



*Excedente emocional y ampliación de lo
político en Chile.
Análisis visual del movimiento estudiantil¹
2011-2014*

por Óscar Aguilera Ruiz

INTRODUCCIÓN

Durante el periodo 2006-2013 en Chile hemos asistido a un proceso de politización de la sociedad, que ha sido encabezado de modo visible por amplios sectores juveniles-estudiantiles. Al tratarse de un proceso de politización en curso (PNUD 2015), lejos de agotarse y decantar en un nuevo momento, radicalmente distinto al anterior, nos encontramos en medio de un conjunto de disputas por los significados asociados a la política, sus actores legítimos y las formas en que se procesan estas discusiones en la vida nacional. Nunca antes cobró tanto sentido la idea de Alberto Melucci, que los propios movimientos sociales son el mensaje (Melucci 1999). De allí que atender específicamente a ese movimiento-mensaje se vuelve un objetivo estratégico que permite proyectar interpretativamente el actual caudal movilizador en la sociedad chilena y que tiene al movimiento estudiantil como una de sus principales expresiones.

¹Este artículo se enmarca en el trabajo realizado en Anillo Juventudes-Conicyt (SOC1108) y es resultado específico del proyecto ENL013/15 de la VID-Uchile.



El análisis de dicho periodo se ha concentrado en las cuestiones político-programáticas y su inscripción en el debate académico ha estado definida por los marcos comprensivos de la *cultura política*. Sin embargo, ha sido menos estudiado y analizado lo relativo a las dimensiones emocionales y fuertemente performativas que se han desplegado en acción en este ciclo de movilización.

Es el campo de las *políticas de la cultura* juvenil (Aguilera 2008), que nos permite observar la reconfiguración de actorías sociales y políticas, el tiempo y espacio en que lo público-político se discute y resuelve, así como las propias reglas del juego político con que se había operado desde el inicio de la post-transición.

Desde la articulación movimientos sociales y emociones, y su correspondiente operatoria metodológica de análisis visual, hemos construido un artículo que, en primer lugar, presenta unas premisas teórico-conceptuales sobre movimientos sociales y emociones, y en el que se propone en específico la noción de excedente emocional. En segundo lugar, presentamos un apartado metodológico que explicita el lugar de las imágenes en el proceso movilizador analizado y sus correspondientes decisiones de diseño y análisis. En tercer lugar, se presenta una sección de resultados agrupados en dos tópicos fundamentales: las emociones e(n) imágenes de protesta, y las intencionalidades comunicativas encontradas en la visualidad desplegada.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y EMOCIONES

Los análisis contemporáneos sobre movimientos sociales pueden ser agrupados alrededor de dos grandes perspectivas: aquellas que responden a preocupaciones de tipo interaccional y cultural; y otras de orden instrumental-procedimental. Es en el marco de esta perspectiva interaccional-cultural que se enmarca el presente artículo.

Las perspectivas interaccionales (Melucci 1999, Gusfield y Laraña 1994) reivindican que la acción social siempre será la resultante de un conjunto de procesos individuales y colectivos en que los sujetos se constituyen en actores sociales a partir de y en relación con otros sujetos que le otorgan sentido a las acciones propias y ajenas. Los movimientos sociales serían estructuras por definición inestables que invierten gran parte de sus "recursos" en mantener la estabilidad de sus sistemas de acción (Melucci 1999). Dentro de las perspectivas interaccionales sobre movimientos sociales se encuentran aquellas que enfatizan la dimensión "cultural" de su despliegue (Touraine 1990, Melucci 1999) y que enfatizan más bien aquellas cuestiones simbólicas existentes en la sociedad y que se constituyen en los "percutores" de las prácticas movimientistas. Este enfoque ha producido herramientas conceptuales interesantes como las nociones de "significados de la acción" (Touraine 1990) y aquella de "sistemas de acción" (Melucci 1999).



Aquí los movimientos sociales son considerados, ante todo, como productores de significados colectivos o “profetas de su tiempo” que anuncian aquello que está por venir (Melucci 1999) y desde dichas capacidades (auto)reflexivas vuelcan sobre la sociedad sus propuestas y aspiran a provocar determinadas transformaciones.

Una deriva que ha venido cobrando importancia en este contexto es aquella que otorga importancia, dentro de esta orientación cultural, a los procesos de constitución de identidades y adscripciones comunitarias (Castells 2003, Della Porta y Mosca 2005). Las dimensiones de análisis de la perspectiva instrumental-cultural corresponden a los “aspectos cognitivos” de los movimientos sociales, donde lo central es la construcción de un problema o conflicto social. Como ejemplo, al revisar la movilización estudiantil del 2006 observamos cómo no bastaba tener una situación de injusticia evidente respecto a la calidad educativa entre instituciones públicas (ya estratificadas en su interior) y en relación con las privadas, sino que además fue necesaria la constitución de una situación de “no reconocimiento generacional” a los estudiantes movilizados que posibilitó una movilización sin precedentes en la historia social y política chilena. La otra dimensión de análisis de la perspectiva interaccional-cultural remite a los aspectos “afectivos” de los movimientos sociales: “comunidades emocionales”, “estados de eferescencia”, “sensibilidades”, “afectos”. Estos tópicos cobran relevancia con la emergencia de los “nuevos movimientos sociales” (NMS: Feministas, Ecologistas, Gays y Lesbianas, etc) que reivindican no sólo cambiar el mundo sino también la vida.

