

Imaginarios sociales, procesos de identificación y comunicación mediática

Social imaginaries, identification processes and media context

Salomé Sola-Morales

Escuela de Periodismo
Facultad de Humanidades
Universidad de Santiago de Chile
salome.sola@usach.cl

Resumo

La noción de imaginario ha sido y es utilizada en algunos ámbitos académicos con ambigüedad y poco fundamento teórico. Por ello, este ensayo revisa, en primer lugar, el alcance de las clásicas y modernas teorías sobre el imaginario, con el fin de esclarecer a qué nos referimos cuándo usamos esta noción. En segundo lugar, analiza y reflexiona sobre el poder que los imaginarios mediáticos ejercen sobre los procesos de identificación que se dan tanto en la recepción mediática como en la participación virtual. La tesis que se sostiene es que los imaginarios son clave en los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos en la comunicación mediática. En una sociedad posmoderna donde la imagen es protagonista de cualquier interacción, se hace necesario cuestionar cuál es el papel de los imaginarios mediáticos, concretamente. Más aún, en un contexto dominado por lo virtual, donde el clásico receptor se ha convertido en un productor incansable de imágenes acerca de sí mismo y de los demás.

Palavras-chave: imaginario, identificación, recepción mediática, participación virtual.

Abstract

The notion of imaginary has-been and is used in some academic areas with little ambiguity and theoretical foundation. Therefore, this paper reviews firstly, the scope of classical and modern theories of the imaginary, in order to clarify what we mean when we use this notion. Secondly, this paper analyze the power that imaginary has on identification processes, that occur in mediatic reception and in virtual participation. Our thesis is that the imaginary are key in identification processes performed by the subjects and groups in media communication. In a Postmodern society, where the image is the main character of any interaction, it is necessary to question which is the role of mediatic imaginaries. Moreover, in a context dominated by the virtual, where the classical receptor has become a tireless producer of images about itself and the other,

Keywords: *imaginery, identification, reception, virtual participation.*

1. Introducción

En las últimas décadas el vínculo entre los llamados imaginarios sociales y los medios de comunicación ha sido revisitado por numerosos investigadores de la comunicación (Aguado, 2014; Aram Rampspott, 2003; Carretero Pasín, 2007; Cruz Reyes, 2007; Chillón, 2000; Dittus, 2005; Gómez, 2001; Peñuela y Álvarez García, 2014; Pintos, 2005; Sola-Morales, 2012; Seveso Zanin, 2009; Taylor y Saarinen, 1994; Vargas, 2007). Uno de los enfoques predominantes ha sido el que vincula el imaginario con el discurso, como sistema cognitivo y social capaz de crear y reproducir mecanismos de poder (Badet, 2007; El-Madkouri Maataoui, 2004; Martínez Vizcarrondo, 2006; Reyes Aguinaga, 1999; Sánchez Estellés y López Martín, 2005; Poo, 2009; Wortman, 2007). Otra de las líneas de investigación algo menos explorada ha sido la que ha prestado énfasis al influjo de los citados imaginarios mediáticos en los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos (Trápaga, 2011; Sola-Morales, 2012). Esto se debe, a que en el concepto de imaginario es, quizás, donde más claramente se hace perceptible el poder que ejercen las narraciones mediáticas sobre los procesos identitarios.

No obstante, es importante matizar que el concepto de imaginario es utilizado en el lenguaje coloquial y algunas veces en el ámbito académico con cierta ambigüedad, convirtiéndose en una noción vaga o difusa sin respaldo conceptual (Pinto, 1995; 2000; 2001; 2003; 2005). Es más, si tratamos de comprender qué es específicamente un “imaginario mediático” y cómo funciona la confusión es aún mayor, ya que no existe un consenso académico o definición compartida. Si además tenemos en consideración la distinción clave entre recepción mediática y participación virtual se nos abren nuevos interrogantes acerca del alcance de los imaginarios. Precisamente por este motivo, consideramos necesario seguir reflexionando acerca de esta noción, fundamental a la hora de entender el influjo de los medios de comunicación sobre las relaciones intergrupales o los procesos de identificación, por citar sólo dos fenómenos de la comunicación social.

