

01 - 09 en prensa

Enrique Vergara-Leyton
Bernardo Amigo-Latorre
Claudio Garrido-Peña
Rayén Condeza Dall'Orso



■ documents de disseny gràfic
■ documentos de diseño gráfico
■ journal of graphic design

<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.432>

Visualidad, protesta y redes sociales. Un análisis de las pancartas en Chile

Bernardo Amigo-Latorre, Universidad de Chile, bamigo@uchile.cl, <https://orcid.org/0000-0002-5427-3819>; Enrique Vergara-Leyton, Pontificia Universidad Católica de Chile, evergaral@uc.cl, <https://orcid.org/0000-0003-3304-7975>; Claudio Garrido-Peña, Consultor, Chile, claudio_garrido_p@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-4469-9007>; Rayén Condeza Dall'Orso, Pontificia Universidad Católica de Chile, rcondeza@uc.cl, <https://orcid.org/0000-0003-4517-8585>; Cecilia Bravo-Núñez, Universidad de Chile, mcecilia@uchile.cl, <https://orcid.org/0000-0003-1635-7920> // Recepción: 25/09/2024, Aceptación: 24/02/2025, Publicación: 06/06/2025

Resumen

Este artículo aborda la dimensión gráfica del estallido social en Chile a través del análisis de sus pancartas, uno de sus principales soportes comunicativos, desde un enfoque cuantitativo y cualitativo. Entre los resultados del análisis, se advierte la presencia recurrente del autor en las fotografías que circularon en las redes, lo que revela la dimensión performativa de la protesta. Junto con esto, se observa que la producción y diseño de las pancartas estuvo orientada no solo a su uso presencial sino también a su circulación en internet, utilizando lógicas y elementos propios de las redes sociales.

Palabras clave

Cartel; diseño; movimiento de protesta; análisis de contenido visual; medios sociales

Visuality, protest and social networks. An analysis of the banners in Chile

Abstract

This article addresses the graphic dimension of the social outbreak in Chile through the analysis of its banners, one of its main communicative supports, from a quantitative and qualitative approach. Among the results of the analysis, the recurrent presence of the author is noted in the photographs circulated on the networks, which reveals the performative dimension of the protest. Along with this, it is observed that the production and design of the banners were oriented not only to their physical use but also to their circulation on the Internet using logic and elements typical of social networks.

Keywords

Poster; design; protest movement; visual content analysis; social media

* Este artículo recoge resultados de la investigación “Gráficas, visualidades y estallido social en Chile. Una aproximación a las iconografías y sus discursividades”, financiada por el proyecto ANID (Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo) Fondecyt Regular Folio 1240325.

Introducción

Este artículo explora la dimensión gráfico-comunicativa de la pancarta diseñada para los lugares de protesta a través de sus fotografías y su circulación digital. Tomando como referente un corpus de 300 fotografías de pancartas, diseñadas por los manifestantes que concurrieron a las protestas realizadas en Chile en el contexto del denominado estallido social del año 2019, nos proponemos abordar dichos artefactos visuales considerando dos dimensiones: la pieza gráfica diseñada para el espacio público urbano y su registro fotográfico digital en redes sociales.

Hemos considerado particularmente pertinente abordar el caso del estallido social en Chile a pesar de los años transcurridos por el profundo impacto que causó en la sociedad chilena, su amplia cobertura medial a nivel nacional e internacional, la producción visual asociada, su circulación en redes sociales y por constituir un debate abierto respecto de las causas, discursos generados y efectos para el futuro. Desde un punto de vista estrictamente gráfico, la relevancia de este caso se ve avalada por lo planteado por Ortiz Leroux y Arroyo Pedroza (2018), respecto a que la visualidad de las movilizaciones constituye una parte importante de su legado y memoria.