Dentro de este primer grupo encontramos un enfoque interaccional-identitario, centrado en el análisis de los “mediadores”, “frame” (Goffman 2006) o “marcos” en la traducción de Gamson (1992), y que remiten a los procesos interpretativos mediante los cuales un sujeto le confiere (y se confiere) sentido al (y ante el) mundo social que habita, al sintetizar y simplificar la realidad a partir de complejos procesos de codificación. Esta conceptualización se traducirá en el campo de los movimientos sociales en una preocupación por aquellos aspectos simbólico-discursivos de significar la realidad social (y semantizarla) que desarrollan los movimientos sociales como forma de constituir comunidad y legitimar su accionar. Lo central acá es la constitución de un ‘nosotros’ en el cual reconocerse y de aquellos ‘otros’ (antagonistas) ante los cuales movilizarse. Esta perspectiva, ha ido dejando paso a una preocupación no tanto por el ‘origen’ de los movimientos sino por los procesos que ‘sostienen’ toda práctica colectiva y que enfatiza por tanto en aquellas cuestiones interaccionales, relaciones e identitarias que hemos señalado previamente, no a partir de algunos grupos de sujetos ‘predefinidos’ que encarnarían en su praxis la prevalencia de estos procesos sino que en todo movimiento social.



En la constitución del nosotros que caracteriza a los movimientos sociales, las pasiones y emociones, sentimientos y afectos constituyen un campo semántico desde el cual los sujetos significan sus propias prácticas, así como de las maneras de constitución de los vínculos intersubjetivos que desarrollan. Este tipo de indicadores emocionales, lejos de constituir una novedad en el estudio de los fenómenos colectivos² adquieren importancia hoy en día en tanto las acciones colectivas que los sujetos emprenden pasa fundamentalmente una relación con una comunidad afectiva antes que por compromiso a una colectividad política (Costa 1998).

La contractualidad racional aparece casi como un resultado de los despliegues de una racionalidad afectiva, lo que tiene importantes efectos en el estudio de las prácticas sociales y la acción colectiva, en tanto

[...] los afectos, las pasiones, en fin esos mares de magma que se revuelven en intramuros y se palpan con el revés de la piel, y que parecen tan propios, tan privativos, tan espontáneos que nadie puede mandar sobre ellos, están, sin embargo, dictados por el pensamiento de la colectividad (Fernández 1994: 92), y fueran (son) tan importantes en las definiciones cotidianas, existenciales y políticas de las personas que constituyen los diferentes colectivos sociales. (Costa 1998: 8)

La afectividad es un componente importante en las motivaciones para participar de una u otra agrupación. Los sentimientos que experimentan y sienten los sujetos están estrechamente relacionados con los vínculos de amistad, de amor de pareja y de compañerismo que van construyendo en la medida que se hacen parte de instancias de participación.

Los vínculos afectivos se van construyendo y generan mejores relaciones entre la gente que se reúne, y este bienestar es producto de las interacciones que se generan dentro de cada agrupación. Estas afectividades que sienten con sus organizaciones están relacionadas con los valores compartidos, el encuentro con personas que comparten similares experiencias, con la posibilidad de generar lazos de amistad dentro de ellas, lazos que, en definitiva, permiten construir proyectos mayores.

Y aunque la amistad no sea la motivación que 'los lleva' a involucrarse, sí es un proceso que tarde o temprano aparece en las relaciones cotidianas que establecen y va perfilando no sólo una imagen de los demás, sino que también caracterizando al conjunto de la grupalidad. Sin embargo, sería un error significar la afectividad de una manera armoniosa o amorosa (Alberoni 1996) pues la misma afectividad es capaz de despertar desinterés o incluso rabias: es una de las razones centrales para integrarse a un grupo y, en caso de pérdida de afectos (peleas, rupturas), también para salirse de éstos. La afectividad genera conflictos.

² Al respecto, podemos señalar los trabajos de M. Weber, E. Durkheim, G. Simmel.



En síntesis, estas dimensiones culturales de las emociones y los afectos deben ser incorporadas en los estudios de los movimientos sociales y la participación política, en tanto

de su análisis se desprende que la conexión entre la emoción compartida y la comunalización abiertas es precisamente la causante de esta multiplicidad de grupos, que acaban constituyendo una forma de vínculo social, en definitiva bastante sólido. (Weber citado en Maffesoli 1990: 38)

El concepto de *socialidad* propuesto por Maffesoli nos parece el más pertinente para trabajar con este tipo de vínculos que se alejan de las elecciones racionales que ordenan la vida colectiva.

[...] la socialidad, como parte constituyente de lo social, pretende abarcar ese sinnúmero de situaciones y actitudes cotidianas, irrelevantes, o bien carentes de lógica que constituyen ese día a día que conforma el tejido social. (Maffesoli citado en Morales 1999: 18)

Como podemos apreciar, se vuelve necesaria la incorporación de las dimensiones comunicativas presentes en todo movimiento social. Supone prestar atención a aquellas formas de expresión que se manifiestan en la escena pública y que no remiten sólo a cuestiones programáticas o reivindicatorias, inscritas en la forma política hegemónica fundamentada en una racionalidad instrumental y operativa (demanda-reivindicación-negociación-acuerdo).

Específicamente se propone la noción de *excedente emocional* inscrita en la comunicación de la protesta y del descontento social. Con ella, queremos enfatizar en lo que excede la reivindicación puntual y remite más bien a la pugna por semantizar y fijar los 'significados flotantes' en un contexto de conflicto y ante objetos en disputa sobre los cuales no existe necesariamente una elaboración programática. Se trata de la comunicación que los propios actores y movimientos sociales elaboran y diversifican, en un contexto de apropiación acelerada de innovaciones tecnológicas, lo cual visibiliza la centralidad de las interacciones. Estas interacciones movilizan emociones, generando un excedente en su doble acepción: supera lo racional y es un resultado adicional no previsto. Excedente de lo político en sus fundamentos, sus lenguajes y sus operaciones.

Para dar cuenta de estas dimensiones emocionales y afectivas, nos parece relevante ejecutar un desplazamiento metodológico que trascienda la geografía de los movimientos sociales y profundice en sus dimensiones geológicas constitutivas. Para ello, proponemos una lectura de dos modalidades expresivas y comunicativas fuertemente llamativas de/en los procesos de movilización colectiva reciente: las imágenes.



