personales, conflictos de poder y ego o bien se corresponde con diferentes estrategias políticas rastreables en diferentes tratamientos de dichas mitologías.
- Objetivo secundario 3: En tal caso, evaluar desde cuándo esas diferencias estratégicas se manifestarían en sus discursos en redes sociales.

La plataforma de Twitter es considerada la red social digital de orientación pública por excelencia, debido a su especial disposición para usos políticos y periodísticos, a diferencia de las orientaciones más interpersonales y semiprivadas de redes como Facebook e Instagram (Farhi, 2009, pp. 27-30; Neuberger et al., 2019, p. 1260). El corpus analizado en este trabajo está compuesto por decenas de miles de mensajes emitidos a través de esta red desde siete cuentas oficiales del partido-movimiento Podemos en el periodo que va desde su fundación el 17 de enero de 2014 hasta su entrada en el gobierno el 13 de enero de 2020². De dicho universo, la muestra final para el análisis cualitativo detallado la constituyen 409 mensajes seleccionados en función de su inclusión de determinados lexemas relacionados con palabras clave que identifican la presencia de las dos construcciones míticas a analizar.

El enfoque «coding and counting» que aplicamos para un análisis discursivo mediado por ordenador (Herring, 2004, pp. 343-345; Torrego & Gutiérrez-Martín, 2016, p. 13) exige operativizar los conceptos clave en términos empíricamente medibles. Para ello hemos reunido en dos macro-categorías correspondientes a los dos relatos míticos considerados un total de 28 codificadores que identifican tipos narrativos propios de ambos relatos. De un universo muestral de decenas de miles de tuits, la muestra final se compone de todos los mensajes que hacen referencia directa a cualquiera de estos términos clave en todas sus variaciones lexemáticas (i.e. incluyendo desinencias y co-ocurrencias típicas):

- Términos clave de la Transición: *Transición, democracia, 23F, golpe, Franco, Suárez, Fraga, Carrillo, Tejero, Felipe González, 1975, 1976, 1977, 1978, Régimen del 78, R78, 1982, movida.*
- Términos clave del 15M: *15M, 15-M, 2011, mayo, acampadas, asambleas, plazas, quincemayis*, Sol y mareas.*

Aunque de facto se revela eficaz, estos conjuntos sémicos no pueden ser ni exhaustivos ni infalibles. Para desambiguar y descartar ocurrencias polisémicas o falsos positivos, se emplea la revisión directa de corpus contextualizado. A través de esta metodología, no se analiza una selección aleatoria, sino el conjunto completo de mensajes que hacen referencia a los referidos mitemas.

Para la recuperación de los tuits se utiliza el sistema de búsqueda avanzada de la propia plataforma Twitter, aplicado a perfiles de siete portavocías oficiales que corresponden al perfil oficial del partido y a los del equipo inicial dirigente y fundador del mismo (Blas, 2019): Pablo Iglesias, Íñigo Errejón, Juan Carlos Monedero, Carolina Bescansa y Luis Alegre. Se han incorporado sensibili-

dades diferentes para una panorámica más amplia, incluyendo también el perfil de Alberto Garzón, dirigente de Izquierda Unida desde 2013 y de la coalición Unidos Podemos a partir de mayo de 2016. Tenemos así un total de 28 términos clave lexematizados y siete cuentas oficiales a lo largo de seis años, lo que arroja una selección total de 409 mensajes en la muestra final para el análisis cuantitativo y cualitativo, cuyo objetivo será mapear su distribución en el tiempo, así como entre cuentas, narrativas y mitemas, como base para el posterior análisis discursivo y semio-narrativo, orientado a la categorización e interpretación de dichos mitemas en su función de mitología política. Todo ello nos permitirá cartografiar las estrategias discursivas y políticas subyacentes, así como su evolución en el tiempo.

Los interrogantes guía de esta indagación, en consecuencia, serían:

- IG1: ¿Se han dado diferentes tratamientos a las narrativas míticas fundacionales del contexto político, como son las del 15M y la Transición, en el seno del partido Podemos?
- IG2: ¿Han evolucionado dichas construcciones en el periodo entre la fundación del partido en 2014 y su acceso al gobierno en 2020?
- IG3: ¿Se corresponden esos diferentes tratamientos con diferentes estrategias políticas y/o marcos teóricos de referencia en las fracciones escindidas a partir del segundo congreso de Podemos?

La principal hipótesis subyacente es que la escisión no responde principalmente a egos o diferencias de carácter personal, como se ha afirmado a menudo, sino a estrategias políticas divergentes, plasmadas en narrativas públicas claramente diferenciadas desde etapas muy tempranas de la formación.

Los motivos para analizar el discurso a través de la red social digital Twitter, frente a otros posibles medios, incluyen la facilidad de acceso en comparación con el acceso a archivos de televisión y radio, por ejemplo, pero también la posibilidad de acceder a una mayor diversidad de perfiles relevantes como el de Alberto Garzón, Íñigo Errejón o Juan Carlos Monedero, que si bien son de vital importancia para los objetivos de esta investigación y ejercieron gran influencia en la ejecutiva de partido en distintos momentos, no gozaron de una visibilidad mediática comparable a la de Iglesias, portavocía casi única durante los primeros meses de andadura de la formación. Sin embargo, sí emitían discurso en Twitter. Además, esta red social nos permite contrastar los discursos oficiales desde la cuenta corporativa con discursos más personales emitidos desde las respectivas cuentas personales individuales, a menudo más informales y portadores de las visiones de fracción que estamos buscando. En aras de la simplificación metodológica, para focalizar en el análisis textual, sólo la parte textual de las comunicaciones verbo-visuales será tenida en cuenta, descartando en esta etapa de la investigación la realización de análisis visual de imágenes o vídeos, si bien su contenido sí podrá ser sucintamente resumido cuando el análisis textual así lo exija.

Esta metodología se completa con entrevistas directas a cinco dirigentes del partido, cuatro de sus fundadores y un coordinador del equipo de redes, recabando respuestas que iremos citando a lo largo del texto³ para fortalecer o descartar algunas de las posibles hipótesis interpretativas. Esta combinación de análisis de contenido basado en técnicas de «coding and counting» junto al análisis del discurso multimodal es muy frecuente en este tipo de investigación sobre representaciones sociales en redes digitales (e.g. Torrego y Gutiérrez-Martín, 2016; Zhang y Cassany, 2019) y sobre mitología massmediática (e.g. García-García et al., 2011).