Contexto de discusión: gráfica, performance y movimientos sociales

Las diversas manifestaciones sociales que se han desarrollado en los últimos años se caracterizan por aglutinar relatos y sensibilidades simbólico-comunicativas que expresan icónicamente discursos alternativos o bien marginales, los que adquieren presencia pública desde lo performativo en diferentes contextos sociopolíticos. A modo de ejemplo, podemos señalar los casos de la Revolución egipcia y los Indignados de España, la Primavera árabe 2012, el Movimiento independentista de Cataluña (2017) o el Movimiento estudiantil de Hong Kong (2019). Estos movimientos crearon soportes comunicativos de reivindicación capaces de sintonizar con el momento histórico en que se desarrollan, construyendo un relato en referencia a un discurso más amplio, donde convergen diferentes sensibilidades e intereses. Otra característica de estas manifestaciones es el uso de la imagen digitalizada y su difusión a través de las redes sociales, donde se conectan experiencias cotidianas subjetivas con un relato mayor que engloba y da sentido a las experiencias individuales, donde el individuo interactúa a partir de sus propios códigos y, a la vez, como referencia a un marco de significación ciudadana al cual está dirigido el

mensaje. En el caso de la revolución popular egipcia de 2010, los activistas del movimiento “We are all Khaled Said” transformaron a la víctima “en un símbolo visual clave de la injusticia” (Olesen, 2013, p. 3) que circuló en redes sociales, mientras que en los Indignados se observa un repertorio variado para comunicar el malestar, con luchas “que se dinamizan con acciones políticas innovadoras desde los barrios, parques y plazas, a través de asambleas populares, etc.” (Muñoz Lopera, 2011, p. 241). En el caso de Cataluña, Trujillo (2017) resalta el uso de imágenes en diferentes idiomas con el objetivo de dar a conocer al movimiento en un contexto global, lo que según el autor permite “comprender con mayor profundidad las dinámicas de transnacionalización de una causa nacional, con las que dicho movimiento ha conseguido conectar lo local con lo global” (p. 90). En el caso de Occupy de 2014, también conocido como el Movimiento de los Paraguas en Hong Kong, Partaken (2017) presenta distintas improvisaciones de los jóvenes en medios sociales y lo relaciona con otros movimientos estudiantiles en Asia.

A pesar de la importancia que reviste lo gráfico-comunicacional y lo performativo en estos movimientos, llama la atención el escaso interés por su estudio desde una perspectiva visual. Como ejemplo de trabajos realizados en este ámbito, podemos citar a Morrison e Isaac (2011), que aborda el rol de la caricatura y la parodia como herramienta política y culturalmente revolucionaria de apoyo a los movimientos sociales; Hajek (2012), que analiza las fotos del movimiento estudiantil de 1977 en Bolonia subidas a Facebook en 2011 y su éxito 35 años después; Philipps (2012), que estudia cómo los métodos visuales mejoran los resultados de la investigación sobre los movimientos sociales; Khatib, (2013) que estudia el papel de la imagen en los procesos políticos de Oriente medio y los cambios que introduce en la comunicación política en esta región; la investigación de Lotfalian (2013), sobre los procesos electorales iraníes de 2009 desde un enfoque visual y su efecto de la cultura digital y la esfera pública y, Tripp (2013), que profundiza en el rol que le correspondió a los artistas visuales en la difusión de los levantamientos de Oriente medio y norte de África. Más recientemente, desde en el ámbito iberoamericano están los trabajos de Martínez (2019), que aborda el activismo artístico y la creación de contra discursos visuales que cuestionan a los medios de medios de comunicación tradicionales; Ardèvol et al., (2021), sobre narrativas visuales y estructuras mitológicas presentes en el activismo medioambiental en redes sociales; Hernández Conde et al.

(2021), quien aborda las narrativas transmediales feministas en el caso del movimiento del 8M y Rodríguez-Suárez et al., (2021), que analizan los nuevos lenguajes y simbologías del activismo digital. En Chile, los estudios sobre la relación entre movimientos sociales y lo visual se han abordado, por lo general, desde la perspectiva de la gráfica y, de manera particular, en el contexto de los cambios políticos de los años '60 y '70, como ha sido el caso de los trabajos de Álvarez (2004), Castillo (2004; 2006), y Vergara y Porath (2017), por citar algunos ejemplos. Entre los análisis más recientes, podemos mencionar los trabajos de Vico (2013), sobre la producción de carteles asociada a los movimientos estudiantiles de 2011; el de Condeza et al. (2016), respecto del carácter híbrido (offline-on-line) de la comunicación de estos movimientos y las nuevas lógicas de una sociedad interconectada y, el análisis de Pinto y Bello (2022), que desarrolla la noción de espacio performativo en el contexto particular del estallido social de 2019.