IMÁGENES DEL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL (2011-2014)

Las imágenes producidas en el contexto de una movilización permiten acceder de modo estratégico a la comunicación de la protesta y los usos tanto desde el movimiento social como desde la industria de medios de comunicación. Esta comunicación, producida por diversos actores (desde la institucionalidad hasta militantes de base) y contenida en diversos bancos de imágenes, permiten observar y analizar los modos en que la propia producción y circulación de imágenes trascendió la protesta callejera y se instaló en los espacios virtuales lo que las ubica de manera central en los *mediascapes* globales (Appadurai 1996). Tanto es así, que la propia revista Times consagró al “manifestante” como su personaje global del año 2011, y dedicó su portada a una imagen que focaliza en un rostro cubierto, quizás la representación emblemática de la protesta social. Mientras, el periódico The Guardian otorga a la dirigente estudiantil chilena Camila Vallejo el mismo honor el año 2011 aunque en este caso una foto a rostro descubierto como emblema de belleza, juventud y cambio social. Este espacio público es el espacio/arena en que se expresa/cataliza la politización en curso en la sociedad chilena y global.

De esta forma, las imágenes de la protesta, de sus actores y sus reivindicaciones, capturan la atención y se convierten en el recurso comunicativo por excelencia en los tiempos de conexiones comunicativas globales y mediadas por tecnologías de la información. Desde esta perspectiva, dos son los procesos que se intersectan a propósito de movimientos sociales y el papel de la comunicación masiva y mediada tecnológicamente: el primero remite a la disputa por la visibilidad (la pregunta de quiénes son estos actores y qué es lo que quieren) en tanto el segundo refiere a la vehiculización de emociones como insumo fundamental en la construcción de un movimiento social así como también en la relación con los antagonistas: es el proceso observable de pugnas respecto a la política, sus procedimientos y fines.

Los procesos anteriormente descritos ubican a las imágenes como entrada estratégica a la pregunta por la visibilidad y las emociones, en tanto: a) en un contexto de producción descentralizada gracias a la expansión y democratización de las tecnologías de información y comunicación (cámaras, celulares, redes sociales, etc), las imágenes son autónomamente producidas, b) al tratarse de producciones fundamentalmente elaboradas por los propios actores sociales y en menor medida por la industria mediática, contienen una densidad emocional que difícilmente se pueda expresar mediante otros lenguajes, y c) condensan, expresan y catalizan ideas de sociedad que aún se encuentran en proceso de formulación.



En un marco representacional hegemónico que asigna a la imagen un estatuto de verdad incuestionable ('hablan por sí solas'), y que se traduce en un canon visual que privilegia imágenes planas, amplias y despersonificadas, se ha optado por aquellas imágenes que permitan comprender otros lenguajes y expresiones no necesariamente elaborados y con fuerte carga emocional. En ese sentido, un análisis a imágenes por sobre discursos textuales amplía el foco de observación en la medida que reconoce a la visualidad como otro lenguaje expresivo que impacta de manera diferenciada, no es necesariamente racional sino emocional, y que requiere otro tipo de decodificación para ser comprendido.

Para el análisis que se propone, es fundamental reconocer que la comunicación visual utilizada de forma intencionada o no para movilizar y transmitir socialmente una idea o promover una acción no puede quedar atrapada en una visión logocéntrica que asigne a las palabras la misión de fijar el sentido de las imágenes. Por el contrario, se requiere una perspectiva analítica que releve los elementos visuales que constituyen la imagen como cuerpos, colores, formas, disposición espacial, enfoques, etc., en tanto desde allí se comprende mejor la posible eficacia que tiene la textualidad que acompaña la imagen.

En un primer momento, se analiza en profundidad los contenidos de las imágenes para dar cuenta del excedente emocional que se comunica visual/textualmente y que constituye parte de la comunicación del movimiento social. Posteriormente, y a partir del excedente emocional que reconocemos en las imágenes, se realiza una interpretación respecto a las intencionalidades comunicativas del movimiento social.

SELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL *CORPUS*

Las imágenes analizadas corresponden a fotografías, dibujos, afiches y carteles de las movilizaciones estudiantiles, principalmente del año 2011 en adelante, tomadas y/o producidas en el contexto de movilizaciones estudiantiles. La gran cantidad de imágenes que circularon en medios de comunicación, Internet y las calles, y la variedad de creaciones artístico-culturales, instalaciones y performances que se realizaron para visibilizar la movilización, así como las imágenes producidas para promover el propio ciclo de movilización y sus demandas, permiten sostener que el movimiento estudiantil desde el 2011 se instaló en el imaginario social también a partir de su eficacia visual, en la medida que buena parte de las creaciones no quedaron sólo en las calles sino que se plasmaron en fotografía y videos que circularon masivamente a través de redes sociales y medios de comunicación masivos. El impacto de este proceso en la sociedad chilena no sólo se explica por la comunicación de protesta utilizada, sino que por una eficaz articulación entre el



contexto o marco de injusticia que define inicialmente al conflicto junto a la política comunicacional desplegada. Esto nos aleja de cualquier lectura determinista ya sea de la evidencia de la injusticia o de la sola eficacia comunicacional, como claves interpretativas del conflicto (Aguilera 2008).

