

El discurso visual de los carteles del movimiento feminista 2018: una aproximación desde la semiología

The visual discourse of the 2018 feminist movement posters: an approach from semiology

Agustín Villena

Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile

avillena1@uc.cl

<https://orcid.org/0000-0003-0212-1415>

Resumen

El presente artículo analiza, desde la perspectiva semiótica, los carteles realizados en el marco del movimiento estudiantil y feminista chileno del mes de mayo de 2018. La metodología del estudio está construida desde categorías de la semiología para identificar los aspectos propios de la composición visual y el aspecto simbólico de las piezas de protesta. A partir del análisis de una muestra intencionada de carteles desplegados durante las marchas y protestas en el espacio público, decodificamos aspectos claves y su relación con el contexto. Los resultados revelan la constitución de un nuevo movimiento en el marco de valores post-materialistas, que van más allá de las demandas economicistas, propias de los movimientos del siglo XX. En el caso chileno, el movimiento feminista desarrolla una "visibilidad de lo privado" que, además, resuena en amplios sectores de la sociedad.

Palabras clave: Afiche de Protesta, Semiología, Movimiento Estudiantil chileno, Movimiento Feminista.

Abstract

Under a semiotic framework, this article analyzes the posters made during the student and feminist movements that deployed public demonstrations during May, 2018. The methodology of the study is based upon categories from semiology in order to identify key aspects of both the visual composition and the symbolic dimensions of the pieces. By analyzing a purposeful sample of posters deployed by protesters in public space, we decoded key aspects and their relationship with their context. The results reveal the constitution of a movement within a framework of post-materialist values, going beyond economic demands, rather typical of 20th century social movements. In the Chilean case, the feminist movement deploys a "visuality of privacy", which, in addition, resonates in broader areas of society.

Keywords: Protest Poster, Semiology, Chilean Student Movement, Feminist Movement.

1. Introducción

Para el estudio cultural de las sociedades es importante analizar sus circunstancias políticas y sociales, así como aquellas que dan origen a productos visuales de gran circulación e impacto social y que se cristalizan en las portadas de revistas, avisos comerciales y carteles (Osses & Vico, 2009). Siguiendo a Sontag (2001), el afiche, ya sea comercial o político, constituye una representación del tipo de sociedad que se está gestando:

la presencia de afiches utilizados como publicidad comercial indica en qué medida una sociedad se define a sí misma como estable, en busca de un *status-quo* económico y social, la presencia de afiches políticos suele indicar que la sociedad se considera a sí misma en estado de emergencia (p.246).

El afiche de los movimientos sociales es un dispositivo comunicacional que forma parte de la protesta en oposición al poder, explícito en los movimientos contraculturales del siglo XX, como la revolución de mayo del 68 francés (Badenes-Salazar, 2011). A lo largo de la historia, movimientos posteriores utilizan el cartel como parte de su repertorio comunicacional en la expresión de sus ideas y demandas. Las movilizaciones antisistema ocurridas en Estocolmo (Suecia) entre 1968 y 1973 y el movimiento *hippie* en Estados Unidos, por la misma época, son dos ejemplos de aquéllo. En Latinoamérica, el cartel estuvo presente en los procesos de revolución social de los años setenta, plasmados en la gráfica de la revolución cubana y en el cartel social chileno (Vergara *et al.*, 2014). Recientemente, el fenómeno del afiche político-social reapareció en el movimiento estudiantil chileno de la última década (Vico, 2013).

En 2018, en Chile emergió un movimiento liderado por mujeres estudiantes que interpeló la falta de democracia en los recintos educacionales y la estructura jerárquica y patriarcal de la sociedad. El movimiento estudiantil feminista aspiraba a derribar la estructura ideológica hegemónica, que se traduce en inequidad de género y violencia sexual (Zerán, 2018). A su vez, se caracterizó por manifestaciones masivas en las calles de las principales ciudades del país. Sin embargo, una de las facetas menos exploradas por los investigadores fue su producción y discurso visual, que, al igual que otros

movimientos sociales y/o contraculturales, tuvo al cartel como un soporte relevante en la expresión de ideas y del proceso comunicacional.

Este artículo analiza los carteles realizados en el marco del movimiento estudiantil feminista en 2018, debido a la relevancia comunicacional de este soporte para los movimientos sociales y/o contraculturales, entendiendo la gráfica como un artefacto cultural portador de significaciones e ideología (Vergara *et al.*, 2014). Para analizar los afiches, recurrimos a los conceptos de la semiología (Metz, 1973; Del Villar, 2001; Vergara *et al.*, 2014) y a los aportes de Roland Barthes al estudio crítico de la ideología a través de soportes visuales presentes en *Mitologías* (1957; 2009). Este estudio intenta ser un aporte al número creciente de investigaciones acerca de los estudios culturales y la comunicación visual de los movimientos sociales y de contracultura, en general, y en Chile, en particular.

2. Representaciones visuales de protesta

El despliegue de objetos simbólicos dentro de las manifestaciones daría cuenta de la presencia de la visualidad, como señalan Mattoni y Teune (2014):

los movimientos sociales y las protestas que realizan los activistas son esencialmente fenómenos visuales. Desde la ropa que usan hasta los carteles que disponen para movilizarse. A partir de coloridas performances en la calle hasta videos activistas difundidos a través de las redes sociales, existe una amplia gama de expresiones visibles de disidencia (p.1).

