

Cultura popular y apropiación de referentes mediáticos en carteles de protesta: El caso del movimiento social chileno de octubre. María José Acuña Moreira

Cultura popular y apropiación de referentes mediáticos en carteles de protesta: El caso del movimiento social chileno de octubre

María José Acuña Moreira ¹⁶

Resumen: Este trabajo tiene como objeto de estudio las imágenes de carteles de protesta utilizadas en el marco de las movilizaciones recientemente producidas en Chile. Con base en la perspectiva de la Folkcomunicación, se describe la apropiación de elementos provenientes de los medios y la cultura popular que son resignificados como discursos de resistencia en el marco de la protesta social. Particularmente nuestro trabajo se basa en las manifestaciones ocurridas después del levantamiento social chileno con posterioridad al 18 de octubre de 2019.

Palabras Clave: Folkcomunicación, carteles de protesta, cultura popular

Resumo: Este trabalho tem como objetivo estudar uma seleção de imagens de pôsteres de protesto utilizados no âmbito das mobilizações produzidas recentemente no Chile. É descrita a apropriação de elementos da mídia e da cultura popular que são ressignificados como discursos de resistência no âmbito do protesto social.

Las movilizaciones sociales en Chile, también llamado “Estallido social” o “Chile Despertó”, producido el 18 de octubre de 2019, fue el resultado de una suma de

demandas que se venían arrastrando desde el periodo de la dictadura militar. El sistema neoliberal que rige el país y que fue implementado durante la dictadura cívico

¹⁶ María José Acuña Moreira - Universidad Austral de Chile. Licenciada en Comunicación Social y Periodista de la Universidad Austral de Chile. Bachiller en Humanidades y Ciencias Sociales UACH. Fotógrafa y comunicadora audiovisual. Correo electrónico: coteacu96@gmail.com

militar (1973-1990) y profundizada por los gobiernos democráticos después de 1990, ha logrado dominar a la población a través de un cúmulo de situaciones estructurales que han producido situaciones de injusticia, desigualdad, discriminación de género, étnico, discriminación, bajas pensiones, endeudamiento, entre otras, configurando un sistema basado en el mercado (García, 2010) que atraviesa las distintas dimensiones de la vida social. Esta creciente movilización y descontento social, se fue acrecentando a lo largo de los años hasta desembocar en un estallido masivo de ira e indignación.

Durante este periodo de “despertar social” fueron numerosas las formas de manifestación de la ciudadanía en el que se ha podido ver y registrar diversas formas de expresar el descontento, este despliegue creativo se caracterizó a través de marchas, intervenciones, bailes, cantos y pancartas por las calles del país y en el que tuvo a los medios digitales como principal sostén comunicacional, sin embargo, en este trabajo nos enfocaremos en una de las “viejas” formas de expresión como elemento difusor: el cartel o pancarta.

A través de las redes sociales el movimiento logró un impacto y una organización nunca vista, descolgándose y

alejándose de los medios masivos tradicionales como periódicos, revistas y canales de televisión, vinculados fundamentalmente a los grupos económicos y políticos hegemónicos en el país. La marcha dejó impresionantes imágenes de la multitud reunida de manera pacífica, pero también cientos de muestras de creatividad con distintos mensajes expresando de manera original las quejas y demandas de la ciudadanía. Dibujos, memes y frases creativas han sido vistos en las multitudinarias marchas.

Por lo tanto, ¿Qué características tiene la apropiación de elementos de las culturas populares y los medios de comunicación masiva en los carteles de protesta que se han utilizado en las calles de Chile en las recientes manifestaciones sociales?

Mi hipótesis es que la apropiación incorpora una mezcla de personajes y elementos que son sacados desde la cotidianidad e intimidad de las personas. Estos escritos están caracterizados por ser espontáneos, irónicos y nacen desde los afectos, la emoción, a veces de la rabia, angustia o miedo. Para ello, el mensaje es por lo general una mezcla cultural entre nuestro país y el mundo, mensajes que se expresan con un particular ingenio y creatividad.

Perspectiva teórica

El enfoque teórico de esta investigación se basa en los estudios de folkcomunicación, que para efectos de este trabajo entendemos como el estudio de los procedimientos comunicacionales en que las manifestaciones de la cultura popular o folclore se expanden, conviven con otras cadenas comunicacionales, sufren modificaciones por la influencia de la comunicación masificada o se modifican cuando son apropiadas por tales complejos (HOHLFELDT, p. 877, 2013).