Hemos utilizado la base de imágenes que proporciona el buscador Google ya que a partir de un mismo criterio este buscador articula diferentes tipos de imágenes del movimiento estudiantil, diversos productores y múltiples institucionalidades que producen y circulan imágenes. Al respecto, la mayoría de las imágenes con las que se trabajó tienen un productor claramente explicitado (periódicos, confederaciones de estudiantes, artistas, fotógrafos), mientras que otras imágenes son anónimas y circulan en la Web. De allí que este principio de autoría, y que remite al lugar de enunciación y producción de la imagen, sea utilizado para seleccionar el corpus de imágenes a analizar:

1. Imágenes fotográficas del movimiento en sus contextos de marchas y/o tomas. Performance de la movilización retratado por los medios de comunicación masivos, producidos por encargo del Consorcio Periodístico de Chile (COPESA) y El Mercurio, y/o puestos a circulación en sus diarios en su versión Web (9 imágenes).
2. Imágenes fotográficas del movimiento en sus contextos de marchas y/o tomas. Performance de la movilización retratado por los medios de comunicación independientes, producidos y/o puestos a circulación en diarios en su versión Web. Fueron seleccionadas desde el periódico El Ciudadano por la amplia viralización que posee y porque sus recursos fotográficos provienen de fotógrafos independientes como es el caso de Frente Fotográfico o Huella Digital (10 imágenes).
3. Imágenes de convocatorias tipo afiche para marchas. Estas imágenes que estuvieron en las calles, circularon principalmente a partir de la Web. Han sido incluidas aquellas imágenes producidas por las grandes confederaciones de estudiantes a nivel país, es decir, por la Confederación de Estudiantes de Chile (CONFECH) y la Asamblea Coordinadora de Estudiantes Secundarios (ACES) (9 imágenes).
4. Imágenes fotográficas de carteles que utilizan imágenes y/o palabras que circularon en las marchas y posteriormente fueron viralizadas vía Web. Estas imágenes son anónimas y evidencian mensajes enfáticos y de alta carga simbólica (10 imágenes).
5. Imágenes como dibujos, comics, pinturas que se realizaron desde el 2011 en adelante haciendo uso de la temática de la movilización y sus demandas. Estas imágenes fueron realizadas por participantes, adherentes y artistas como parte del registro visual del movimiento (9 imágenes).
6. Imágenes de las performance de movilización. Se seleccionan imágenes que refieran al registro de acciones de alta eficacia visual, es decir de instalaciones y/o



acciones artísticas culturales producidas colectivamente por integrantes del movimiento estudiantil (9 imágenes).

EMOCIONES E IMÁGENES DE LA PROTESTA

Los aspectos afectivos presentes en los contextos de movilización, permiten acercarse a otras formas de adscripción que escapan a las explicaciones que determinan la puesta en escena de la protesta sólo a partir de una definición racional. Siguiendo la tipología propuesta por J. Jasper (2013), presentamos cinco tipos de emociones que pueden reconocerse en la escena de la protesta de los movimientos sociales. Analizaremos, a la luz de las imágenes del corpus, en qué medida la visualidad de la protesta permite conocer aquel excedente emocional que acompaña a los movimientos sociales y permiten comprender aquellos horizontes de referencia que organizan las ideas que tenemos sobre el mundo y su funcionamiento.

a) *Impulsos y Pulsiones*

Se reconoce a este tipo de sentimientos como aquellos con alta carga de espontaneidad y que por lo general son asociados a los impulsos básicos humanos: es el terreno de los deseos. Se manifiestan en contextos de movilización y por lo general los organizadores buscan controlarlos, reprimirlos y/u organizarlos dentro del contexto de la protesta.

El impulso y las pulsiones difícilmente son retratadas en imágenes porque su espontaneidad forma parte de la naturaleza del acto. Sin embargo gracias a la poderosa cobertura comunicativa que tuvo el movimiento estudiantil a partir del 2011, es posible conocer ciertas imágenes de actos pulsionales desarrollados en los contextos de movilización. Una de las imágenes en esta línea es la del joven desnudo caminando hacia el Congreso de la República el 21 de mayo del 2011. En el contexto de la movilización y mientras se llegaba al perímetro establecido como límite, un joven traspasa la valla de seguridad que se había levantado y se dirige desnudo hacia la policía y estira su mano al oficial para saludarlo. En ese momento, toda la atención se enfocó por unos minutos en esta acción. Este impulso, en el contexto de movilización, sin una razón ni objetivo, quiebra los modos tradicionales de comprender por qué y cómo se pone en escena un malestar y/o una demanda. En ese sentido fue un acto rápido, un impulso de un participante quien de manera singular transgrede los diferentes códigos morales e incluso de cómo se actúa en escenarios de enfrentamiento.



El acto impulsivo del desnudo, metaforiza una noción común de los actores movilizados y fundamenta un diagnóstico común respecto a la sociedad: indignación ('empelotados') y expectativa/acción de cambio ('nada que perder').

b) *Emociones reflejas*

Como señala Jasper (2013) las emociones reflejas han sido las más estudiadas en los contextos de movilización y refieren principalmente a reacciones rápidas pero organizadas culturalmente. No se trata de acciones necesariamente planificadas, ni sentimientos perdurables en el tiempo, pero sí que se acompañan de expresiones corporales que permiten identificar los sentimientos. En esa línea, aquellos sentimientos como la ira, el miedo, la alegría aparecen como los típicamente reconocidos. La visualidad de los afiches el año 2011 buscó movilizar la voluntad y la participación, y sentimientos como la alegría fueron las emociones más comunes que se presentaron.



Foto: Google Imágenes

Esta imagen, una serigrafía del colectivo Mano Alzada del año 2011, pone en evidencia que la conquista de la voluntad que se proponía en los afiches utilizó emociones reflejas para capturar la atención de un destinatario. El sentimiento hegemónico en como era concebido el clima de la protesta, y que remitía básicamente a la indignación y la rabia, dejó paso paulatinamente a 'la alegría de la demanda'. Es importante la alegría como emoción, en tanto ella está íntimamente ligada a un sentimiento más perdurable: la esperanza. Es esa conexión emocional la que se evidencia en el juego comunicativo contemporáneo de los movimientos sociales: sin alegría, no hay transformación.