En el caso particular del estallido social en Chile es importante señalar que, tanto su análisis como explicación es un debate abierto y donde las opiniones difieren considerablemente, por lo que no es posible consensuar causas y efectos. Entre las conjeturas que se han elaborado para su explicación, podemos señalar, a modo de ejemplo, las siguientes: subjetividad y anomia asociadas a los procesos de individuación propias de una modernidad acelerada (Peña, 2020); contradicciones del neoliberalismo avanzado y sus consecuentes cambios en las condiciones socioculturales en la vida cotidiana (Ruiz, 2020) y malestar subjetivo con distintos aspectos de la vida social vinculados a la experiencia de desigualdad (Güell, 2019). Es en este contexto de amalgama entre subjetividades y racionalidades políticas, que el diseño y la producción de artefactos visuales se constituyen en un dispositivo clave para estudiar y comprender el fenómeno de protesta social a través de un relato de características híbridas, alternativo a los discursos oficiales y como una expresión construida en oposición, pero a la vez en diálogo, con lo institucional.

La pancarta como soporte del testimonio gráfico y digital

Desde el ámbito fotográfico, es importante considerar lo señalado por Barthes (1989), respecto que la fotografía analógica, a diferencia de lo que sucede con otros sistemas de representación icónica, nunca es posible negar lo que representa. Por lo tanto, para este autor, la fotografía supone una referencialidad, entendida como lugar, ob-

jeto y sujeto de una realidad pasada, dimensión que tendría a mantenerse a pesar de la digitalización de la fotografía. Otra perspectiva importante de destacar es la desarrollada por Verón (1994), quien aborda el estatus de la fotografía a partir de la comparación entre las funciones de la postal y la fotografía turística. En efecto, la apropiación privada de un elemento público, expresado en el acto de enviar la postal, significa un haber estado ahí y al mismo tiempo hemos pensado en ti. Para Verón, esta doble dimensión público-privada es lo que otorga valor a la circulación de la postal. En el caso de la fotografía turística, a diferencia de la postal, esta utiliza otra estrategia de marcaje que también realza la inscripción del individuo en lo público. El haber estado ahí propio de la fotografía, no se refiere —al menos en un primer momento— al paso del tiempo, sino más bien al desplazamiento del individuo, lo cual se ve enriquecido por la notoriedad de los espacios públicos. Estas dos características propias de la fotografía adquieren especial relevancia en los procesos de individuación de la modernidad, ya que es a través de ella que se define una parte constitutiva de la identidad del sujeto y de su relación con lo social.

Si bien los análisis de Barthes (1989) y Verón (1994) fueron realizados antes de la revolución digital, construyen un contexto que permite valorar las particularidades de la imagen digital circulantes en redes sociales. En el caso de las fotografías de sí mismo, selfies y retrato de perfil, el funcionamiento referencial indicado por Barthes parecería complejizarse con sus usos en los medios digitales, toda vez que la fotografía del sujeto no solo afirma su realidad en un espacio y tiempo concretos, sino que, además, tiene por objetivo construir la imagen editada de dicho sujeto para existir en estos medios. Esta característica pareciera enfatizar el proceso descrito por Verón, donde los sujetos redefinen su identidad y su relación con lo social sirviéndose de la fotografía a través de un proceso de individualización, que Verón advertía en la práctica social de la fotografía turística análoga, proceso que se ve profundizado e incrementado con la fotografía digital. El haber estado ahí de la fotografía turística, que enfatizaba los movimientos del sujeto, ahora con la fotografía digital en redes sociales, permite ampliar significativamente la versión de quién soy, que me gusta o no desde lo testimonial.

Entre las prácticas más difundidas en medios digitales, se pueden advertir principalmente dos: las fotografías de sí mismo y los chistes ingeniosos y cortos respecto de la contingencia, llamados popularmente memes. En el caso de