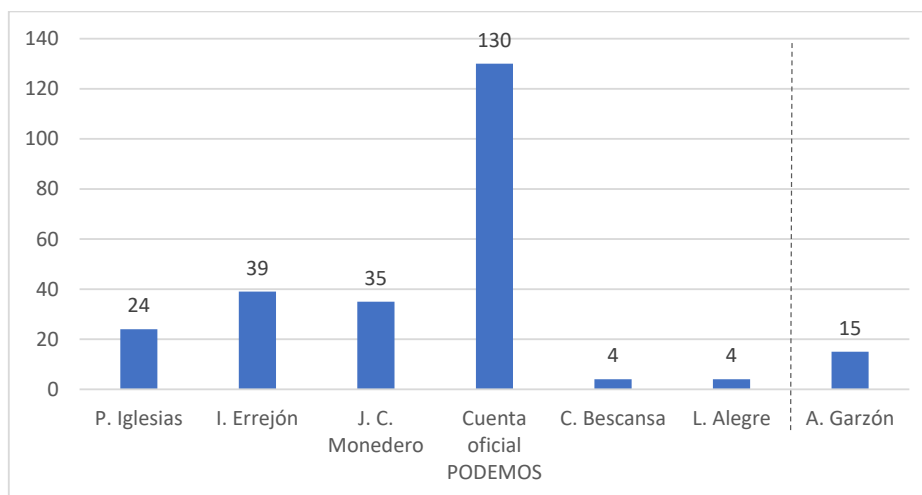
3. Resultados

3.1. Los sentidos míticos del 15M en el discurso de Podemos

Procediendo en sentido cronológico inverso, empezaremos por analizar la presencia y encuadre de la narrativa mítica más reciente, relativa al 15M, que a menudo se invoca para explicar el origen y dar sentido al movimiento-partido Podemos tanto en análisis académicos (Calle Collado, 2016 pp. 85-87; Iglesias 2015, pp. 10-14; Errejón 2014, p. 25; Rendueles y Sola, 2015, p. 33) como en innumerables titulares de prensa y columnas de opinión. Seguidamente, abordaremos el mito fundacional anterior y socialmente más establecido de la Transición a la democracia.

La Figura 1 recoge la distribución del conjunto de tuits emitidos en alusión directa al fenómeno 15M según la metodología indicada. Se aprecia una apuesta oficial de partido por tratar el tema, tanto en la cuenta corporativa como a través de los líderes con mayor proyección mediática, gracias a su condición de portavocía permanente: Iglesias (Secretario General), Errejón (Secretario Político) y Monedero (Secretario de Proceso Constituyente y Programa hasta mayo de 2015, después portavoz mediático). La distribución de la muestra es relativamente equilibrada entre las tres portavocías (desviación típica $\sigma=0.316$) pero más de la mitad de las alusiones se producen en el perfil oficial, lo que demuestra que era una decisión de partido. Si bien, centraremos la atención en estas cuatro fuentes más prolíficas, de cara al análisis discursivo cualitativo, posteriormente indagaremos en el motivo de los silencios en las cuentas menos productivas a este respecto.

Figura 1. Distribución de tuits en alusión al Movimiento 15M



N=251 tuits en alusión al 15M, incluyendo los de Alberto Garzón, portavoz oficial de Unidos Podemos a partir del 13 de mayo de 2016.

Fuente: elaboración propia

A partir de una primera exploración semio-narrativa, las alusiones al 15M pueden agruparse en torno a dos grandes constructos o momentos narrativos. En el primer constructo, se dibuja el fenómeno 15M como génesis o apertura del ciclo de cambio, como estallido popular que rompe el candado del bipartidismo y que «abrió una brecha» y «representó a un nuevo país», en palabras de Pablo Iglesias, dando pie a un nuevo tiempo político (véase Tabla 1). Este relato opera plenamente como mito político fundacional. En esta construcción predomina la componente de reconocimiento y agradecimiento al 15M como matriz de la nueva política en general y de Podemos en particular.

En el segundo constructo narrativo, no incompatible pero claramente diferenciado del anterior, se presenta el 15M como proyecto inacabado. No sería ya una **génesis creadora exitosa**, sino un misión incompleta o intentona pendiente de consumación, que hace falta «llevar hasta el final» o «hacer realidad», en palabras de Iglesias (cfr. Tabla1).

Tabla 1. Ejemplo de alusiones a dos formulaciones posibles del Mito 15M (01/2014 a 01/2020)

Cuentas Twitter	15M como génesis exitosa de un tiempo nuevo	15M como misión incompleta o proyecto inacabado
Tuits de @Podemos	<ul style="list-style-type: none"> – “La mayoría social contra el austericidio y los recortes la construyeron las mareas y el movimiento 15M en las plazas” (14/11/2014) – Cualquiera que quiera representar al #15M es un vendedor de crecepelo. Nadie puede representarlo. (15/05/2014) – No somos representantes del 15M, no se puede representar, pero hemos querido aprender de él muchas lecciones (27/05/2014) – El 15M abrió en España el camino a una nueva transición y llevaba en sus entrañas lo mejor de nuestro país (5/12/2015) 	<ul style="list-style-type: none"> – Cualquier herramienta electoral será más fea que el 15M, nunca estará a la altura, pero podrá articular una alternativa efectiva. (12/04/2014) – No somos un partido más, somos la mayoría ciudadana que recupera el grito de indignación del 15M. (18/05/2014) – Hay gente que dice que el 15M no sirvió para nada. Si no sirve para nada, ¿Qué hacemos aquí?! (...) (26/05/2014) – Podemos es la expresión política del 15M, pero también ha provocado cambios en el resto de partidos. (1/12/2015)
Tuits de @PabloIglesias	<ul style="list-style-type: none"> – Nadie puede representar un movimiento y, sin embargo, el 15M representó un nuevo país ... (15/5/16) – Ante unas élites que buscan cerrar por arriba la brecha abierta por el 15M, organizamos en Córdoba las jornadas ‘Volver a Mirarnos’ (23/11/17) – Una nueva república, hija del 15M y las movilizaciones del 8 de marzo, es cuestión de tiempo ... (31/10/18) – ‘Y el 15-M se hizo carne’, un artículo de @pnique ... vía @el_pais (18/10/15) 	<ul style="list-style-type: none"> – “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros” ese lema que dio origen al 15M nos acompaña hoy y queremos llevarlo hasta el final. (15/5/14) – “Su crisis no la pagamos” gritaba el 15M. Hagámoslo realidad... (15/5/14) – El 15M fue la primera nota de un nuevo impulso (...). Seguimos trabajando para completar la partitura (15/5/17) – en 2018 tenemos la enorme responsabilidad de lograr que la España del 15M venza a la vieja España ... (13/1/18)