Esta alegría, cuando es puesta en otro escenario, en el de la calle y el de la acción de los cuerpos, desestabiliza también las representaciones hegemónicas de la protesta.

Esta imagen del año 2013, que representa quizás la imagen más común de la protesta (carro lanzaagua) y que se convierte en preocupante por los riesgos asociados a la acción, es desestabilizada en la medida que lo que se evidencia son niños corriendo y riendo.



Foto: Flirck Sin frontera

En la protesta, lo pasamos bien. Este tipo de imágenes que circulan en la red y son producidas por circuitos comunicativos independientes, evidencian los múltiples sentimientos que se dan en contextos de disputa territorial, protesta y violencia y se convierten en poderosos performativos políticos.

c. Estados de Ánimos

Los estados de ánimos, a diferencia de sentimientos anteriores, se distinguen en la



Foto: Google Imágenes

medida que logran perdurar su sentir en el tiempo, y de esa forma su accionar no necesariamente está inducido por un objetivo u actor directo y reconocible, sino que están circunscritos a la subjetividad. Esto no quiere decir que existan estados de ánimo homogéneos en la sociedad. Al contrario, ellos pueden ser diferentes, contradictorios y múltiples en el contexto de movilización.

En ese sentido las imágenes de una alegría perdurable, que como discurso se instalaba desafiando al miedo, permite observar una propuesta que señala a un nuevo sentimiento de las generaciones jóvenes por sobre las adultas, rescatando un estado de ánimo positivo que se instala de maneras más perdurable: la esperanza.

Las instalaciones y *performances* que observamos, imágenes coloridas y llamativas, buscaron ser la cara alegre y carnavalesca de la manifestación social. Ese carnaval fue el estado de ánimo que se construyó como puesta en escena anímica y que el movimiento estudiantil fomentó en las calles y en los medios, diferenciándose de otras experiencias de movilización a partir de una propuesta estética y anímica que ya no representará la frustración de una sociedad sino la esperanza.



d) *Lealtades, apegos y aversiones*

Otro tipo de sentimientos que podemos reconocer en las imágenes son aquellos que proponen y movilizan valoraciones cognitivas que permiten reconocer afectos más elaborados y de mayor alcance en el tiempo. En ese sentido, las lealtades forman parte de un repertorio de sentimientos y formas de actuar que están mediados por algo más que la racionalidad pero no se constituyen como emocional. Son afectos a medio camino entre ambos polos, que producen admiración, amor, simpatía, confianzas y respeto, pero a su vez puede transformarse en negativo y producir aversiones. Las imágenes no inscritas institucionalmente dan cuenta de este tipo de lealtades, donde por ejemplo es posible reconocer a padres, abuelos y otros miembros de la familia involucrarse y levantar consignas en apoyo a los estudiantes y sus demandas. Esos sentimientos de respeto, confianza, admiración por una lucha, permiten observar como lo que se movilizó el 2011 trascendió a otros actores más de la sociedad y no fue algo de sólo algunos, lo que permite hablar de un vínculo que como señalará Jasper (2013) se relaciona con un sentido de pertenencia a la lucha.

Un trabajo emocional de aversión también puede ser reconocido a partir de múltiples imágenes que por lo general insisten y focalizan en la representación hegemónica de la violencia, y a través de esa operación se produce aversión. O el tratamiento realizado respecto a algunos dirigentes estudiantiles, incluso a través de portadas en los periódicos, en las que se enfatizan rasgos criticables o valorados negativamente desde un determinado ethos simbólico-cultural.

e) *Emociones morales*

Por último, Jasper (2013) señala que los sentimientos de aprobación y rechazo que como base están relacionados a una intuición moral, forman parte de los afectos presentes en los movimientos sociales. Sentimientos como la compasión y/o la indignación son afectos que se reconocen en esta línea, y movilizan el deseo por hacer lo correcto. Las imágenes permiten ilustrar de forma recurrente esta emoción, sobre todo aquellas que buscaban ampliar la rigidez política del mensaje y se traducían en imágenes y carteles con consignas "Fin al lucro", o condenando ciertas acciones. Este proceso, inicialmente una metáfora que condensa la experiencia común y 'pone nombre' al problema, se traduce prontamente en una 'fijación' del significado y así 'lucro' va a encarnar la introducción de una lógica mercantil no permitible en el terreno de los derechos sociales como en el caso de la educación. Así la injusticia y la reputación de ciertos 'conceptos' forman parte también de los afectos morales que se movilizan en los contextos de protesta.



INTENCIONALIDADES COMUNICATIVAS

Las emociones y sentimientos reconocidos en un primer análisis de las imágenes nos permiten acceder de manera inductiva a un conjunto de dimensiones de lo social (individuos, grupalidades, instituciones), a la 'toma de posición' respecto a un conjunto determinado de ideas y acciones (aprobación, rechazo, indiferencia). Estos procesos se inscriben en el campo de la intencionalidad comunicativa y los eventuales efectos de sentido que las imágenes tienen en el conjunto de la sociedad. De allí que con un propósito organizador, hemos establecido categorías diferenciadas en las que las imágenes pueden inscribirse a partir del objetivo que anima al mensaje y desde el cual se produce su imagen. Esto ha permitido reconocer al menos seis tipos de intencionalidades puestas a circular y que exploramos a continuación.

a) La imagen de la protesta como expresión condensada de la sociedad

Hay imágenes en las que se puede reconocer esquemas valorativos de la sociedad en general, en cuanto a sus fundamentos y sus modos organizativos. Estas imágenes fueron producidas en contextos de movilización y protesta, y aunque reconocen este contexto como inspiración creativa no responden directamente a los intereses del movimiento estudiantil. En ese sentido, la variedad y diferencias entre estas imágenes permiten observar un proyecto amplio de sociedad, así como una disputa por intentar fijar significados en torno a la experiencia de movilización social.