las fotografías de sí mismo, es posible identificar dos tipos de producciones: los autorretratos y los retratos utilizados en los perfiles de usuario de redes sociales. En estos casos, el material significante es casi exclusivamente la fotografía, mientras que el meme puede combinar textos breves con imágenes y grafismos o simplemente corresponder a una frase y donde las fuentes para su creación responden a diferentes formatos y soportes mediales reconocibles para quien los produce y su comunidad (Piñeiro-Otero y Martínez-Rolán, 2016). Esta operación supone, lo que Bolter y Grusin (2000), definen como remediación, entendida como la mediación de un medio por otros y/o de una práctica mediática por otras, conservando aspectos de la primera, pero transformándose en el marco de la interacción tecnológica. De esta forma, la fotografía análoga al ser mediada por la tecnología digital conserva su función referencial, pero se transforma con la inmediatez del resultado, su reproductibilidad infinita e instantánea, su adaptación a la circulación en medios digitales y su masividad a través de teléfonos móviles (Amigo et al., 2017). Por otra parte, el meme, que se define por su contenido crítico, ingenioso, humorístico o contingente, parece ser la remediación de las antiguas viñetas de impresos que tenían por objeto proponer una mirada satírica de la realidad, remediación que se ve incrementada por la posibilidad de reacción casi instantánea a la contingencia, cuestión que da al hecho enunciativo, un valor que enfatiza su rasgo de ingenio creativo.

Metodología

Considerando la complejidad metodológica que implica abordar un objeto de estudio compuesto por imágenes fotográficas que muestran sujetos, lugares, textos y grafismos —todos estos elementos operando de manera complementaria y sinérgica— el análisis se realizó a partir de dos unidades independientes pero complementarias: el contenido textual de las pancartas y la fotografía como unidad significante.

En una primera etapa, por tratarse de una investigación que busca establecer los márgenes de ocurrencia efectiva del fenómeno indagado, se utilizó el criterio de muestreo intencional no probabilístico. Esta técnica permite seleccionar “casos característicos” dentro de un universo (Otzen y Manterola, 2017, p. 230) y, al mismo tiempo, elegirlos en función “de las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (Hernández-Sampieri et al, 2014, p.189). Para esta selección se

realizaron búsquedas en Internet con las palabras clave: “pancartas, estallido social, afiches, marchas”, obteniendo un corpus de 1.450 imágenes. De estas, se seleccionaron aquellas que cumplían con la condición de registrar la exhibición de pancartas en el contexto de la protesta social de 2019, obteniendo 300 imágenes, las cuales fueron analizadas cuantitativamente en función de las características del mensaje y de la presencia del su autor/portador y su contexto espacial de exhibición.

A nivel interpretativo, este análisis se orienta a establecer las funciones posibles del mensaje a nivel connotativo, contextual y relacional, identificando tres niveles como parte de una misma estructura analítica: aspectos relativos a la materialidad y lenguaje; generación de significados y potencial simbólico de las imágenes. Siguiendo este enfoque, la estrategia consideró los contenidos de cada fotografía, concebida como unidad significante, teniendo en cuenta tanto los elementos formales del registro fotográfico como la disposición de objetos y sus connotaciones en el entorno de la movilización social. Por este motivo, se desplegó un trabajo en dos niveles: el de los contenidos textuales de las pancartas y el de los contenidos de la representación visual. Para este análisis se establecieron tres subniveles: uno referido a la pancarta misma; otro respecto del sujeto portador de la pancarta y, por último, uno correspondiente al contexto (tabla 1).

A fin de ilustrar lo anterior, se seleccionaron de forma intencionada tres imágenes sobre la base de su complejidad simbólica para ser analizadas desde un enfoque cualitativo que fuesen ejemplares del foco de análisis. Los criterios de inclusión de esta selección fueron: 1. Fotografía de pancarta testimonial registrada en el contexto de la movilización y que enfatiza la dimensión individual y subjetiva; 2. Composición visual de la fotografía compuesta por el manifestante y su cartel; 3. Piezas que mezclan imagen y texto y 4. Piezas que hagan referencia a otros sistemas visuales o símbolos. Es importante considerar que, a través del análisis de estas tres imágenes, y como corresponden a todo análisis, no se buscó una representación estadística de los resultados, sino que profundizar en su dimensión estrictamente significativa.

Resultados

Un primer hallazgo de las pancartas analizadas fue constatar que un 79,3% tenían la característica común de presentar mensajes cortos, ingeniosos, críticos y marcadamente humorísticos y

Registro fotográfico	Elementos formales Disposición de objetos Connotación en entorno de movilización social
Niveles de análisis de la representación	Textual de la pancarta (mensaje) Contenido visual Sujeto portador Contexto

Tabla 1. Estrategia de análisis del contenido visual

alusivos a la contingencia con referencias a los medios de comunicación. El 20,7% restante, correspondió a mensajes serios, no humorísticos, con consignas políticas o de denuncia, es decir, ajustándose a lo que podríamos denominar el género tradicional de la pancarta política confeccionada para ser exhibida en la protesta social.