La relación entre los movimientos sociales y la visualidad ha tenido manifestaciones de variado tipo y contenido, siendo el cartel de tipo socio-cultural o político uno de los de mayor tradición en distintos ciclos de protesta.

Ejemplo de ello es el cartel producido en el contexto de la revolución de mayo francés del 68, que cumplió un rol influyente en la visualidad de la protesta debido a la repercusión de su discurso visual y a las innovaciones en las técnicas de impresión (Badenes-Salazar, 2011; Feyrabend, 1983). Se caracteri-

zó por afiches hechos a mano, utilizados como una herramienta de comunicación de sus demandas (Rickards, 1971). El discurso visual de mayo del 68 explora refutar la norma que, según Badenes-Salazar (2011), se representa en afiches “que apelan al poder popular frente al *statu quo* y en los que se ensalza la lucha y el deseo de prolongarla” (p.133). Los afiches de la revolución del mayo francés plasmaron temas de preocupación para el movimiento estudiantil-obrero; oponiéndose al control de los medios de comunicación, la manipulación que representan las elecciones y la brutalidad policial. Según Puigmal (2018), el ethos de mayo del 68 consiste en un destape cultural, político y moral que se concreta a través de la acción colectiva de los jóvenes. El movimiento de mayo aspiró a un cambio radical respecto a la sujeción ideológica imperante, quedando de manifiesto en eslóganes presentes en los afiches pegados en muros y universidades. Algunos de los más conocidos: “Prohibido prohibir. La libertad comienza por una prohibición”, “No me liberen, yo basto para eso”, “La imaginación toma el poder”, “¿Ustedes son consumidores o participantes?” o “La belleza está en la calle”.

Figura 1. La beauté est dans la rue
(La belleza está en la calle). Mayo 1968.

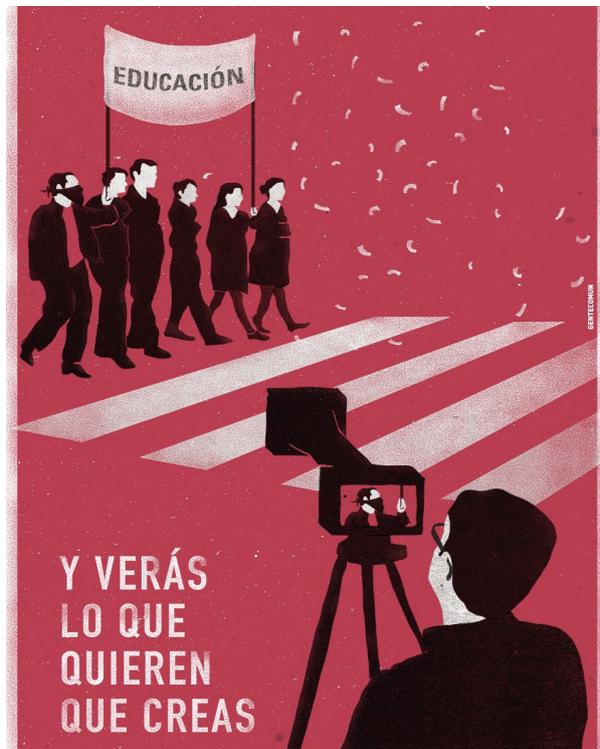


Fuente: Hudson-Miles, R., (2018) 'La Police s'affiche aux Beaux Arts': 1968 - The Art School as Symbolic Opposition.', Austerity, Adversity, Art: NAFAE Conference 2018, 23rd March, University of Wolverhampton.

A nivel local, durante la década del setenta, el cartel es utilizado como un medio de comunicación social que vehicula el imaginario social del nuevo Chile, a través del cruce entre la comunicación de masas y la plástica. Cumple, así, una función particular de información y/o propaganda, acercándose más al emergente fenómeno del diseño gráfico. En primer lugar, el afiche político permite poner en primera línea a individuos fuera del canon representativo del poder. El éxito comunicacional del cartel chileno de la primera mitad de los años setenta, según Vico (2013), recae en la recuperación de la imagen de la gente postergada, acogiendo sus demandas y reinterpretándolas a través de la visualidad cultural con énfasis en lo local, logrando que la gente se viera reflejada. El cartel chileno alcanza su apogeo en los afiches de la Polla Chilena de Beneficencia, realizados por Waldo González y Mario Quiroz, entre los años 1970 y 1973.

Según Mario Quiroz, la imagen soportada por el cartel es un mediador entre el Estado y las personas: “que generara una mayor cordialidad entre el emisor y los receptores del mensaje” (en Castillo, 2006, p.112).

Figura 2. Y verás lo que quieren que creas.
Eduardo Leblanc (2011).



Fuente: www.behance.net/eduleblanc

Desde la perspectiva política, si bien la articulación discursiva y visual de la gráfica de la Polla Chilena de Beneficencia está en el marco de una visualidad de propaganda encargada por el Estado, se erige disidente respecto del régimen escópico dominante, asociado a los ejes del poder político y económico. Estos carteles compartían los códigos visuales encontrados en la visualidad de la Unidad Popular (UP) y se desplegaron estratégicamente en el espacio público: “de este modo, los carteles tuvieron un gran impacto sociocultural en el paisaje visual de la ciudad, a tal extremo que una de las primeras medidas del régimen militar fue disponer del blanqueamiento de todos los muros de Santiago y del resto del país” (Vico, 2013, p.148).