<p>Tuits de @Ierrejón</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lo relevante de este vídeo es que no lo ha hecho nadie de Podemos (que sabe que el 15M es irrepresentable) (4/2/2014) - El 15M abrió una oportunidad para los de abajo. Nuestro reto: mayor justicia y mejor democracia. ... (11/10/2015) - El proyecto de restauración (llevarnos a un país anterior al 15M) es la Gran Coalición. Otra opción es gobierno con Podemos. PSOE debe decidir. (31/08/2016) 	<ul style="list-style-type: none"> - El #15M abrió la posibilidad de que el ciclo político de la crisis también sea el de la ruptura democrática y constituyente. (15/05/2014) - En Sol, donde empezó la esperanza de cambio en nuestro país, iniciamos el tramo final para concretar el cambio el 20D. (28/10/2015) - Tuvieron oportunidad de regenerar tras 15M, pero no pasó factura en urnas y creyeron q podían no oír 1/5/2015) - Muy necesario análisis compartido del proceso de cambio abierto el 15M 2011: lo recorrido y lo que falta. (12/03/2016)
<p>Tuits de @MonederoJC</p>	<ul style="list-style-type: none"> - (...) sigue habiendo caspa... Por eso es tan importante el 15M: el único intento pedagógico tras Franco. (20/05/2013) - Dos años de 15M. Sin autosatisfacción y sin auto-flagelamientos. Es difícil crear de la ruina. (15/05/2013) - Ayer estuvimos recordando 5 años del 15M. Un antes y un después de nuestra democracia. (10/05/2016) 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumpleaños del 15M. Volvemos a las calles (...) cuidado: ya sabemos que sólo esto no cambia las cosas. (12/05/2013) - El 15M: lo mejor que le ha pasado a la democracia desde que murió Franco. Necesitamos ahora nuevos pasos políticos. (5/09/2013) - Me gustaría que el 15M le cambiara el corazón, la cabeza y el cuerpo a nuestra izquierda. (14/01/2014)

Para el conjunto completo de tuits, véase DOI 10.6084/m9.figshare.13506642

Fuente: elaboración propia

En un nivel gramatical, el primer relato alude a un tiempo perfectivo, acabado, mientras el segundo emplea un aspecto imperfectivo, una modalidad durativa, pendiente de conclusión. Esta segunda narrativa tiene por tanto un cariz menos mítico en el sentido de menos fundacional y anterior, o bien cumple la función de inscribir al propio partido-movimiento Podemos como protagonista de dicha narrativa mitológica en curso. Se confirma así que en el mítico Viaje del Héroe construido por Podemos (Aladro Vico, 2018, pp. 103-105), enunciador y héroe coinciden, o al menos se solapan en su dimensión coral.

Como vemos, el discurso de las portavocías de Podemos oscila entre dos estrategias opuestas de relación con el 15M. Si bien en la relacionada con el primer constructo mítico se afirma la irrepresentabilidad de ese movimiento, subrayando la brecha con el tiempo actual, en el segundo momento narrativo se producen intentos explícitos de apropiación de la representación del legado del 15M, cuya misión se juzga abiertamente inacabada. Podemos se presenta así como intérprete, heredero y continuador de dicho estallido social, como sujeto prometeico llamado a hacer cumplir el feliz destino de la nación y llevar a término la misión de alumbrar un nuevo país. Nótese que ambas representaciones son narrativamente compatibles, si bien apuntan a sentidos sociales muy diferentes del evento 15M.

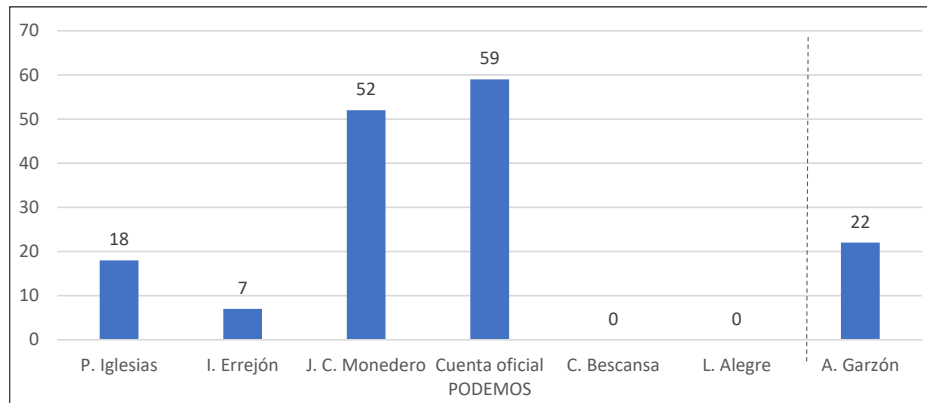
Pese a los diversos matices diferenciales entre portavocías, incluyendo las de Luis Alegre, Carolina Bescansa y Alberto Garzón, existe una matriz mítica común y transversal a todo el liderazgo tanto de Podemos (2014-2016) como de Unidos Podemos (2016-2020)⁴. En el caso de Garzón, líder de IU y del PCE, también se expresan ambas vertientes descritas³ pero se observa además una tercera estrategia propia, no presente en las demás portavocías, que es la de reconstruir el 15M como movimiento específicamente de izquierdas, con valores de izquierda. Se expresa en mensajes anteriores a la coalición con Podemos como, por ejemplo: «Hay un hilo que conecta la tradición republicana con el socialismo y el 15M», o también «**Hoy es momento de ocupar**

las plazas de nuevo, de exigir participar en nuestro futuro. Por un proceso constituyente. #VivalaIIIRepublica». Este tipo de vinculación entre sistemas no está presente en las dos construcciones mencionadas anteriormente.

3.2. Los sentidos míticos de la Transición en el discurso de Podemos

Si en cambio observamos la construcción del mito de la Transición política en el discurso digital de Podemos, encontramos una situación diferente. Pese a ser un relato **más antiguo**, y por tanto muy asentado tanto en la hemeroteca como entre amplios sectores de la población española, la estrategia política es aquí menos coordinada en el seno de Podemos: vemos versiones más confrontadas, incluso abiertamente incompatibles. En primer lugar, ya en el análisis cuantitativo, sorprende la cantidad de alusiones a esta narrativa, tan sólo un 37% menos frecuente que la del 15M (cfr. Figura 2), pese a que se trata de un episodio 35 años anterior al nacimiento del partido, y en principio sin una relación tan directa con el mismo como la del movimiento 15M.

Figura 2. Distribución de tuits en alusión a la Transición política española entre 17/01/2014 y 13/01/2020

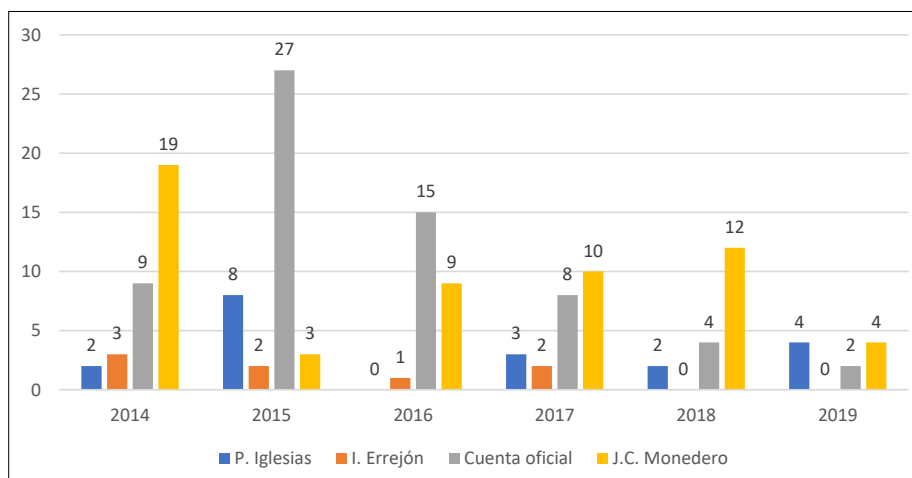


N=158 mensajes verbo-visuales incluyendo los de A.Garzón, cuya portavocía oficial en Unidos Podemos comienza el 13 de mayo de 2016.