Un segundo elemento que surgió fue que en las fotografías de las pancartas no solo era relevante su contenido textual o gráfico, sino que también la imagen de su autor/portador y el contexto de protesta donde se capturó la fotografía. Del total de fotografías analizadas, solo un 26,4% no incluyeron imágenes de la persona que portaba la pancarta. Por otra parte, del 73,6% de fotografías que incluyeron imágenes del autor/portador y del contexto de protesta, un 76,5% correspondieron a fotografías donde el autor/portador dirige su mirada directamente a la cámara que lo fotografió y, en el 23,5% restante, no mira directamente a la cámara, pero su rostro es perfectamente identificable. Lo anterior da cuenta de un fenómeno significativo: las pancartas son solo una parte del material significante que otorga sentido a las imágenes fotográficas subidas a Internet.

El análisis interpretativo de las tres imágenes seleccionadas permite identificar, en el primer caso (figura 1), que lo textual se presenta como un contenido enunciado desde la subjetividad del manifestante, en cual expresa una dimensión íntima asociado a su orientación sexual. Lo interesante de este enunciado (“Me dio más miedo salir del closet que a la calle”), es un doble movimiento desde lo íntimo hacia lo público. Esta expresión se articula, metafóricamente, una comparación entre su orientación sexual y la posibilidad de ocupar el espacio público como elemento vinculante para su reconocimiento social. Otra dimensión interesante de destacar es el realce visual que se le da a las palabras “miedo, closet, calle” en el texto, lo que remite a evidenciar una doble amenaza: por una parte, la posibilidad

Figura1. Fuente: <https://www.t13.cl/noticia/nacional/bbc/protestas-en-chile-los-ingenuos-caracteres-que-protagonizan-las-manifestaciones>

de vivir y expresar su condición en el plano de lo social y, por otra, la de su expresión en el espacio institucional-urbano. En el plano visual, los aspectos más destacados son el carácter gestual de la tipografía utilizada, lo que remarca la individualidad del mensaje y la incorporación, en la imagen del propio manifestante, de códigos visuales propios del mundo gay: pañuelo multicolor cubriendo parte de la cara, gesto que connota una asociación entre la demanda por un reconocimiento y su condición combativa. Es decir, su orientación sexual transformada en espacio de lucha política. En términos simbólicos, la fotografía responde a una unidad performativa en sí misma, donde interactúa lo visual con lo narrativo a través de un dispositivo comunicacional orientado a testimoniar su condición y legitimar la pertinencia de su performance como acto político, pero cubriendo parte de la cara lo que acentúa su carácter combativo.

En el caso de la segunda imagen (figura 2), la pancarta está tomada de un meme que ha circulado ampliamente en redes sociales asociadas a diferentes motivos. A nivel textual se presenta un cruce sarcástico a través de dos enunciados: “Me dijiste que estábamos en democracia. Pero



Figura 2. Fuente: <https://twitter.com/caldostrong/status/1187475162527981568/photo/1>

con Piñera” (presidente de Chile en ese momento), remitiendo en lo formal a la estructura del humor. El uso de este tipo de recursos se expresa en dos dimensiones concurrentes en la pieza: por un lado, el tono general sarcástico de la narrativa del meme y, por otro, la expresión del juicio individual expresado en la propuesta comunicativa. En lo formal, las imágenes utilizadas construyen un puente entre dos narrativas que se conectan en la imagen de las mujeres amigas y solidarias la que remite a un imaginario de género asociado al engaño de su contraparte masculina y, como antagonista, la personificación del gato como animal burlón que lo vincula con el presidente. Lo relevante de esta narrativa es su utilización como forma de denuncia de una promesa no cumplida (la democracia), en donde la autora de la pancarta selecciona estas imágenes que otorgan un sentido y una suerte de juicio político. La potencia comunicativa de esta pancarta responde a la consideración del meme como un artefacto construido desde claves personales en diálogo con el imaginario político, social y la cultura de masas.