2.1 El cartel del movimiento estudiantil chileno en la última década 2011-2018

En 2011, el proceso de movilizaciones estudiantiles se caracterizó por la configuración de expresiones comunicativas de diversa índole: manifestaciones en el espacio público, performances, videos, pancartas y carteles, entre otros. El movimiento estudiantil estuvo marcado por un cambio en las formas de protesta, que, para Vico (2013), “no sólo fueron las marchas, sino también el despliegue creativo en los modos de demanda lo que cruzó y consolidó el discurso, (...) organizado bajo la consigna de *educación gratuita*” (p.162). En efecto, una característica central de las movilizaciones de 2011 fue su gran despliegue visual. El discurso visual del afiche del movimiento estudiantil tendría un estilo político no partidista, que involucra una posición contestataria y de conciencia social, identificando el interés general y promoviendo ideas y acciones de amplio espectro (Vico, 2013).

En cuanto a sus aspectos formales, el afiche del movimiento estudiantil de la época tiene un amplio espectro de técnicas de creación, que van desde la serigrafía al diseño digital, en donde prima la síntesis visual y el uso de las ilustraciones (Villena, 2019). Los estudiantes en 2011 se movilizaban haciendo una crítica a la ideología hegemónica representada por el sistema económico neoliberal (Mayol & Azócar, 2012), así como al sistema educativo (Bellei & Cabalin, 2013). Paralelamente, otras demandas y valores postmaterialistas —en el sentido propuesto por Inglehart (1991)— se in-

tegran el discurso oficial de los estudiantes, tales como: el cuidado del medio ambiente o la libertad de expresión. Finalmente, el afiche del movimiento estudiantil de la segunda década del siglo XXI repitió constantes históricas; esto es, era, también, un reflejo de la inestabilidad social del momento, como lo fueron las demandas por las reformas universitarias chilenas de 1967 o el movimiento de mayo del 68 (Vico, 2013).

En el mes de mayo de 2018, el ciclo de movilizaciones estudiantiles nuevamente se activó en las universidades chilenas. En dicha ocasión, la particularidad estuvo en que era liderado principalmente por mujeres. Los movimientos feministas desplegados en Chile en 2018 tienen antecedentes en luchas y reivindicaciones de los movimientos de mujeres y feministas de larga data, que se organizaron para empujar agendas que ampliaran los horizontes de las mujeres, particularmente —aunque no sólo— en la educación. En 1877, por ejemplo, se dictó el decreto N° 547 (conocido como decreto Amunátegui, por el apellido del ministro de Educación del momento), por el presidente Anibal Pinto Garmendia, permitiendo que las mujeres rindieran exámenes bajo las mismas condiciones que los hombres. La reforma permitió el ingreso de mujeres a las universidades chilenas. De este modo, la primera médica de Chile y América del sur, Eloísa Díaz, se tituló como médico cirujano de la Universidad de Chile en 1887. Cabe destacar, también, los aportes de Amanda Labarca, quien promovió círculos de lectura integrados por mujeres, inspirados en la experiencia estadounidense de los *Readings Clubs*. Estas ideas feministas y de emancipación de la mujer convergen en distintas organizaciones, tales como la Federación Chilena de Instituciones Femeninas (FECHIF), que impulsan la lucha por el voto femenino. En 1949, el presidente Gabriel González Videla promulgó la ley que permite el voto a la mujer en Chile. El movimiento feminista de 2018 es parte de un continuo de acción política orientado a conquistar y ampliar los derechos de las mujeres. Este movimiento tiene anclajes tanto históricos como globales. El anclaje histórico tiene relación con movimientos estudiantiles que lo preceden. Ejemplo de ello es el movimiento feminista de la década de los 80 y la resistencia a la dictadura cívico-militar, que buscó poner fin a la represión y violencia contra las mujeres. Durante el período postdictadura de la década del 2000, organizaciones feministas demandaron

mayores derechos sexuales reproductivos, en particular con la prohibición contra la píldora del día después (Lara, 2020).

En 2018, el movimiento estudiantil feminista demanda un cambio en la ideología dominante, denuncia la violencia sexual y las inequidades de género (Zerán, 2018). Según Nelly Richard (2018), este movimiento reemplaza el neologismo de "calidad" término que, a su juicio, está vaciado de toda referencia cultural-social por una demanda libertaria, como lo es la "educación no sexista". Richard precisa que el deslizamiento semántico desde la exigencia técnico-operativa de la calidad, a la crítica de la ideología hegemónica, transmite un deseo de revolución cultural que se extiende a todas las formas de expresión de la cultura dominante (Richard, 2018). El cartel realizado y desplegado en este período es parte, por lo tanto, de un correlato discursivo-visual respecto de la denuncia a una ideología patriarcal (Richard, 2018; Zerán, 2018). Uno de los colectivos gráficos del período, la "Brigada de Propaganda Feminista", señala que "la creación visual tiene por objetivo interpelar a los discursos implantados por el patriarcado en la sociedad, a través de afiches que no sólo plantean problemáticas, sino que proponen alternativas" (Brigada de propaganda feminista, 2019)¹. Otros colectivos que operaron en ese período fueron "Serigrafía Instantánea", quienes realizan intervenciones públicas desde 2011, y la agrupación o colectiva "Ser & Gráfica", este último con un marcado énfasis feminista y con vinculación al Liceo Experimental Manuel de Salas, de la comuna de Ñuñoa (Santiago).