Fuente: elaboración propia

Es además notable la mayor diferencia entre las frecuencias de las diferentes portavocías, siendo incluso nula entre algunos de los dirigentes primeros, como es el caso de Carolina Bescansa y Luis Alegre, o muy escasa, como en el caso de Íñigo Errejón. La distribución en el tiempo (Figura 3) muestra como este discurso, salvo en el caso de Juan Carlos Monedero, se concentra en el año 2015, cuando se cumplían 40 años de la muerte del dictador y se celebraba formalmente el aniversario de la Transición a la democracia. Esto es así particularmente en las cuentas de las portavocías principales, la oficial de partido y la del candidato Pablo Iglesias.

Figura 3. Volumen de tuits por año en alusión a la Transición política española entre 17/01/2014 y 13/01/2020



Para el conjunto completo de tuits, véase DOI [10.6084/m9.figshare.13506642](https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13506642)

Fuente: elaboración propia

La desigual distribución de este discurso entre las siete cuentas analizadas llama la atención sobre los casos más polarizados: Monedero y la cuenta oficial de partido emiten más de 50 mensajes, mientras que Errejón hace sólo siete y Bescansa o Alegre no tratan el tema en Twitter. Aproximadamente la mitad de los pronunciamientos corresponden a mensajes de Juan Carlos Monedero y Alberto Garzón (sólo cuatro de los tuits de Garzón son anteriores a la formación de la coalición IU-Podemos), que representan una sensibilidad más entroncada en la izquierda tradicional. Preguntado acerca del motivo de esta diferencia y de su silencio, Luis Alegre (27/12/2020) contesta:

«Del 15M sí necesitábamos hablar, pero... la Transición era un tema que en la medida en que lo pudiésemos escamotear pues era preferible, porque sólo podíamos hablar en términos contradictorios, qué le íbamos a hacer, si es que no pensábamos lo mismo respecto a la cosa. (...) tiene un sesgo generacional muy fuerte y nos hacía elegir un segmento generacional al que dirigirnos y obviar a otro.»

Esta respuesta nos permite descartar errores de muestreo o simple casualidad: hubo una decisión política consciente de evitar el tema para no incurrir en sesgos generacionales y no manifestar la controversia interna al respecto. Entrevistada Carolina Bescansa³ (29 de diciembre 2020) acerca del mismo tema, confirma esta apreciación:

«Desde el principio hubo debate interno sobre cómo abordábamos la lectura del pasado; una parte entendíamos que todo lo que fueran referencias al marco que iba más allá del 15M era contraproducente, no servía para construir unidad, sino que más bien servía para dividir. (...) Decidimos no meternos en las camisas de once varas de reivindicar el discurso de la extrema izquierda de la visión crítica de la Transición. Otros, por el contrario, venían de la tradición comunista y estaban en la cosa de la recuperación de la memoria en un sentido... pues muy poco marxista. (...) Una de las claves de que esto [Podemos]

hubiese salido bien era precisamente no dedicar ni medio segundo a preparar una revisión crítica del pasado (...) y dedicar todas las energías a la construcción de consenso del presente.»

En la misma línea, entrevistado el primer Coordinador del Equipo de Redes de Podemos, Eduardo F. Rubiño (26 de diciembre 2020), contesta:

«Monedero siempre ha tenido mucho más presente un rollo más cercano a la izquierda tradicional que quiere contar la trampa que supuso la Transición, (...) la verdad de lo que ocurrió, no hacer concesiones, (...) Pero esta cuestión de la transversalidad, de no meternos en las batallas de la izquierda del pasado, todas las trampas que habían impedido llegar al gran público, pasaba en gran parte por asumir qué batallas de antemano estaban un poco perdidas, y que por tanto no veníamos ahora a deshacer el reportaje de Victoria Prego⁵ y contarle a todo el mundo que eso que le habían contado nunca existió.»

Por su parte, entrevistado Monedero sobre la cuestión (30 de diciembre 2020), confirma la disparidad estratégica:

«Para Errejón, Bescansa y Alegre, lo que no eran “marcos ganadores” tenía que quedar fuera del debate, porque no se podía ganar ahí. La discusión estaba en si aquello de lo que no se hablara desaparecía de la agenda o no. Mi opinión era que sí. (...) Y la hipótesis de Errejón, compartida inicialmente por Iglesias, no se trataba de cambiar lo que la gente pensaba, sino de operar dentro de lo que era hegemónico. Y desde ahí, intentar cambiarlo.»

Más allá de la cantidad y distribución de menciones a esta narrativa, tras su conteo y codificación, el análisis semiológico de este discurso revela una serie de categorías más amplia que en el caso del 15M, pero sobre todo muy diversamente distribuida entre las portavocías estudiadas.

En el caso de Pablo Iglesias, predomina una reconstrucción de la Transición como proceso protagonizado por élites corruptas (la célebre «casta») aferradas al sillón, inmovilistas y manipuladoras del relato histórico, e incluso violentas³. Esta visión queda plasmada en tuits como:

- Mi padre sobre la política de la Transición y su casta hoy ¡Brutal! [audio de Cadena SER] (12 de marzo 2014)
- “En este país una generación hizo la transición y treinta años más tarde sigue en el sillón.” (30 de marzo 2014)
- El candado de la Constitución lo negoció CiU con Fraga. (12 de mayo 2015)
- Hoy, tras más de 40 años de democracia, la momia de Franco sale del Valle de los caídos. Es una buena noticia pero los restos de Franco no están en Cuelgamuros, sino en las oligarquías que se enriquecieron con la dictadura y en parte de los aparatos del Estado. (24 de octubre de 2019)

En sólo dos de sus mensajes, Iglesias plantea un constructo de Transición diferente, reivindicable y equiparable al proceso que décadas más tarde el 15M estaría abriendo y Podemos completando:

- En @Fort_Apache_ debatimos sobre la Transición y sus posibles analogías con el cambio de época que estamos viviendo. (14 de junio 2015)
- “Una nueva transición” Mi artículo de hoy en @el_pais. (19 de julio 2015)

En la cuenta oficial de partido, sin embargo, se reflejan ambas posturas presentes en la dirección del partido, y se equilibran mejor ambas narrativas, la Transición como falso relato a impugnar, y también como logro a continuar o repetir³. Por ejemplo:

- En la Transición se hizo lo que se pudo. Pero el relato que se ha hecho es un insulto a los que la pagaron con cárcel. (18 de noviembre 2014)
- En algo tiene razón el juego de #OperaciónPalace: la Transición española fue una astracanada. De esos polvos nuestros lodos. (23 de febrero 2014)
- Han deshecho los consensos de la transición. No queremos una segunda versión, sino una primera ruptura democrática. (3 de junio 2014)