Finalmente, en la tercera imagen (figura 3), en el plano narrativo se advierte la emergencia de una subjetividad básica del emisor: “No se me ocurrió nada, pero aquí estoy”, la que se valida a través de la estructura de la pancarta y los referentes visuales asociados. Es decir, si bien no hay una demanda ideológica o política en un sentido estricto ni una vinculación a una causa

particular, sí se constituye el emisor en un actor político a través de su concurrencia al espacio público desde las claves de la ironía. Este acto de testimoniar su propia subjetividad sin contenido aparente le otorga pertenencia en el contexto de la protesta, a través de la dimensión festiva y carnavalesca del acto con un énfasis a nivel tipográfico al resaltar “pero aquí estoy” y, al mismo tiempo, haciendo referencia a la materialidad y a la estética de las otras pancartas destacando de esta forma el carácter y la dimensión performativa que acompañó a la protesta social.

Conclusiones

El objetivo de este artículo ha sido explorar la pancarta de protesta en su dimensión simbólica y gráfica. Por lo tanto, las conclusiones que presentamos no constituyen una interpretación sociopolítica del estallido social en Chile, sino una exégesis de algunas de sus imágenes acorde con la metodología utilizada para su análisis.

En este entendido, uno de los primeros hallazgos lo constituye la individualización que acompaña a estos soportes gráficos con un fuerte componente subjetivo, donde el autor actúa como sujeto que voluntariamente comparece ante la cámara en el espacio público y digital. Otra característica observada respecto de estas pancartas y que la distingue de otros medios impresos, es su similitud estética y enunciativa con algunas prácticas propias de las redes sociales, lo que le confiere una cualidad transitiva que potencia su presencia y significación tanto en los lugares de protesta como en su circulación en formato digital. En su componente textual, se expresan opiniones donde converge el humor, la ironía o la interpellación directa a la autoridad, lo que se complementa con la referencia a elementos visuales de otras narrativas provenientes de universos simbólicos no necesariamente ligados a lo político-social, lo que permite visibilizar claves identitarias propias de sus autores. Cabe señalar que, si bien no constituyó un criterio de inclusión para seleccionar las tres piezas analizadas, dos de ellas fueron portadas de reportajes a nivel nacional e internacional, lo que podría ilustrar la dimensión testimonial y subjetiva de la manifestación reconocida como noticia en algunos medios.

Si se comparan estas pancartas con las realizadas en otros períodos de alta conflictividad política y social, como fueron los años ‘70 y ‘80 en Chile, es posible establecer claras diferencias. Si en los períodos anteriores, los mensajes apelaban a demandas colectivas que buscaban interpelar

a amplios sectores de la sociedad chilena a través de mensajes de alcance nacional y objetivos, lo que prevalece en este análisis son demandas que tienden a la individualidad o a causas acotadas y sectoriales con un fuerte componente personal, que a su vez son diseñadas, producidas y portadas individualmente. Esta individualización, propia de los procesos de modernización, se ve acentuado por su difusión a través de redes sociales vinculadas a cuentas personales.

En consecuencia, lo que se advierte a nivel comunicativo es un dispositivo performático, realizado por sujetos que expresan una particular síntesis narrativa diseñada para su exhibición en el espacio público y para su difusión en redes sociales. No se está frente a una protesta de individuos anónimos detrás de una causa común, sino que a sujetos intencionalmente individualizados como parte de su propia propuesta comunicacional que adhieren a causas particulares. En este sentido, más que propuestas ideológicas en un sentido tradicional del término, lo que se observa sería más bien un prêt-à-porter ideológico¹, es decir, un listo para llevar, en términos de apelar a una causa particular sin mayor densidad ideológica, pero no por esto menos legítima en una sociedad democrática.

Desde una perspectiva medial, es importante destacar que las pancartas analizadas representan un particular tipo de remediación transmediática, entendida como discurso auto producido que se difunde masivamente bajo la lógica de un producto viral. Si bien este tipo de comunicación puede presentar importantes limitaciones por su carácter individual, resulta particularmente interesante desde el momento que puede abrir nuevos espacios de diálogo y participación ciudadana, al incorporar referentes y puntos de vista fuertemente vinculados a la experiencia personal.