2.2 El problema del estudio de la imagen y los movimientos sociales

Al concebir los carteles de los movimientos sociales como un artefacto cultural que nos permite acceder a una dimensión de significaciones y representaciones ideológicas (Vergara *et al.*, 2014; Deželan & Maksuti, 2013), debemos considerar algunas perspectivas relacionadas al estudio de la imagen y la ideología, en particular basadas en la obra de Roland Barthes (1957; 1964; 2009). Este apartado discute algunos criterios que fueron útiles para nuestra propuesta metodológica y no pretende analizar exhaustivamente la obra del autor.

Según Barthes, en *La Retórica de la Imagen* el problema que la imagen plantea sugiere que "el espectador de la imagen recibe al mismo tiempo el mensaje perceptual y el mensaje cultural" (Barthes, 1964, p.36) y esta "confusión en la lectura corresponde a la función de la imagen de masas". La imagen para Barthes no sería inocua. Por lo tanto, para estudiar las imágenes, es necesario analizar tanto sus dimensiones perceptuales como culturales. Si aceptamos la tesis de Barthes, respecto a una diada entre aspectos perceptuales y culturales, desde una mirada general, el estudio de la imagen de los movimientos contraculturales² podría proyectarse en los siguientes ejemplos: En una dimensión perceptual o formal, los movimientos sociales se caracterizarían por un eclecticismo de sus influencias visuales (Sontag, 2001), que va desde el pop-art a la serigrafía monocromática y al cartel cubano, por ejemplo. Por lo tanto, este nivel perceptual estaría influenciado en gran medida por su contexto histórico y el desarrollo técnico de producción (Sontag 2001; Vico, 2013). Desde una dimensión cultural, en tanto, los afiches de los movimientos sociales y de contracultura han sido de utilidad para manifestarse en oposición a una ideología hegemónica (Deželan & Maksuti, 2013). Y, a su vez, son un medio para exigir cambios, expresando el malestar social y el derecho a la disidencia de un grupo (Vico, 2013).

2.3 Análisis crítico de la ideología y la imagen: Las mitologías de Barthes

Si bien *Mitologías* (1957) no aborda exclusivamente las dimensiones visuales, estos mitos se encontraban en distintos soportes como artículos de prensa, fotografías, películas, exposiciones, entre otros. Las *Mitologías* comprenden un conjunto de ensayos publicados mensualmente entre los años 1954 y 1956 en la revista *Lettres nouvelles*, en la sección "*Petite mythologies du mois*". Su intención era "reflexionar regularmente sobre algunos mitos de la vida cotidiana francesa" (Barthes, 2009, p. 9). Para Barthes, las *Mitologías* son "una crítica ideológica dirigida al lenguaje de la llamada cultura de masa" (Barthes, 2009, p.7). Los ensayos de *Mitologías* se refieren a "las representaciones colectivas como sistemas de signos" y ponen de manifiesto "la mistificación que transforma la cultura pequeño-burguesa en naturaleza universal"

(Barthes, 2009, p.7). La función de las mitologías es develar la operación realizada por la hegemonía, en que el signo es vaciado de sus previos significados y asociaciones y convertidos en forma nuevamente.

Transmutado en un nuevo significado, “el viejo signo está listo para ser habitado por un nuevo y más poderoso significado-concepto” (Sandoval, 2013, pp. 92-93). Barthes enfatiza el nivel de significación de segundo orden (o connotativo). Similar a la propuesta de Hall (2004), entendido como un código de códigos. O metacódigo. La estructura de las *Mitologías* define un esquema desde la tríada del significante, el significado, y el signo. Para Barthes:

el mito es un sistema particular por cuanto se edifica a partir de una cadena semiológica que existe previamente: es un sistema semiológico segundo. Lo que constituye el signo (es decir, el total asociativo de un concepto y de una imagen) en el primer sistema, se vuelve simple significante en el segundo (Barthes, 2009, p.173).

La relevancia de las Mitologías (1957; 2009) en el estudio de la imagen y la categoría de dispositivo cultural portador de ideología, está en su rol fundador de las bases de un enfoque que examina la imagen como un tipo de semiótica de la cultura, que no sólo se ocupa del estudio de los códigos visuales, sino que también de las formas en que una imagen forma parte de representaciones sociales (Metz, 1973; Del Villar, 2001) y la circulación de textos en la cultura y la relación del texto y lector (Lotman, 2003; Vilches, 1984). Algunas de los alcances generales de la semiología en el estudio de la imagen³ es la disposición de la imagen como portadora de códigos transmisores de información, esenciales para la comunicación (Metz, 1973; Del Villar, 2001). Estos códigos pueden ser funcionales para la imagen, de carácter estético, o relacionados a los aspectos de producción del cartel (Vergara *et al.*, 2014). En segundo lugar, dan cuenta de las estructuras significantes del mensaje, que van más allá de la materialidad (Del Villar, 2001; Vergara *et al.*, 2014). En tercer lugar, contienen una dimensión tanto icónica como lingüística. Finalmente, sirven para analizar la significación (Vergara *et al.*, 2014) o análisis del tipo connotativo (Barthes, 2009; Del Villar, 2001), que permite estudiar la significación cultural de la imagen.