El año 2011 una publicidad de la Universidad Bernardo O'Higgins circuló en medios de comunicación electrónicos, y generó amplias críticas desde el movimiento estudiantil. En ella se observa unos pies descansando en arena blanca y mar de fondo, con un mensaje que dice: "¿Qué tiene la UBO? La UBO tiene clases todo el año. Para nuestros alumnos felices vacaciones, nos vemos el 2012". Esta es una imagen que invita a reconocer el relax y la tranquilidad del que gozan algunos estudiantes por sobre otros, y que se obtiene a partir de actos de carácter individual y bajo la premisa de la libre elección que prima en la educación. Esta intencionalidad de la imagen publicitaria permite comprender que en este tipo de imágenes se filtran juicios de tipo emocional que funcionan políticamente para validar acciones.

La segunda imagen que permite ilustrar esta condensación de disputas y puestas en escenas en el contexto de movilización, es la fotografía de una protesta en el frontis de la Casa Central de la Universidad Católica en Santiago el año 2011. La acción-escena la componen diversos sujetos que en un contexto de manifestación sostienen un gran lienzo que señala: "Chileno: 44 años después El Mercurio aún miente". Esta imagen hace referencia a un histórico proceso político del mundo universitario como fue el movimiento reformista de la Universidad Católica que el 11 de agosto de 1967, y en el marco de los ataques y críticas que recibía de parte de los



medios de comunicación desplegó un gran lienzo en el frontis de la Casa Central que señalaba: "Chileno: El Mercurio miente". El uso de un elemento arraigado en el imaginario cultural, en la cultura política de los movimientos estudiantiles continúa apareciendo como útil en la actualidad, y moviliza ciertas emociones morales que reconocen quienes son los aliados políticos así como los antagonistas.

Observamos en dos imágenes completamente diferentes, esquemas valorativos que se pusieron a circular en las imágenes y que reconocen las cercanías políticas, las memorias y los deseos de sociedad. Estas intencionalidades trascienden la propia protesta e incluso las opiniones que se vierten en la movilización y movilizan al menos dos elementos emocionales: un deseo individual y una memoria afectiva de la movilización.

b) La imagen de la protesta como lenguaje que amplía la rigidez de la política

Otro conjunto de imágenes, principalmente fotográficas, rescatan las múltiples instalaciones y acciones realizadas en las protestas y trascendieron el espacio de la calle y se mediatizaron nacional e internacionalmente. De esa forma, un conjunto de acciones creativas se transformaron en conceptos a partir de imágenes llamativas ya sea por el mensaje o por su forma. En este tipo de imágenes inscribimos las múltiples fotografías de actos como "La besatón por la educación" o "La U nos dejó en pelota!", y que pasaron de ser acciones localizadas y creadas por unos cuantos, a acciones que se replicaron nacional e internacionalmente a partir de su viralización por las redes sociales.

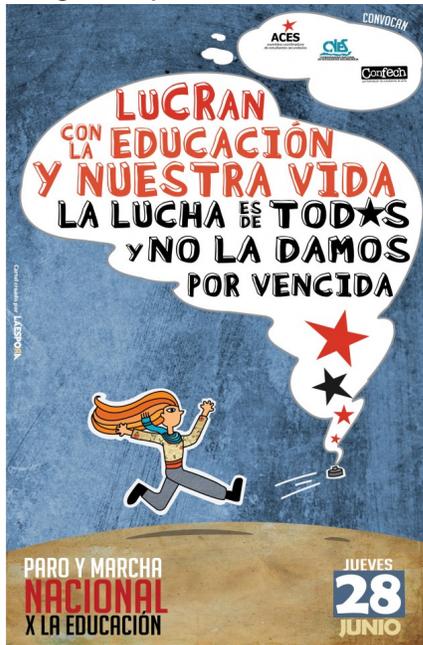
Las fotografías de estas acciones por lo general no muestran carteles limitados sólo a temas centrales de la movilización, sino que ironizan a partir de su puesta en escena sobre las causas y consecuencias derivadas del problema por el cual la sociedad se moviliza. De esa forma, el humor y el cuerpo se conjugan para presentar acciones o instalaciones no inscritas en una lógica seria y formal, sino provocativas que irrumpen, performativamente, las modalidades clásicas de constituir el lenguaje político dominante y codificado desde las elites políticas partidarias o incluso de los movimientos sociales tradicionales. En términos de su eficacia, la acción no sólo queda inmortalizada en las imágenes sino que es transmitida como concepto e incluso sirve como fuente de inspiración en nuevas manifestaciones.

Los besos y la desnudez, pública y en contextos masivos trasladan los actos privados e individuales a un espacio público, movilizado a partir de los cuerpos y sus posturas, se manifiesta que las problemáticas trascienden lo privado y se conviertan en asuntos colectivos.



c) *La imagen de la protesta como conquista de la voluntad*

Los carteles y afiches que circularon desde el 2011 en adelante permiten observar una propuesta visual con la cual el movimiento se identificó y desde la cual produjo imágenes para convocar a los ciudadanos. Esta propuesta visual se propone una



conquista de la voluntad donde el diseño, colores, mensajes se articulaban para plasmarse en un cartel y movilizar a la ciudadanía.

En los afiches de convocatoria propuestos desde la CONFECH, ACES Y CONES podemos aproximarnos a las ideas en juego que se propusieron como mensaje desde estos espacios articuladores del movimiento estudiantil. A partir del despliegue de colores, formas y mensajes, estos afiches circularon principalmente por las redes sociales. Existió una amplia variedad de afiches, algunos con connotaciones más políticas y partidistas, y otros exclusivamente en relación a cómo se entendió o no la protesta y la movilización. Se constituyeron como mensajes que condensaban la opinión y sentidos oficiales del movimiento estudiantil.