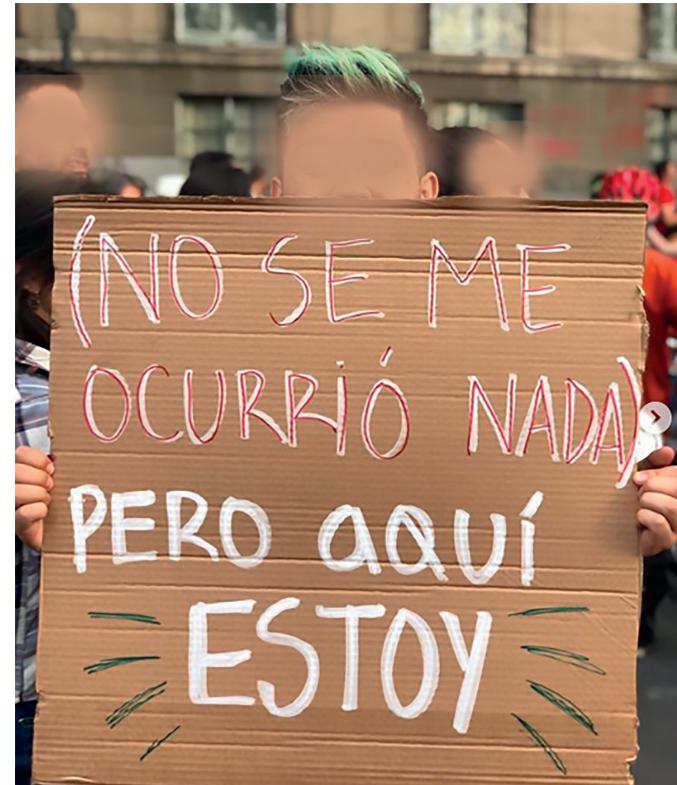


Figura 3. <https://www.pinterest.cl/pin/472878029624590623>

Finalmente, debemos señalar que este artículo presenta resultados de una amplia investigación —aun en curso— que busca profundizar en las dimensiones performativas e iconográficas de la protesta social. Dentro de las futuras líneas de trabajo, se considera abordar la materialización de estas dimensiones en diferentes artefactos visuales, como carteles, grafitis y pinturas murales, así como las nuevas prácticas de comunicación que se dieron en el contexto del estallido social del año 2019.