El malestar social y las manifestaciones han tomado cada vez más fuerza y adhesión entre la población que no se siente representada por los partidos políticos dominantes y por el gobierno, apareciendo distintos focos de conflicto y de demandas, tales como estudiantes de distintos niveles, profesores, pueblos originarios, mujeres, identidades de género, entre otros, que en conjunto aumentan la desaprobación y crítica hacia el actual Presidente de Chile.

La crisis social en Chile ha llegado a diversos sectores y grupos. En las marchas se han hecho presentes grupos feministas, barras bravas de equipos de fútbol que en esta oportunidad se unieron para marchar

por un cambio en el país, movimientos de pueblos originarios, adultos mayores, entre otros. Podemos observar que el descontento es transversal, y que, en ciertos grupos, las demandas se mantienen y se arrastran desde hace años. Cuando hablamos de acción colectiva de protesta, nos referimos a:

"acciones realizadas por un conjunto de sujetos motivados por unos intereses comunes, que adoptan una forma de organización más o menos estructurada, y diseñan unas prácticas de movilización concretas, actuando en una estructura de oportunidad política que facilitará o dificultará la acción y condicionará sus posibilidades de influir en la articulación del poder" (Funes/Monferrer 2003 citados por García, s/f: 3).

Esta perspectiva se pone en diálogo con aproximaciones en torno a la protesta social desde una perspectiva social crítica y el análisis de manifestaciones genéricas para abordar el objeto mismo de los carteles de protesta. Metodológicamente trabajamos en base a un análisis de discurso y seleccionamos un corpus relevante para abordar la problemática planteada incorporando las variables del contexto enunciativo.

Entre los principales resultados observamos la presencia permanente de referentes del cine de Hollywood que

aparecen resignificados en relación a las necesidades de las demandas sociales producidas en Chile. Del mismo modo identificamos referentes mediáticos que aparecen resignificados sectorialmente para invertir el contenido del mensaje y situarlo en la órbita de la enunciación de los movimientos sociales.

En el sistema de folkcomunicación, aunque la existencia y utilización en ciertos casos, de modalidades y canales indirectos e industrializados (como emisiones deportivas por la TV, canciones grabadas en disco o mensajes impresos en folletos y volantes), las manifestaciones son sobre todo resultado de una actividad artesanal del agente-comunicador, en cuanto su proceso de difusión se desenvuelve horizontalmente, teniendo en cuenta que los usuarios característicos reciben los mensajes a través de un intermediario propio en uno de los múltiples estadios de difusión. (BELTRÃO, p. 27-8, 1980).

La circulación y apropiación de referentes provenientes de la televisión masiva y las tecnologías digitales expresa el lugar relevante que tienen tales referentes en la construcción de un imaginario, pero también la distancia social respecto de la estructura y los actores pertenecientes al mainstream al

cual se opone el discurso de resistencia. Del mismo modo observamos la relevancia de referentes provenientes de las barras del fútbol y una gráfica popular recontextualizada a las demandas del presente.

Por otra parte, la referencia a elementos propias de la interacción mediada por redes sociales también aparece recontextualizada en el espacio público como parte de las demandas. En otras palabras, la folkcomunicación es, por naturaleza y estructura, un proceso artesanal y horizontal, semejante en esencia a los tipos de comunicación interpersonal ya que sus mensajes son elaborados en lenguajes y canales familiares a la vez que la audiencia es conocida psicológica y vivencialmente por el comunicador, aún dispersa. (BELTRÃO, p. 27-8, 1980).

De este modo, los resultados expresan que los carteles vienen a constituirse en un medio de comunicación popular de segmentos marginalizados en el contexto del Chile contemporáneo.