Es sin embargo a partir del diseño de campaña política para sus primeras elecciones municipales, autonómicas y generales (marzo a diciembre de 2015), durante su primera campaña electoral reflexionada y diseñada profesionalmente, donde se apostará decididamente por el segundo tipo de construcción, la Transición como legado valioso a continuar³:

- Estamos viviendo una nueva transición y hay que afrontarla con altura de Estado (16 de diciembre de 2015)
- Algunos no entendieron que este país estaba cambiando y que estamos viviendo una nueva transición (17 de diciembre 2015)
- El 15M abrió en España el camino a una nueva transición (5 de diciembre 2015)
- Estamos preparados para un nuevo Gobierno y para liderar una nueva transición en nuestro país (18 de diciembre 2015)
- En estas elecciones se ve un cambio de época. Estamos viviendo una nueva transición. (12 de diciembre 2015)
- Creo que entramos en una nueva época, viene una segunda transición en la que va a ser necesario estar a la altura #PabloEnLosDesayunos (16 diciembre 2015)
- Estamos viviendo una época histórica, estamos viviendo una segunda transición #EsElMomentoALC (11 de diciembre 2015)
- El 15M abrió a España el camino de una nueva transición #LeyDeImpunidad (5 de diciembre 2015)
- El 15M inicia una nueva transición en España (6 de diciembre 2015)

Esta narrativa más unificada y dotada de coherencia interna se produce siendo Íñigo Errejón jefe de Campaña como responsable de la Secretaría Política de Podemos, lo que concuerda con las declaraciones de Monedero en su entrevista: él es el exponente de esta construcción mítica en la dirección de Podemos. En la cuenta de Twitter de Íñigo Errejón, por su parte, no sólo encontramos mucha menor dedicación a este tema, sino que además predomina claramente el segundo enfoque, caracterizando la Transición como logro o éxito, en consonancia con la línea oficial de partido durante la campaña³. Por ejemplo:

- Los problemas de hoy no se arreglan recordando los logros de hace 40 años. La transición fue un acuerdo exitoso, pero ya toca hablar de 2017. (29 de junio 2017)
- Frente a Tejero el pueblo dijo democracia y soberanía popular. Hoy decimos lo mismo frente a quienes pretenden hurtar las instituciones. (23 de febrero 2017)

En el caso de Monedero, en cambio, predomina la construcción opuesta, construyéndose el significante Transición como estafa o fraude a impugnar, y contraponiendo en numerosos ejemplos la idea de «Primera Ruptura» a la de «Segunda Transición» (que es

la empleada por el partido en su campaña electoral). Ello corrobora la cartografía que venimos trazando, que se refleja de manera gráfica en las figuras 4, 5 y 6. Por ejemplo:

- ¡A Salobreña este lunes! A discutir sobre Transición y la crisis del régimen. En vez de 2ª Transición, 1ª ruptura. (12 de enero 2014)
- El 22M marca el comienzo de la primera ruptura. La muerte de Suárez van a usarla para una segunda transición. (22 de marzo 2014)
- Infantas imputadas, reyes titubeantes, príncipes barbicanos...Esto suena a segunda transición. (7 de enero 2014)
- Muere Suárez tras la marcha más multitudinaria de la democracia y años de Alzheimer. Ni segunda transición ni más mentiras: por la 1ª ruptura. (23 de marzo 2014)
- Suárez muere y con él la Transición del 78. Que la tierra les sea leve. (23 de marzo 2014)
- Hasta las narices de que digan que Suárez fue el primer Presidente de la democracia. Y otras cosas. (24 de marzo 2014)
- Hay una línea escondida entre la Transición y la Trama. Vamos a discutirlo hoy en Albacete. Antes de que nos vacíen la democracia. (12 de mayo 2017)
- Ahora sí que sí es tiempo de esa segunda transición de la que tantos han hablado. Y sin ruido de sables, algo tendrá de primera ruptura. (2 de octubre 2017)

La cuenta oficial de Podemos muestra un trato del mito de la Transición muy distinto si atendemos a sus publicaciones antes de que se celebrara el congreso de Vistalegre 2 y después de él, cuando el equipo responsable de las redes sociales, afín a Errejón, fue sustituido por otro, afín a Iglesias (cfr. nota 1). Antes de tal fecha, el equipo afín a Errejón daba poco lugar en la cuenta oficial al relato de la Transición como estafa, pero este cobra mucho más espacio en la actividad de esta cuenta tras la expulsión de la corriente liderada por Errejón (figuras 7 y 8). G. Paños, miembro de la corriente errejonista y responsable estatal del equipo de redes hasta su salida después del segundo congreso, confirma en la entrevista (28 de diciembre de 2020) que tuvo plenos poderes en la decisión de qué se publicaba en las redes sociales del partido, sin haber recibido por lo general, pese a los conflictos internos entre corrientes, ninguna presión ni interferencia:

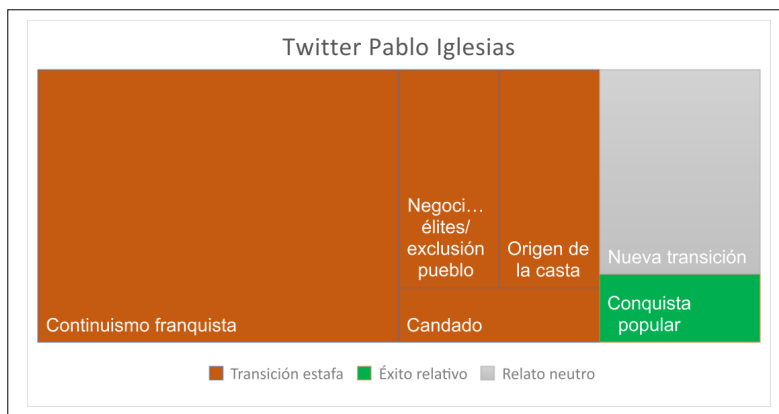
«Hay diferentes personas que llevan la cuenta en diferentes momentos del día, eso sí, pero todas las personas pertenecen al mismo equipo y tienen la misma dirección. El equipo de redes sociales de Podemos lo gestionaba yo, hasta que dejé de gestionarlo y no tuve nunca ninguna interferencia. Ni siquiera... o sea nunca tuve ninguna interferencia de “tienes que poner esto por narices” o “tienes que publicar esto, tienes que hacer esto”, hasta que empezaron los problemas, obviamente, dentro de la cúpula.»

Por otro lado, preguntado sobre cómo se hizo el traspaso de poderes sobre dicho equipo tras el segundo congreso en 2017⁶, contestó que el traspaso de poderes sobre el equipo se hizo de manera inmediata, sin período de transición:

«Yo hago un documento de transición de poderes, para que lo firmen y poder... por si luego tuvieran algún problema, que no me vayan a decir nada, y hasta el último día que lo llevo yo lo llevo yo y a partir del día que no lo llevo yo lo llevan ellas, no... no hay ningún periodo de transición entre uno y otro.»