Foto: Google Imágenes

Los afiches producidos por estas organizaciones estudiantiles estimulan la convocatoria a actos de movilización, y ponen en juego mensajes valorativos e ideas sobre la propia movilización así como evaluaciones emocionales respecto a la



sociedad, el rol de los actores sociales e incluso de las instituciones. Los afiches también permiten acercarse a distintos tipos de visualidades que se fueron desplegando y disputando en el contexto de movilización, y esto interesa porque forma parte de los indicios para reconocer las nuevas expresiones artísticas y culturales vinculadas estéticamente al movimiento estudiantil.

Foto: Google Imágenes



d) *La imagen de la protesta como singularidad no inscrita institucionalmente*

Otro conjunto de imágenes remite al rescate de mensajes y sujetos que en el contexto de protesta exigieron su lugar en la protesta y en esa operación de inclusión pudieron presentar su mirada y mensaje a la sociedad. Se trata de imágenes fotográficas realizadas en contextos de protesta, muchas ellas desde el anonimato y con la empatía necesaria para hacerlas circular por distintos circuitos y soportes comunicacionales como blogs, webs institucionales e incluso en espacios privados como flickr.



Foto: Google Imágenes

Este tipo de imágenes permiten acercarse a un mensaje de características singulares, no necesariamente elaborado por una colectividad, sino en proceso y/o en relación con un ambiente que permite su posibilidad expresiva. Se trata de sujetos marchando por su cuenta, solidarizándose desde su individualidad, sin inscripción institucional o partidaria, con un cartel creado por ellos mismos, en tonos sarcásticos, indignados y molestos, humorísticos. Imágenes que permiten indagar en la construcción y puesta en escena de una subjetividad y creatividad instituyente que se produce en tiempos de movilización y más específicamente de protesta. Imágenes producidas en los márgenes de la institucionalidad, incluso de la propia convocante, y que se produce desde lo que culturalmente también está en elaboración.



Foto: Google Imágenes

En ellas se puede observar una ampliación del movimiento hacia otros sujetos y actores sociales que se sienten convocados por la movilización y que desde sus capacidades y recursos expresivos pusieron en común su particular visión a través de carteles confeccionados rústicamente. Y aunque no buscaron transformarse en imágenes ni iconos, fueron fotografiados azarosamente, su mensaje se mediatizó rápidamente a partir de su circulación en las redes sociales. Este tipo de imágenes nos permite reconocer la variedad de mensajes y sentidos en disputa, algunos en proceso de elaboración, que se produce en los contextos de movilización social y que no responden necesariamente a una construcción institucional.



e) La violencia como marcador central de la representación de la protesta

Las imágenes de la movilización tienden a difundir la idea de la violencia como el relato fuerte de la representación de la protesta. La violencia física, la represión política y policial, los escenarios colectivos de disputa de las calles, se constituyen como ideas y concepciones acerca de cómo es la protesta, a la vez que se transforman en imagen hegemónica por lo que su representatividad no es puesta en duda. No hay protesta sin violencia, pareciera ser el axioma cultural.

Este tipo de imagen, se constituye en prueba de lo real de aquello que sucede en las calles, y también una justificación y escenario de la violencia que se rescata desde distintos sectores de la sociedad. De esta forma vemos que la violencia en las calles en contextos de protestas se transformó en un marcador por excelencia para representar cómo se hace política en la calle.

Se expresa, a través de estas imágenes, una progresiva construcción de culturas de la violencia. Es decir, modalidades de escenificación de la violencia material y simbólica producidas por algunas identidades colectivas e institucionalidades y que se manifiestan en prácticas, modos de relación e imaginarios (Feixa y Ferrandiz 2006).

UN POSIBLE MAPA DE EMOCIONES

Las emociones vinculadas a imágenes y redes sociales, su producción y sentido, pueden constituirse en poderosos correlatos de la descripción morfológica de los actores y movimientos sociales. De esa forma, la comprensión respecto al ciclo de movilización que ha experimentado la sociedad chilena incorpora dimensiones objetivas (lo realizado) y subjetivas (lo experimentado). Ambas se inscriben, con sus mensajes y acciones, en una esfera pública expandida que da cabida a nuevos actores, nuevos discursos y nuevos modos de procesar la conflictividad social.

En lo específico, el mapa emocional necesariamente se inscribe en una política cultural (comunicacional) que construye narrativas acerca de la sociabilidad de los actores, las dinámicas de visibilidad y disputas por la existencia en la esfera pública, así como las propuestas y expectativas de cambio que se vehiculizan a partir de estos procesos afectivo-comunicativos.

En primer lugar, lo que define los modos de estar juntos que posibilitan la acción colectiva es el compromiso ético general de 'construir un mundo mejor' pero 'sin los modelos clásicos de hacerlo'. Más allá de que esto se cumpla efectivamente o no, es importante destacar estos acuerdos que vuelven 'verosímil' la práctica.



Ese primer acuerdo permite no solo el autoconocimiento sino también un heteroreconocimiento; es decir, identificar el 'nosotros' fundado en un acuerdo comunicativo-cultural. Esto va marcando la construcción a su vez de 'os otros'; actores, formas, comunidades, y con los cuales se entra sino en conflicto evidente, al menos en posición antagónica. Aquí, la cantidad de integrantes no elimina la posibilidad de desarrollo de conflictos, lo que nos instala en un tema emergente y que está relacionado con la afectividad compartida que caracteriza las actuales modalidades de acción colectiva en cuanto a la constitución de vínculos relacionales muy estrecho que posibilitan tanto la construcción de una comunidad emocional muy compenetrada entre sí pero que también muestra que los afectos posibilitan las rupturas también cuando no se tienen o cuando se pierden. De allí que la dicotomía amigo-enemigo se vuelva esencial en relación al 'interior' de los movimientos sociales como en su relación con la institucionalidad.