Referentes utilizados en carteles de protesta

En base a lo anterior seleccionamos un conjunto de carteles que fueron fotografiados

durante las marchas en el período de tiempo desde el 18 de octubre de 2019 hasta el 31 de diciembre de 2020 en Chile. El corpus se construye bajo los criterios temáticos que evidencian la presencia de referencias temáticas provenientes de otros medios, evidenciando un proceso de intertextualidad en el cual las y los agentes de protesta construyen un mensaje de resistencia en el

marco de una movilización general. Las fotografías fueron tomadas en terreno por la autora de este trabajo como parte del registro audiovisual y de otros medios de comunicación que cubrieron las manifestaciones. A continuación, presentamos algunas de las imágenes seleccionadas:



Imagen 1. Las alusiones a cantantes nacionales e internacionales fueron numerosas. / Por: María Ignacia Inostroza / Periodista en Rock & Pop

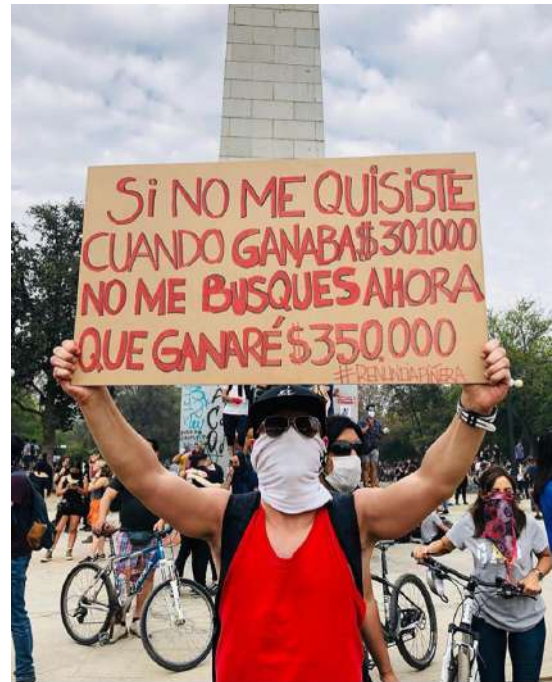


Imagen 2. Un poco de humos económico en medio de la protesta



Imagen 3. Descontento por las calles de Valdivia, Chile Por: María José Acuña Moreira / Periodista



Imagen 4. La sátira también tocaba a rostros faranderos de Chile Por: María Ignacia Inostroza / Periodista en Rock & Pop



Imagen 5. Los niños son el futuro / Por: María José Acuña Moreira / Periodista



Imagen 6. Series tan populares como "Grey's Anatomy" ("Anatomía de Grey"), que se ha prolongado por 16 temporadas y aún sigue en antena / Por: BBC News Mundo.



Imagen 7. Las calles tuvieron a varios reconocidos "dibujos animados" en medio de las manifestaciones. Por: María Ignacia Inostroza / Periodista en Rock & Pop



Imagen 8. Las alusiones a cantantes nacionales e internacionales fueron numerosas / Por: [Sebastián Medina](#) / Periodista en Redgol.



Imagen 9. Los niños se toman las calles / Por: María José Acuña Moreira / Periodista



Imagen 10. El gobierno ha tomado diversas medidas para responder al descontento social, pero muchos no ven suficiente la respuesta de Piñera a sus demandas. / Por: María Ignacia Inostroza / Periodista en Rock & Pop

Conclusión

Teniendo en consideración que desde el principio del siglo XX la rápida evolución de los medios de comunicación ha habilitado y creado nuevos espacios para los consumidores. Este rápido avance de la tecnología ha hecho posible la transmisión y presentación de contenido de una forma versátil, rápida y de fácil acceso; aumentando su dominio y la necesidad de observación y estudio. Junto con esto, los estudios de Folkcomunicación obtienen cada vez más importancia, por su naturaleza de instancia mediadora entre la cultura de masas y la cultura popular; la utilización de estos elementos viene tornando objeto de estudio, especialmente en los espacios académicos, ya que se está apropiando y conectando con la resistencia popular.

Referencias

- BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação – a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez Ed., 1980.
- García Montes, N. *Aproximación teórica al estudio de la acción colectiva de protesta y los movimientos sociales*. Revisado el 14 marzo 2020, Recuperado de http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2013/03/t_aproximacion_teorica_mmss_garcia.pdf
- García de la Huerta, Marco (2010). *Memorias de Estado y Nación: Política y Globalización*. Chile: Lom Editores.
- Hohlfeldt, Antonio (2013). *Novas tendências nas pesquisas da Folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais*. En MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). *Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira*, p. 876 –883, 2013. São Paulo: Editae Cultural.