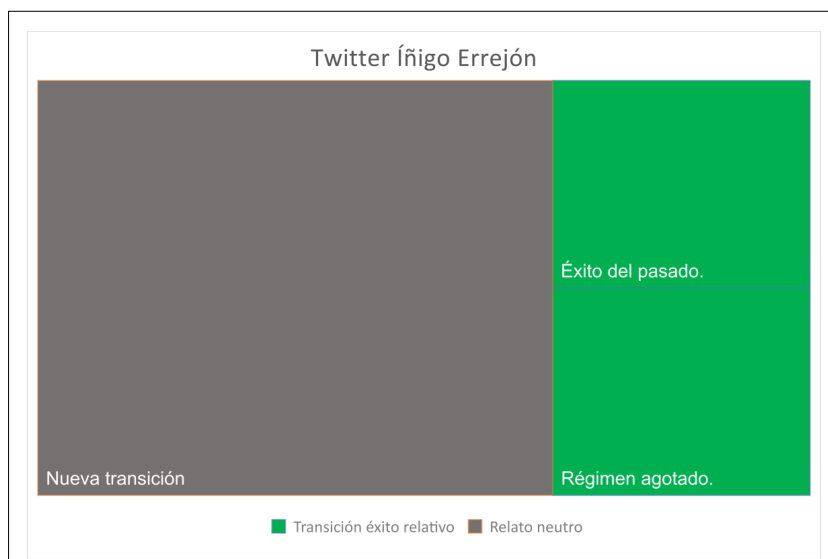
Estos dos datos (plenos poderes hasta el segundo congreso y traspaso inmediato tras él) son coherentes con la notable diferencia de importancia que cada relato acerca de la Transición tiene en la cuenta oficial del partido antes y después de dicha fecha.

Figura 4. Proporción de tuits sobre cada aspecto narrativo de la Transición en P.Iglesias



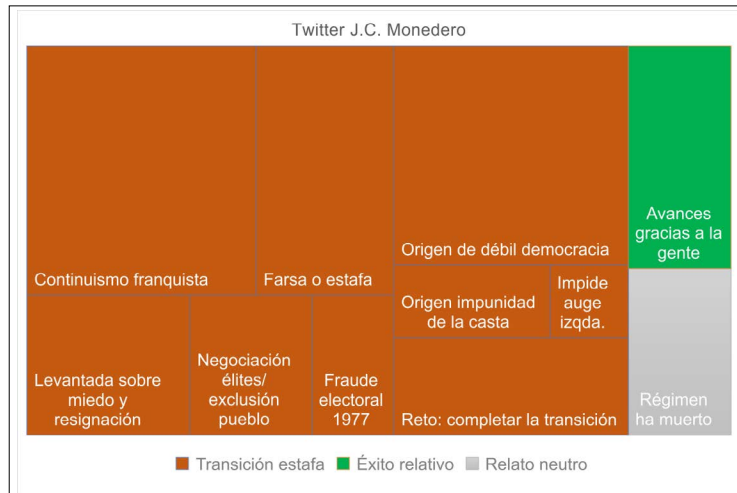
Fuente: elaboración propia

Figura 5. Proporción de tuits sobre cada aspecto narrativo de la Transición en I.Errejón



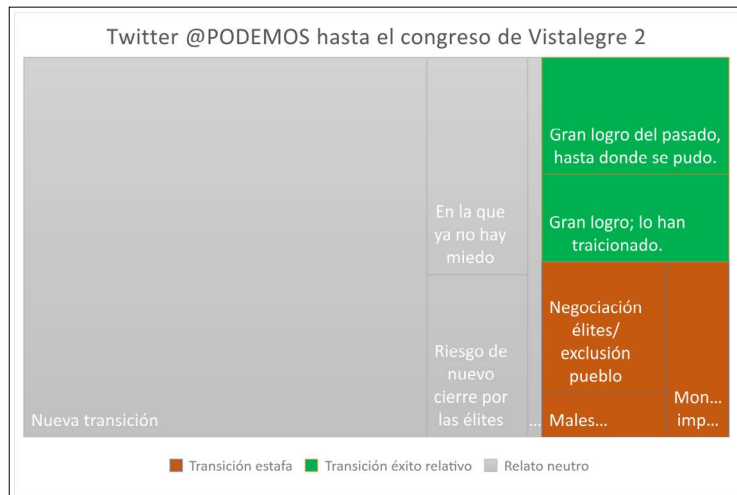
Fuente: elaboración propia

Figura 6. Proporción de tuits en cada aspecto narrativo de la Transición en J.C.Monedero



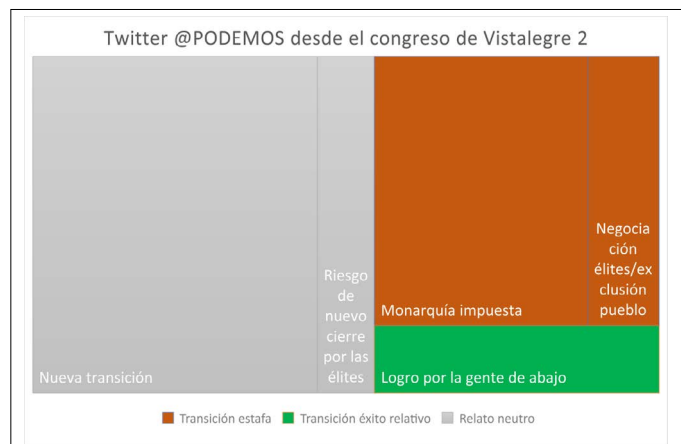
Fuente: elaboración propia

Figura 7. Proporción de tuits en cada aspecto narrativo de la Transición en la cuenta oficial de Podemos hasta la celebración del congreso de Vistalegre 2



Fuente: elaboración propia

Figura 8. Proporción de tuits en cada aspecto narrativo de la Transición en la cuenta oficial de Podemos a partir de la celebración del congreso de Vistalegre 2



Fuente: elaboración propia

En cuanto al discurso digital de Alberto Garzón³, su construcción del mito de la Transición es similar a la que hace Monedero, que se corresponde con el discurso tradicional en formaciones como Izquierda Unida y PCE, por lo que es coherente con su posición como líder de esas formaciones.

4. Discusión y conclusiones

Hemos visto como en las diferentes construcciones narrativas que han cohabitado entre los miembros de la dirección ejecutiva de Podemos, están presentes diferentes relatos míticos que explicarían el actual contexto político. Si bien en el caso del 15M como génesis del cambio de ciclo, así como de la variante que añade mitemas narrativos como el de la misión inacabada que Podemos debe completar, no se corresponde con las escisiones posteriormente ocurridas, esto no es así en el caso de la construcción del proceso de Transición como génesis del régimen democrático post-franquista.