Por otra parte, los medios para difundir las propuestas juegan un papel estratégico pero también se generan tensiones alrededor de este proceso: mientras sirve para 'visibilizar' a la vez se constituye en un nuevo foco de conflicto, en tanto no se permite que se 'diga cualquier cosa' y la diga 'cualquier persona' atribuyendo las opiniones a la agrupación. El sistema de 'vocerías', celosamente vigiladas por 'las bases' es quizás la mejor expresión de este proceso que tensiona la comprensión representacional de la acción comunicativa en contexto de conflicto: no se negocia, se conversa y se planean demandas, para que luego las bases resuelvan.

De forma paralela, podemos comprender la diversidad de actores individuales que despliegan e inscriben su especificidad alrededor de los conflictos y que no se adscriben a una organización y/u opinión previamente acordada: se trata de una ampliación de la clásica opinión pública³. Si los movimientos son los mensajes, en tanto encarnan en la práctica lo que metafóricamente proponen para la sociedad, sus integrantes operan de modo similar en relación al conjunto de la organización: todos somos el movimiento. Esa pluralidad comunicativa, difícilmente puede ser ignorada en relación a la constitución de conflictos sociales contemporáneos. La expansión tecnológica, para producir imágenes/mensajes, nos ha convertido a todos en sujetos de palabra pública.

³ Sin lugar a dudas que el concepto de opinión pública ha sido fuertemente discutido sobre todo en relación con los movimientos sociales y las prácticas emancipatorias. Al no contar con un concepto que lo sustituya en el análisis de las prácticas comunicacionales de movimientos sociales, he preferido agotar al máximo su capacidad heurística en relación a lo observado. De allí que se refiera una ampliación de la opinión pública antes que una redefinición del propio concepto. Agradezco a quienes evaluaron este artículo el notar este punto de tensión conceptual.



El resultado es un incremento emocional que produce y acompaña a los movimientos sociales en sus luchas y en la construcción de expectativas de cambio. Las imágenes y mensajes en las redes sociales siguen una lógica fuertemente interactiva: tienen que ver más con la dinámica y diálogo con otras imágenes y mensajes, que en relación a un mensaje sobre la exterioridad social. Ello obliga a considerar que la comunicación de la protesta habla tanto de los procesos de construcción del propio movimiento (el significado compartido) como sobre el referente externo (sea el contexto, o la demanda de cambio). De esta forma, los modos de comunicación y las interacciones que se producen nos permiten aproximarnos a una doble lectura respecto al proceso de constitución de los movimientos sociales: así como nos conecta con aquellas dimensiones más visibles y reconocibles de una práctica colectiva, también nos permiten aproximarnos a los modos de estructuración del trabajo al interior de las agrupaciones.

Así, se configura un mapa de pasiones que permite comprender y ubicar procesos emocionales que están a la base de la propia acción colectiva de los sujetos como en su relación con la institucionalidad. Las emociones, lejos de constituir una condición natural e inevitable, requieren ser entendidas como elaboraciones socioculturales, y por lo mismo modificables. Solo así estaremos en condiciones como sociedad de enfrentar por cauces democráticos y participativos el conjunto de emociones que hasta ahora operan como un excedente.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera O., 2008, *Movidas, movilizaciones y movimientos*, Tesis Doctoral en Antropología Social y Cultural, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Alberoni F., 1996, *Enamoramiento y Amor*, Gedisa, Barcelona.

Castells, M., 2003, *El poder de la identitat*, vol. II *L'era de la informació*, Editorial UOC, Barcelona.

Costa C., 1998, *La dimensión afectiva en los movimientos sociales. El caso del movimiento okupa*, Tesis de Máster, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Della Porta D. y Mosca L., 2005, "Globalización, movimientos sociales y protesta", in Esquivel E. y Covarrubias I. (ed.), *La sociedad civil en la encrucijada. Los retos de la ciudadanía en un contexto global*. Miguel Ángel Porrúa/ITESM/Cámara de Diputados México, México.

Feixa C. y Ferrándiz F., 2006, *Jóvenes sin tregua. Cultura y políticas de la violencia*. Anthropos, Barcelona.

Fernández P., 1994, *La psicología colectiva un fin de siglo más tarde*, Editorial del Hombre Anthropos, Barcelona.



Gamson W., 1992, "The social psychology of collective action", in Morris A. y Mueller C., *Frontier in social movement theory*, Yale University Press, New Haven.

Goffman E., 2006, *Estigma. La identidad deteriorada*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Jasper J., 2013, "Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación", in *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* 10, pp. 48-68.

Laraña E. y Gusfield J., 1999, *Los nuevos movimientos sociales: de la ideología a la identidad*, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid.

Maffesoli M., 1990, *El tiempo de las tribus*, Editorial Icaria, Barcelona.

Melucci A., 1999, *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos, México.

Morales H., 1999, *Acción colectiva. Un modelo de análisis*, Instituto Mexicano de Juventud, México.

Touraine A., 1990, *Movimientos sociales de hoy. Actores y analistas*, Editorial Hacer, Barcelona.

Oscar Aguilera Ruiz es Profesor de la Universidad de Chile, Facultad de Filosofía y Humanidades. Doctor en Antropología Social y Cultural. Entre sus publicaciones recientes: *Generaciones: movimientos juveniles, políticas de la identidad y disputas por la visibilidad en el Chile neoliberal*, Clacso, Buenos Aires, 2014; "From Generation X to Generation @: Transitional Traces and Youth Identities in Latin America", en coautoría con Carles Feixa, Maritza Urteaga, Yanko González y Maricela Portillo, en Christine Henseler (ed.) *Generation X Goes Global. Youth culture at the turn of the Century*, Routledge, London-New York, 2012.

oaguilera@u.uchile.cl