3. Metodología

En el marco de un estudio exploratorio y descriptivo, estudiamos los carteles realizados por los colectivos gráficos que operaron en el marco del movimiento feminista chileno de 2018. Para analizar los afiches, diseñamos una matriz analítica a través de los conceptos de la semiología de la imagen (Barthes, 1957; 1964; 2009; Metz, 1973; Del Villar, 2001; Vergara *et al.*, 2014). La propuesta metodológica se propuso integrar los enfoques analíticos de los autores mencionados y, así, enriquecer el estudio de los aspectos culturales de la imagen y el entorno de producción al que pertenecen. La codificación y el análisis fue realizado por el autor y se desarrolló sobre la base de las siguientes perspectivas analíticas:

Se estudia un plano material de la producción del afiche, entendido como la identificación de los códigos estéticos (descripción cromática, presencia de elementos simbólicos, descripción tipográfica y composición) (Vergara *et al.*, 2014). En segundo lugar, se consideran las estructuras significantes del mensaje, desde lo icónico hasta lo lingüístico, mensaje (texto principal, textos de apoyo, personajes/estereotipos, códigos narrativos) (Del Villar, 2001; Vergara *et al.*, 2014). En tercer lugar, abordamos la significación o análisis connotativo (Barthes, 1957; Del Villar, 2001), que permita observar la relación significación-decodificación de los carteles. Los tres pilares del análisis son los códigos estéticos, el mensaje textual y lo connotado.

La muestra comprendió un corpus de 50 afiches, recopilados en archivos fotográficos, donaciones y la difusión de los mismos creadores a través de internet, respecto de su producción visual (presente en sus cuentas oficiales). Se consideraron tres criterios principales. El primero, que fueran piezas gráficas creadas o que hayan sido difundidas en el marco de la movilización de 2018. Esto pues hay carteles producidos en un momento distinto al de una movilización, pero que alcanzaron notoriedad en un contexto determinado; en este caso, el mes de mayo de 2018. El segundo criterio fue priorizar obras de colectivos de creación visual, descartando individuos o iniciativas personales. Esto, para destacar el trabajo grupal de parte de organizaciones que operaron y se desplegaron en el marco del movimiento y que se distinguen por

tener énfasis en la noción de colectivo, tanto en la reflexión como en las formas de acción colectiva. Finalmente, el tercer criterio fue concentrarse en carteles que hubieran tenido una amplia presencia en marchas o en el espacio público, como muros u otros soportes urbanos, lo que nos llevó a una submuestra de seis carteles.

4. Resultados

Discutimos y analizamos piezas gráficas realizadas por colectivos gráficos liderados por mujeres o que hayan sido concebidos con la participación de mujeres y que circularon en el marco de la movilización feminista en 2018. Más información acerca de la matriz analítica y su aplicación se puede encontrar en el **anexo 1**.

Carteles seleccionados:

Figura 3. Mujer, no me gusta cuando callas (2018)



Fuente: Colectivo Serigrafía Instantánea.

Figura 4. Femicidio "Caminaba Sola de noche" (2018)



Fuente: Brigada de propaganda Feminista.

Figura 5. Capitalismo y patriarcado dependen de nuestro trabajo doméstico (2018)



Fuente: Brigada de Propaganda Feminista.

Figura 6. "Shhht, el peligro está dentro" Nunca más una agresión sin respuesta. Mayo 2018



Fuente: Brigada de Propaganda Feminista.

Figura 7. Nuestra primer arma es el amor entre mujeres. Mayo 2018



Fuente: Brigada de Propaganda Feminista.

Figura 8. Se busca a Gabriela Mistral por no ser reina. Mayo 2018



Fuente: Colectivo Ser y Gráfica.

5. Análisis categorial

5.1 Imagen y códigos semióticos

Los códigos estéticos indican que la ilustración es un elemento central de los afiches. El uso del color monocromático, en tanto, está presente en todos los casos. Esto puede explicarse por el uso de la serigrafía como técnica predominante en las piezas gráficas del movimiento de feminista de mayo analizadas. La representación icónica de los personajes de los afiches remite a aspectos ideológicos del movimiento social, como es la presencia de mujeres de orígenes diversos. A su vez, la representación visual del mensaje está directamente relacionada con las demandas planteadas por las y los estudiantes. Existe una relación no sólo estética sino conceptual con el movimiento de mayo del 68 y a la cual la imagen nos permite acceder. Si bien el movimiento francés no tenía como eje car-

dinal la cuestión de género, planteaba un modelo de acción colectiva y profundas transformaciones sociales, que ponían al centro del debate al individuo. La predominancia del uso de la serigrafía en los afiches analizados revela, por una parte, una estrategia eficiente de abaratar los costos y mejorar la circulación, al igual que en caso de mayo 68 y otros casos de carteles de protesta en el mundo y también en Chile; pero, por otra, visibiliza una intertextualidad estética entre movimientos anteriores y actuales, construyendo las bases de una visualidad con características reconocibles de protesta, en la cual las decisiones formales del diseño visual son, en sí mismas, una dimensión comunicacional del mensaje.

Los afiches realizados en el marco del movimiento feminista otorgan relevancia al uso de íconos e imágenes simbólicas por sobre el texto escrito. Esto coincide con Guasch (2005) respecto a que lo visual sería un mediador entre lo cultural y lo social. En una mirada más amplia, la imagen es importante para la comunicación social, debido a que es más que un simple producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva (Belting, 2007). Específicamente, las imágenes presentes en los afiches sintetizan a nivel icónico el discurso propio de las demandas del movimiento, expresados a través del uso de metáforas visuales y situaciones de difícil expresión a nivel textual (palabra). En este espacio emerge la autonomía de un tipo de discurso visual de protesta o, en términos de Deze (2013), una "iconografía contestataria".