Como resultado de esta exploración sobre las matrices míticas en el discurso digital de Podemos, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- constatamos la apuesta unitaria y cohesionada por un discurso estratégico hacia el 15M, que elabora una narrativa mítica del movimiento como acto fundacional del nuevo contexto político, concretado en un doble momento narrativo: el 15M como génesis de un tiempo nuevo, como brecha en la cronología política del país, y al mismo tiempo como misión inacabada, como proyecto en curso.
- Este doble discurso es transversal a las principales portavocías de manera sostenida en el tiempo.

- En el caso del relato mítico de la Transición como proceso fundacional de la democracia postfranquista, en cambio, hallamos entre la dirección fundacional de Podemos tres grandes declinaciones que podemos identificar con tres marcos metafóricos no del todo excluyentes entre sí: 1) la Transición como logro o éxito a reivindicar y repetir (sintetizado en el lema de «Gracias 1976, Hola 2016!», o en la exigencia de una «segunda Transición»); 2) la Transición como fracaso o chapuza, forzada por la presión de las luchas de los sectores populares pero no exitosa; y 3) la Transición como falso relato manipulatorio a refutar y «desmitificar», que oculta un pacto entre élites que deja intactas las estructuras del poder franquista (por eso la idea de «primera ruptura»). **Nótese que 2) y 3) son variantes compatibles y matizadas de una misma matriz mítica.**
- Como confirmamos tanto en el análisis de redes como a partir de las entrevistas, la apuesta de Errejón, Bescansa o Alegre, dirigentes fundadores y hoy ya situados fuera del partido, sería claramente evitar el tema o adoptar el primer marco, por motivos electorales y estratégicos.
- En cambio, la apuesta política de Monedero es prácticamente opuesta, y converge con la del líder de IU Alberto Garzón, consistiendo en insistir en el segundo y sobre todo tercer marco por motivos de justicia y de memoria histórica.
- Los discursos de Iglesias y del partido discurren más híbridos entre los tres marcos señalados.

Estas fuertes diferencias en torno a la construcción del pasado mítico de la Transición, presentes desde un principio, se corresponderán con los conflictos que posteriormente aflorarían como escisiones y rupturas entre los dirigentes fundadores de Podemos, lo que contradice la interpretación dominante en la prensa de referencia y difundida por algunos líderes actuales de Podemos (Cué et al., 2019; Blas, 2019; Cruz, 2017; El Mundo, 2019; Menéndez, 2017; Roper, 2016), de una ruptura por mera cuestión de ego o ambición personalista de poder, sin un correlato de confrontación de estrategias y paradigmas políticos difícilmente compatibilizables.

Notas

¹ Podemos se funda en enero de 2014, liderado por Pablo Iglesias, un joven profesor de la Universidad Complutense de Madrid, hasta entonces miembro del partido Izquierda Unida. En la fundación participaron personas de su entorno (como Íñigo Errejón, Luis Alegre, Carolina Bescansa o Juan Carlos Monedero) y también pequeñas organizaciones, para conformar un equipo promotor y estructura operativa necesaria para el nuevo partido. Estas organizaciones fueron, fundamentalmente, dos: Juventud sin Futuro, una organización de jóvenes que podríamos identificar como de izquierda postmarxista básicamente madrileña, e Izquierda Anticapitalista, un partido minoritario de matriz trotskista, escindido en 2007 de Izquierda Unida, con cierta implantación en distintas comunidades autónomas, principalmente en Madrid, Cataluña y Andalucía. El partido no adoptaría una estructura de funcionamiento interno definida hasta la celebración de su primer congreso, en octubre de 2014, momento en que se produce la primera escisión: la corriente oficialista, liderada por Iglesias y Errejón, junto a Juventud sin Futuro, se impone en la lucha por el control del partido a la corriente crítica, liderada por Izquierda Anticapitalista (con Miguel Urbán y Teresa Rodríguez a la cabeza). Esta corriente sería progresivamente apartada dentro del partido (pese a contar con destacados cargos públicos en todo momento), hasta su salida oficial en febrero de 2020. En el segundo congreso de Podemos, marzo de 2017, se escenifica una segunda ruptura: la corriente oficialista, liderada por Pablo Iglesias y por una nueva remesa de militantes (Juan Manuel del Olmo, Irene Montero, Rafael Mayoral) procedentes fundamentalmente del PCE, se impone a la corriente crítica, ahora encabezada por

Errejón y Juventud sin Futuro. Nuevamente, esta corriente sería progresivamente relegada de los puestos de mando, hasta producirse su expulsión y ruptura formal en enero de 2019.

² Desde el 13 de mayo de 2016 Podemos e Izquierda Unida se coaligan en la formación Unidos Podemos, por lo que a partir de esa fecha consideraremos los mensajes de la coalición.

³ Para el contenido completo de las cinco entrevistas y de todos los tuits recogidos, véase DOI <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13506642.v7>.

⁴ En la etapa final, Carolina Bescansa, Luis Alegre e Íñigo Errejón irán dejando de formar parte ya del proyecto político de Unidos Podemos, habiendo abandonado o siendo apartados (según interpretaciones) del mismo en diferentes momentos entre 2018 y 2019.

⁵ En 1995, la periodista Victoria Prego hizo una serie documental en 13 capítulos sobre el fin de la dictadura y la Transición, documental que contribuyó al relato mítico idílico de la Transición como proceso de concordia, entendimiento y acuerdo de todo un país. El mismo año, entrevistó para Antena 3 a Adolfo Suárez, quien había sido último presidente de la dictadura franquista y primer presidente de la posterior democracia. Tal transición se llevó a cabo mediante un referéndum realizado en 1976, que recibió un apoyo masivo del 94% (con un 78% de participación). Sin embargo, en dicho referéndum no se consultó a la ciudadanía si deseaba que la forma de estado fuera republicana o monárquica, sino sólo si se apoyaba la Ley para la reforma política en bloque, la cual incluía a la monarquía parlamentaria como forma de gobierno. En aquella entrevista, 19 años después del referéndum, Suárez confesó a Prego fuera de micrófono que aunque «la mayor parte de los jefes de gobierno extranjeros [l]e pedían un referéndum sobre monarquía o república», no lo realizó porque las realizaron encuestas y su resultado decía que tal referéndum habría salido contrario a la monarquía; el expresidente afirmó que, por esa razón, para lograr salvar la monarquía, introdujo su figura en la redacción del Proyecto de Ley para la reforma política, haciendo, de tal modo, que al aprobarse la transición democrática por referéndum, también se aprobara por referéndum la monarquía que, de otro modo, habría sido rechazada. La entrevista no se emitió y Prego guardó el secreto hasta que, 21 años después, en 2016, un periodista encontró su grabación en archivo, descubrió la confesión y la hizo pública. (La Vanguardia, 2016) Victorio Prego recibió entonces críticas por haber callado acerca de un oscuro episodio de la Transición y haber contribuido a una lectura idílica del mismo. (HuffPost, 2016).

⁶ Preguntado por cuándo ocurrió ese cambio, puntualiza: «Fue como... Vistalegre 2, pues un mes después» (*Vistalegre2* es el nombre informal con el que se denominó al segundo congreso.)