1. Este concepto, "prêt-à-porter ideológico", acuñado por Matelart (1994) respecto del fenómeno de la globalización, se refiere a un fenómeno social que tiende a disimular su complejidad más que a revelar su real alcance.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, Pedro. (2004). *Historia del diseño gráfico en Chile*. Santiago de Chile: Ediciones UC.
- Amigo, Bernardo, Osorio, Francisco, y Bravo, Cecilia. (2017). Mobile communication technologies and ontological security. Convergencia *Revista De Ciencias Sociales*, (74). 40-61. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i74.4381>
- Ardèvol, Elisandra; Martorell, Sandra y San-CorNELIO, Gemma. (2021). El mito en las narrativas visuales del activismo medioambiental en Instagram. *Comunicar*, 68, 59-70. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-05>
- Barthes, Roland. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Bolter, J. David y Grusin, Richard (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Castillo, Eduardo. (2004). *Cartel Chileno 1963-1973*. Santiago de Chile: Ediciones B.
- Castillo, Eduardo. (2006). *Puño y letra. Movimiento social y comunicación gráfica en Chile*. Santiago de Chile: Ocho Libros Editores.
- Condeza, Rayén, do Santos, Marcelo, Lizama, Alonso & Vásquez, Paz (2016). Chile. En Activismo Político en Tiempos de Internet, Sorj, B. y Fausto, B. (Coords.). São Paulo: Edições Plataforma Democrática. Colección el estado de la democracia en América Latina. https://fundacaofhc.org.br/arquivos/Activismo_politico_en_tiempos_de_internet.pdf
- Güell, Pedro. (2019). El estallido social en Chile: piezas para un rompecabezas. *Mensaje*, 68, (685), 8-13.
- Hajek, Andrea. (2012). Mmmmm quanti, ma quanti ricordi mi evocano queste foto «Facebook and the 1977 Family Album. The Digital (R)Evolution of a Protest Generation. *Italian Studies*. 67, 375-396. <https://doi.org/10.1179/0075163412Z.00000000025>
- Hernández-Conde, Macarena, Arencón-Beltrán, Sandra, y Sola-Morales, Salomé. (2021). Narrativas transmedia feministas. El caso del movimiento 8M español durante el 2019. *Dixit*, (35), 51-70. <https://doi.org/10.22235/d35.2610>
- Hernández-Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos y Baptista-Lucio, Pilar. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Education.
- Khatib, Lina. (2013). *Image Politics in the Middle East: The Role of the Visual in Political Struggle*. London: I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755610785>
- Lotfalian, Mazyar. (2013). Green Movement. Aestheticized Politics, Visual Culture, and Emergent Forms of Digital Practice. *International Journal of Communication*, (7), 1371-1390. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1556/931>
- Mattelart, Armand. (1994). *Los nuevos escenarios de la comunicación internacional*. Barcelona: Centre del Investigacio de la Comunicació-Generalitat de Catalunya.
- Martínez Hernández, Rut. (2019). Contraimágenes infiltradas. Estrategias artísticas para la creación de dispositivos de acción política. *Atenea*, 19, 83-98. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622019000100083>
- Morrison, Daniel R. y Isaac, Larry W. (2011). Insurgent Images. Genre Selection and Visual Frame Amplification in IWW Cartoon Art. *Social Movement Studies*, (11), 61-78. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.640530>
- Muñoz Lopera, John Mario (2011). Los indignados del 15-M. Nuevas formas de resistencia ciudadana. *Boletín de Antropología* 26 (43), 239-252. <https://doi.org/10.17533/udea.boan.21717>
- Olesen, Thomas (2013). “We are all Khaled Said”: Visual Injustice Symbols in the Egyptian Revolution, 2010–2011. *Advances in the Visual Analysis of Social Movements*, (35), 3-25. [https://doi.org/10.1108/S0163-786X\(2013\)0000035005](https://doi.org/10.1108/S0163-786X(2013)0000035005)
- Ortiz Leroux, Jorge Gabriel y Arroyo Pedroza, Verónica. (2018). *Revolución Visual. Análisis de la gráfica y acción pública de los movimientos sociales en México*. Ciudad de México: División de Ciencias y Artes para el Diseño, Departamento de Evaluación del Diseño. UAM Azcapotzalco. <https://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/10224>
- Otzen, Tamara y Manterola, Carlos. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1):227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Partaken, James. (2017). Listening to students about the Umbrella Movement of Hong Kong. *Educational Philosophy and Theory*, 51(2), 212–222. <https://doi.org/10.1080/00131857.2017.1318045>
- Peña, Carlos. (2020). *Pensar el malestar*. Santiago de Chile: Taurus.
- Philips, Axel. (2012). Visual Protest Material as Empirical Data. *Visual Communication*, 11(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/1470357211424675>
- Piñeiro-Otero, Teresa y Martínez-Rolán, Xabier. (2016). Los memes en el activismo feminista en la Red: #ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional. *Cuadernos.info*, (39), 17-37. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.1040>

- Pinto Veas, Iván y María José Bello Navarro (2022). La revuelta performativa. Hacia una noción expandida de cuerpos e imágenes en el espacio público a partir del estallido social chileno". *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas* 17 (1): 192-219. <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae17-1.rphn>
- Rodríguez-Suárez, Julio; Morán-Neches, Lorena y Herrero-Olaizola, Juan-Bautista. (2021). Investigación en red, nuevos lenguajes y simbologías del activismo digital: Una revisión sistemática. *Comunicar*, (68), 47-58. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-04>
- Ruiz, Carlos. (2020). *Octubre chileno*. Santiago de Chile: Taurus.
- Tripp, Charles. (2013). Art of the Uprisings in the Middle East. *Brown Journal of World Affairs*, (19), 185-199.

- Trujillo, J. (2017). Un nacionalismo más allá de las fronteras: la trasnacionalización del movimiento independentista catalán. *Anuario Del Conflicto Social*, (6). <https://revistes.ub.edu/index.php/ACS/article/view/19152>
- Vergara, Enrique y Porath, William (2017). Representaciones de la mujer en la gráfica chilena. Del protagonismo político a la subjetividad del consumo. *Gràfica*, 5, (10), 2017, 139-144. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/grafica.75>.
- Verón, Eliseo. (1994). De l'image sémiologique aux discursivités: Le temps d'une photo. *Hermès, La Revue-Cognition, communication, politique*, 13/14, 45-64. <https://doi.org/10.4267/2042/15515>
- Vico, Mauricio. (Ed.) (2013). *El afiche político en Chile 1970-2013. Unidad Popular, clandestinidad, transición democrática y movimientos sociales*. Santiago de Chile: Ocho Libros Editores.