A nivel connotativo, el movimiento feminista despliega un tipo de imagen que interpela al espectador. Un ejemplo de ello es el afiche sobre el femicidio (Fig.4) que contiene la figura de una mujer dentro de una bolsa de basura. La operación de la imagen se articula en dos posibles vías: por una parte, remite a casos de femicidios de alta connotación pública presentes en los medios de comunicación tradicionales, informando casos de mujeres asesinadas y lanzadas a vertederos. Por otra parte, habla de la percepción que tiene el movimiento feminista acerca del valor de sus vidas en la sociedad en la que se desenvuelven. A nivel del imaginario referencial, se expresa el anhelo de un nuevo tipo de sociedad en el que hombres y mujeres tengan los mismos derechos y facultades.

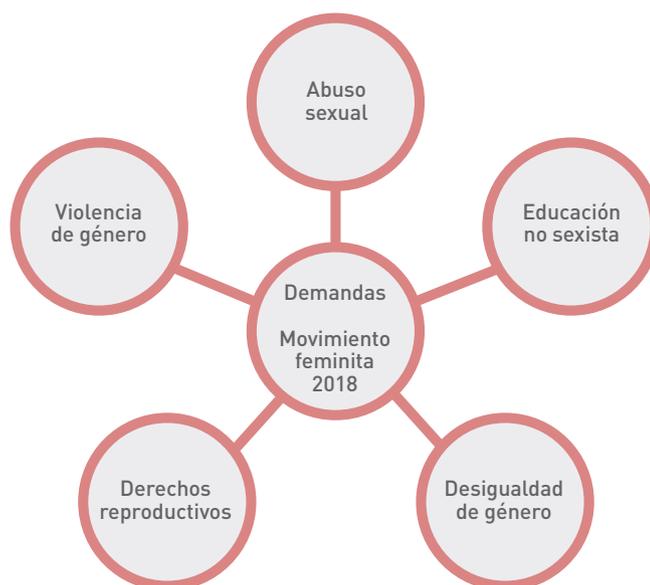
5.2 Las demandas presentes en la visualidad del movimiento feminista

En primer lugar, existe una vinculación entre los aspectos sociales contingentes ocurridos en el país durante el mayo feminista de 2018 y la propuesta visual de las piezas gráficas. Los afiches construyen un texto visual, en el que prima el discurso de un movimiento social que se desmarca de las luchas sindicales y obreras del siglo XIX y XX. Conceptualmente, se sitúa en un conjunto de valores que Inglehart (2020) denomina como post-materialistas.

Estos nuevos valores, que según el autor son propios de las sociedades industrializadas, cambian el foco de importancia desde la supervivencia, seguridad militar y orden económico, por valores postmaterialistas; como la auto expresión, el medio ambiente, la calidad de vida y la individualidad del sujeto.

En los carteles se observan demandas que emplazan en dos niveles: primero, una sociedad que, a nivel estructural, permite el abuso a las mujeres. Los mensajes abordan el encubrimiento de los abusos (Fig.6); y la prevalencia del femicidio (Fig.4), la revictimización y la responsabilización en las propias víctimas. Segundo, los mensajes proponen un imaginario más flexible en cuanto a los roles de género (Fig.5) y a la necesidad de autoexpresarse (Fig.3) como parte de un proceso colectivo que busca representar a los distintos tipos de mujeres que conforman el movimiento feminista. A su vez, emerge un tipo de mensajes que apunta al capitalismo como el problema principal pues se sostiene sobre el trabajo no remunerado de las mujeres (Fig.5). El siguiente diagrama sintetiza los hallazgos de las principales demandas ilustradas en los carteles analizados:

Figura 9: Diagrama de las demandas en carteles feministas



Fuente: Elaboración propia sobre la base del análisis de los carteles

5.3 Acción colectiva y performatividad de la imagen

Entendemos el carácter de una organización colectiva no sólo como una agrupación que comparte objetivos y habilidades técnicas en la elaboración de piezas gráficas, sino como una forma de articulación de un imaginario común de cambios; imaginario que se constituiría a partir de una subjetividad colectiva. Guzmán (2021), siguiendo a Domingues (2004), señala que la subjetividad colectiva en los movimientos feministas tiene la capacidad de influir y generar vida social, así como también construir interacciones con diversos grados de centramiento, identidad y autopercepción, que tendrían, además, impacto en la formación de redes políticas e institucionales de mayor alcance. Por lo tanto, el carácter colectivo no sólo sería una forma de organización territorial, pragmática; sino que se distingue por una composición de personas involucradas en actividades mentales y creativas que buscan influir en la cultura y la política.

La forma en que esta subjetividad colectiva se expresa en los colectivos gráficos es a través de una producción visual que despliega un uso performático de la imagen, como una suerte de extensión

de los repertorios de acción colectiva. El aspecto performático que planteamos tiene asidero en la literatura y un ejemplo de ello es el estudio del movimiento feminista en la Pontificia Universidad Católica de Chile (Miranda Leibe & Roque, 2019). El trabajo define las corrientes feministas como militantes, independientes y performáticas. Esta corriente performática estaría caracterizada por su conformación de género mixto no binario, que rechaza la política partidaria y la militancia y que despliega acciones de protesta a través de la reflexión política y la performance. La operación visual de la performatividad de la imagen a través del sistema de signos expone problemas de orden privado como algo de relevancia política. Ésta es, tal vez, una de las distinciones más sugerentes del movimiento feminista respecto de su producción discursiva y visual en relación y comparación a otros movimientos sociales. Cuestiones como el aborto, el abuso sexual, el femicidio, la violencia de género, ponen lo personal como un eje central de la acción política y de convocatoria para movilizar a sus bases. A su vez, la transgresión de los límites entre lo público y lo privado por parte del movimiento propone un discurso visual que interpela a la sociedad con una “visualidad de lo privado”, que impacta en el espacio público, reafirmandose como una semioclastía a los signos e imágenes del poder.