5. Apoyos y agradecimientos

Este trabajo se encuadra dentro del Proyecto de I+D+i “Problemas Públicos y Controversias: Diversidad y Participación en la Esfera Mediática.” (REF CS009/82/2017-R) financiado en convocatoria competitiva por el Programa Estatal de I+D+i “Retos de la Sociedad” del Ministerio de Economía.

El artículo ha sido traducido al inglés por Sophie Phillips.

6. Referencias bibliográficas

- Aladro, E. (2018). Mitos y simbología de los principales partidos políticos españoles actuales. En *La comunicación de los partidos políticos en España tras el fin del bipartidismo*. (pp. 99-116). Pearson Educación.
- Álvarez-Peralta, M. (2018). From #15M to Podemos: updating the Propaganda Model for explaining political change in Spain and the role of the digital media. En J. Pedro-Carañana, D. Broudy, & J. Klacik, *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*. (pp. 107-124). University of Westminster Press. <http://doi.org/10.16997/book27.h>
- Baby, S. (2012). *Le mythe de la transition pacifique*. Casa de Velázquez.
- Blas, E. G. de. (2019, enero 18). Las conspiraciones laminan el núcleo de amigos que fundó Podemos. *El País*. <http://bit.ly/3b44t0V>
- Bustos, J. (2016, noviembre 21). El mito de la Transición. *El Mundo*. <https://bit.ly/3aVDN2b>
- Caerols, R. (2015). Mitos de la creatividad, el genio y la locura a través de la obra de Woody Allen. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 20, 33-64. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n20a2>.
- Calle, A. (2016). Ciclos políticos y ciclos de movilización. Entre el 15M, Podemos y nuevos municipalismos. *Historia Actual Online*, 40, 79-94.
- Campbell, J. (2015). *El poder del mito*. Capitán Swing.
- Campbell, J. (2017). *El héroe de las mil caras*. Fondo de Cultura Económica.
- Constenla, T. (2011, marzo 31). Relato sin mito de la Transición. *El País*. <https://bit.ly/37VaKK7>
- Cruz, J. (2017, febrero 8). Podemos y el perdón de Patti Smith. *El País*. <http://bit.ly/3oef11h>
- Cué, C. E., Marcos, A., & Marcos, J. (2019, enero 21). Podemos: El partido en el que no caben dos amigos. *El País*. <http://bit.ly/3bfzUfk>
- Detienne, M. (1985). *La invención de la mitología*. Barcelona: Ediciones Península.
- El Mundo. (2019, enero 31). El destino cainita de Podemos. Editorial. <https://bit.ly/3s3iP7Q>
- Espinar-Ruiz, E., & Seguí, S. (2016). Comunicación y cambio social en España: El impacto del 15M, cinco años después. *OBETS*, 11(1). <https://doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.01>
- Farhi, P. (2009). The Twitter explosion. *American Journalism Review*, 31(3), 26-32. <http://bit.ly/3ofcNP4>
- Gago, A. (2016). Crisis, EU transformation and union strategies. *Revista Española de Ciencia Política*, 42, 45-68. <https://doi.org/10.21308/recp.42.02>
- Gallego-Margaleff, F. (2008). *El mito de la transición (1973-1977)*. Crítica.
- García-García, F., Baños-González, M., & Fernández-Fernández, P. (2011). Structures and Archetypal Content in Advertising Communication. *Comunicar*, 19(37), 187-194. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-11>
- Gracia, J. (2013, abril 17). Guerra de mitos. *El País*. <https://bit.ly/37TDSBE>
- Havas Media. (2011). *Actitudes ante el movimiento 15M/Acampadas*. Havas Media Group. <https://bit.ly/3hKaT6o>

- Hermida, X. (2015, noviembre 20). El mito fundacional. *El País*. <https://bit.ly/34QUWWW>
- Hernández, E., Robles, M. C., & Martínez, J. B. (2013). Interactive Youth and Civic Cultures: The Educational, Mediatic and Political Meaning of the 15M. *Comunicar*, 20(40), 59-67. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-06>
- Herring, S. C. (2004). Computer-Mediated Discourse Analysis. En S. Barab, R. Kling, & J. H. Gray, *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning* (pp. 338-376). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
- HuffPost (2016, noviembre 19). Las explicaciones de Victoria Prego sobre la confesión de Suárez. *HuffPost*. <https://bit.ly/3zav4lf>
- Iglesias, P. (2015). Understanding Podemos. *New Left Review*, 93, 7-22.
- Errejón Galván, Íñigo. (2014). «Podemos como práctica cultural emergente frente al imaginario neoliberal: Hegemonía y disidencia». Conversación con Íñigo Errejón Galván. IC Revista Científica de Información y Comunicación, 11, 17-46. La Vanguardia. (2016, noviembre 19). Adolfo Suárez evitó someter a un referéndum la monarquía porque habría perdido. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3C5V8jl>
- Marina, J. A. (2014, marzo 25). Mitos políticos. *El Mundo*. <https://bit.ly/3aOw0TS>
- Martínez-País, F. (1999). Mitología de hoy: Los medios de comunicación, un reto para los docentes. *Comunicar*, 12, 71-77. <https://doi.org/10.3916/C12-1999-11>
- Menéndez, M. (2017, febrero 8). ¿Hay diferencias políticas entre Iglesias e Íñigo Errejón? RTVE.es. <http://bit.ly/3nbKRuc>
- Neuberger, C., Nuernbergk, C., & Langenohl, S. (2019). Journalism as Multichannel Communication. *Journalism Studies*, 20(9), 1260-1280. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1507685>
- Núñez, T. (1999). Los profesores vistos por la prensa. *Comunicar*, 12, 47-54. <https://doi.org/10.3916/25241>
- Oyaneder Jara, P. (2003). Aproximación al mito. *Atenea*, 487, 93-101. <https://doi.org/10.4067/S0718-04622003048700007Riveiro>
- A. (2018, diciembre 5). El (falso) mito de la Transición incruenta. *ElDiario.es*. <https://bit.ly/34Urhwl>
- Rendueles, C, y Sola, J. (2015). Podemos y el «populismo de izquierdas». ¿Hacia una contrahegemonía desde el sur de Europa? *NuSo - Revista Nueva Sociedad*, 257, 29-44
- Ropero, J. G. (2016, diciembre 30). Cuando el ego vicia el debate interno. *Cinco Días / El País*. <http://bit.ly/3oeQnxo>
- Torrego, A., & Gutiérrez-Martín, A. (2016). Watching and tweeting: Youngsters' responses to media representations of resistance. *Comunicar*, 24(47), 9-17. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-01>
- Vernant, J.-P. (2003). *Entre mito y política*. Fondo de Cultura Económica.
- Zhang, L.-T., & Cassany, D. (2019). The 'danmu' phenomenon and media participation: Intercultural understanding and language learning through 'The Ministry of Time'. *Comunicar*, 27(58), 19-29. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-02>