6. Conclusiones

La contribución de la investigación, a nuestro juicio, se encuentra en proponer una vía alternativa al estudio de la comunicación de la protesta social. Existen destacados estudios en esta línea de investigación que observan la comunicación política gubernamental, sin embargo, consideramos relevante poner foco en expresiones comunicacionales realizadas de forma autogestionada por los colectivos gráficos y generadas en el marco de la movilización. El cartel de dichos colectivos se configura como un artefacto de comunicación performativa en el espacio público y se inserta como parte de un tipo de repertorio audiovisual, presente desde 2011, ejemplificado en *flashmobs* como el *Thriller* por la educación, carnavales y otras manifestaciones en las que convergen la visualidad, el arte y la protesta. En 2019, la acción performativa se extiende, entre otros, con el colectivo Las Tesis, que alcanza notoriedad no sólo en Chile, sino a nivel global y la emergencia de nuevos colectivos gráficos realizadores de carteles, esta vez liderados por mujeres. De esta forma, los carteles de protesta se erigen como parte de repertorios de acción colectiva que alteran de forma creativa el orden público (Tarrow, 1998). En el caso chileno, este tipo de repertorio de acción colectiva-creativa está estrechamente relacionado a su contexto cultural. Ejemplo de ello es el vínculo regional y local con los carnavales, en los que se genera una intertextualidad entre las formas de representación, la reconfiguración de símbolos y vestimentas desplegadas en el espacio público y que sirven como un antecedente e insumo a la performance de protesta. Por su parte, el presente estudio tiene limitaciones respecto de un número acotado de piezas analizadas, debido a que profundiza en el significado formal y simbólico de los carteles y no busca ser representativa del universo total de estos.

El estudio abordó el análisis de los carteles que circularon en el marco del movimiento feminista de mayo, que tuvo eclosión en las universidades chilenas en 2018. El cartel se manifiesta como un dispositivo comunicacional portador de elementos perceptuales e ideológicos, que están anclados a la cultura y a su contexto inmediato de creación. Este factor es el que posibilita la operación de la imagen como un vehículo para la expresión de re-

clamos políticos y sociales. Desde una perspectiva formal, los hallazgos dan cuenta de la presencia de la ilustración como elemento central de las piezas gráficas. Desde el plano perceptual planteado por los aportes de la semiología de Barthes (1957; 1964; 2009), la síntesis visual-icónica establece un tipo de intertextualidad con la gráfica asociada a previos movimientos sociales y que sirve como un factor comunicacional reconocible en el espacio público, que se independiza del texto escrito, sirviendo para amplificar la potencia del mensaje de protesta.

El cartel realizado en el contexto de la movilización feminista manifiesta un tipo de visualidad que busca representar a distintos tipos de actores sociales y que es parte de una trayectoria de reivindicaciones sociales y políticas. Se establece como una crítica a los discursos imperantes respecto del rol de las mujeres. En este sentido, los grupos gráficos realizadores de carteles plantean un paralelo con las demandas que emergen en el contexto de las movilizaciones de este período, enmarcado dentro de valores postmaterialistas propios de las sociedades post industrializadas. Sin embargo, cabe mencionar que la realidad chilena dista de esta conceptualización. Posiblemente la naturaleza transnacional de los movimientos actuales permite la diseminación de reclamos y demandas que tienen resonancia de forma globalizada. A nivel local, los carteles representan las demandas y reclamos por profundas transformaciones sociales previas al estallido social y el proceso constituyente.

Desde una dimensión política, la visualidad de la protesta posibilita un nuevo espacio de acción colectiva para la participación política juvenil. Las agrupaciones de colectivos gráficos que operan en este período permiten abrir el campo político de la participación a manifestaciones asociadas a la cultura. La culturización de la política implica "mirar y hacer política desde la cultura" (Valenzuela, 2008, p.48) y dan cuenta de la emergencia de formas alternativas de organización de los movimientos sociales en el siglo XXI. Esta independencia de las nuevas maneras de manifestación política no sólo se queda en lo organizacional, sino que se desplaza a la expresión de temas y reclamos que eran considerados del mundo privado y que ahora tienen impacto político en la esfera pública.

Notas

1. Obtenido de la página de Facebook del colectivo señalado. Consultado el 1 de julio de 2019. <https://www.facebook.com/brigadapropagandafeminista/>
2. Entendemos por contracultura el término que procede de la traducción literal del *inglés counter-culture*, que, en un sentido más exacto, sería cultura en oposición. "O sea, no algo contra cultura o adverso a ella; sino un movimiento cultural enfrentado con el sistema establecido y con los valores sociales dominantes en ese mundo" (Savater & Villena, 1989: 90). Esto, en línea con los movimientos antisistema que a partir de los años '60 se caracterizaron por querer cambiar el modelo de sociedad, expresado en su producción intelectual, estética y artística.
3. Soportes que también incluyen fotos, afiches, revistas, entre otros (Del Villar, 2000, pp. 2-3).

Referencias

- Badenes-Salazar, P. (2008). Affiches y pintadas: la «verdadera» revolución del mayo francés del 68. *Dossiers Feministes*, (12), 121-136.
- Barthes, R. (1957). *Mitologías*. Editions du Seuil.
- Barthes, R. (1964). Rhétorique del' image. *Communications*, 4, 40-51.
- Barthes, R. (2009). *Mitologías*. Siglo XXI.
- Bellei, C., & Cabalin, C. (2013). Chilean student movements: Sustained struggle to transform a market-oriented educational system. *Current Issues in Comparative Education* 15 (2), 108-123.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Katz.
- Castillo, E. (2006). De Puño y Letra. *Movimiento Social y Comunicación Gráfica en Chile*. Ocho libros.
- Del Villar, R. (2001). Información pulsional y teoría de los códigos. *Cuadernos de la Universidad Nacional de Jujuy*, 125-147.
- Deze, A. (2013). Pour une iconographie de la contestation. *Cultures Et Conflits*, 91/92, 1329.
- Dezelan, T., & Maksuti, A. (2016). Humanist propaganda: The poster as a visual medium of communication used by 'new' social movements. *Romanian Journal of Political Science*, 16(2), 57-85.
- Domingues, J. M. (2004). *Ensaio de sociologia: teoria e pesquisa* (Vol. 108). Editora UFMG.
- Feyrabend, H. (1983). Un discours d'agitation par l'Image: Les affiches de Mai 68. *Ethnologie Française*, 13(3), 251-264.
- Guasch, A. (2005). Doce reglas para una nueva academia: la nueva historia del arte y los estudios audiovisuales. En: J. Brea (ed.), *Estudios Visuales*, 1st ed. José Luis Brea, p.65.
- Guzmán, V. (2021). Feminismos: el futuro es historia. En *Política y movimientos sociales en Chile* (pp. 281-304). Lom.
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 9, 210-236.
- Inglehart, R. (1991). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. University of Texas Press - Southern Political Science Association.
- Lara, C. P. (2020). El movimiento feminista estudiantil chileno de 2018: Continuidades y rupturas entre feminismos y olas globales. *Izquierdas*, (49).
- Lotman, I. (2003). La semiótica de la cultura y el concepto de texto. *Entretextos*, 121-123.
- Mattoni, A. & Teune, S. (2014). Visions of Protest. A Media-Historic Perspective on Images in Social Movements. *Sociology Compass*, 8, 876-887. <https://doi.org/10.1111/soc4.12173>

- Mayol, A., & Azócar, C. (2012). *El derrumbe del modelo. La crisis de la economía de mercado en el Chile contemporáneo*. LOM.
- Metz, C. (1973). *Ensayos sobre la significación en el cine*. Paidós.
- Miranda, L., & Roque, B. (2019). El mayo estudiantil feminista de 2018 en la Pontificia Universidad Católica de Chile. La revolución es feminista. *Activismos feministas jóvenes: emergencias, actrices y luchas en América Latina*. CLACSO.
- Osses, M., & Vico, M. (2009). *Un grito en la pared : Psicodelia, compromiso político y exilio en el cartel chileno*. Ocho Libros.
- Puigmal, P. (2018). La Toma de Palabra del mayo 68 francés ¡Prohibido prohibir! *Polis. Revista Latinoamericana*, (50).
- Richard, N. (2018). La insurgencia feminista de mayo 2018. En: F. Zerán (Ed.), *Mayo feminista. La rebelión contra el patriarcado* (pp. 115–126). LOM.
- Rickards, M. (1971). *The rise and fall of the poster*. McGraw-Hill.
- Sandoval, C. (2013). *Methodology of the oppressed*. University of Minnesota Press.
- Savater, F., & Villena L. (2000). *Heterodoxias y contracultura*. Montesinos.
- Sontag, S. (2001). "El afiche: publicidad, arte instrumento político, mercancía". En: M. Bierut, J. Helfand, S. Heller & Poynor, R. (Eds.), *Fundamentos del diseño gráfico* (pp. 239–265). Ediciones Infinito
- Tarrow, S. (1998). *El poder en movimiento*. Alianza Editorial.
- Vergara-Leyton, E., Garrido-Peña, C., & Undurraga-Puelma, C. (2014). La gráfica como artefacto cultural. Una aproximación semiótica al cartel social en Chile. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26(2), 271–285. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n2.41469
- Vico, M. (2013). *El afiche político en Chile 1970-2013 : Unidad Popular, clandestinidad, transición democrática y movimientos sociales* (Colección Referencias visuales). Ocho Libros.
- Vilches, L. (1984). *La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. Paidós.
- Villena, A. (2019). La contravisualidad del movimiento estudiantil: análisis del discurso visual del movimiento estudiantil 2007 – 2017. Universidad de Chile (Tesis de magíster).
- Zerán, F. (2018). "Escrituras rebeldes para tiempos de cambios". En: F. Zerán (Ed.), *Mayo feminista. La rebelión contra el patriarcado* (pp. 9–20). LOM.

- Sobre el autor:

Agustín Villena es Doctor (c) en Ciencias de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Magister en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Es Profesor en la Universidad Tecnológica Metropolitana. Miembro del Núcleo Milenio Arte, Performatividad y Activismo NMAPA.

- ¿Cómo citar?

Villena, Agustín. (2022). El discurso visual de los carteles del movimiento feminista 2018: una aproximación desde la semiología . *Comunicación y Medios*, [45]: 116-128. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.64841>