Nuestro propósito en este ensayo es, por tanto, reflexionar acerca del sentido o alcance de los imaginarios mediáticos, por una parte, y poner de manifiesto, por otra, que toda sociedad para existir necesita un mundo de significaciones imaginarias. Y por tanto, sea en la recepción como en la participación virtual, los imaginarios siempre están presentes en la cultura. Por tanto, son de gran relevancia tanto en los discursos o imágenes que circulan en los clásicos medios de comunicación como en la llamada “realidad virtual” (Castañares, 2011). Con el fin de profundizar en este proceso social y comunicativo, en primer lugar, ahondaremos en algunas de las principales teorías que se han formulado sobre el imaginario y señalaremos el influjo que los esquemas simbólicos, que circulan en los medios de comunicación, tienen en la construcción de las identificaciones personales y colectivas. En segundo lugar, haremos especial hincapié en el funcionamiento de dichos imaginarios tanto en la recepción como en la participación virtual.

2. Antecedentes y principales reflexiones en torno a lo imaginario

El término imaginario social hace alusión a una suerte de concepciones mentales complejas tales como las creencias, las ideologías, las normas o valores sociales, los estereotipos y los prejuicios o las emociones y afectos colectivos, que son compartidos por un sujeto, grupo o comunidad. Para nosotros el concepto de imaginario privado presenta algunas limitaciones, ya que toda figuración depende, a nuestro juicio, siempre del “aprendizaje social” (Bandura, 2009) y es siempre mediada (Martín Barbero, 1987; Martín Serrano, 1977, 2007; Sola-Morales, 2013). Por este motivo, descartaremos aquí el estudio de los llamados imaginarios privados y nos centraremos en los imaginarios compartidos o sociales.

Antes de nada situaremos los antecedentes de las investigaciones sobre las teorías de la imaginación que, sin duda, sentaron algunos de sus precedentes teóricos posteriores. Consideramos que esta revisión es clave, ya que al existir cierto disenso y ambigüedad en el uso de esta noción, resulta pertinente aclarar su alcance. El concepto de imaginario no es nuevo ni mucho propio de una etapa histórica, como podría ser la actual posmodernidad. De hecho, nos podríamos remontar a las aportaciones de los filósofos neoplatónicos, a las

alusiones sobre la imaginación de Aristóteles en su obra *Acerca del alma*, o a las de algunos pensadores renacentistas como Paracelso –que destacó el poder de la imaginación–, Ficino o Bruno (Koyré, 1971). También podemos observar algunos indicios significativos en los primeros estudios etnográficos centrados en la dimensión simbólica de las culturas africanas (Leiris, 1934; Griaule, 1938; Lévi-Strauss, 1983; Geertz, 1981), en los aportes sobre la imaginación procedentes de la fenomenología husserliana, o en las teorías sobre el sentido simbólico de la existencia, entre las que podríamos destacar la obra cumbre de Ernest Cassirer, *Filosofía de las formas simbólicas* (1976).

Además, habría que sumar el papel que tuvo el psicoanálisis en el origen de estas teorías. Especialmente significativas fueron las aportaciones de Sigmund Freud acerca del inconsciente, la imaginación y los sueños, que eran capaces de revelar el estado de la psique. Asimismo, Carl Gustav Jung y, en general, los miembros del Círculo de Eranos, surgido en 1933, mostraron un interés especial por las imágenes, como contenido simbólico esencial para la vida. A pesar de que algunos investigadores marcan la aparición del término en Maine de Biran, en 1890 (Chelebourg, 2000, pp. 7-8), no es hasta la segunda mitad del siglo XX, como ha señalado Jean-Jacques Wunemberger (2008), cuando podemos hallar los primeros trabajos propios de los teóricos del imaginario. El éxito creciente de la palabra imaginario en esta época, dice Wunemberger (2008), se debe al ocaso de una cierta psicología filosófica que atribuía a la imaginación una cualidad principalmente psicológica y expresa. “Bajo la presión de las ciencias humanas, el estudio de las producciones de imágenes, de sus propiedades y de sus efectos, esto es, lo imaginario, suplantó progresivamente la cuestión clásica de la imaginación” (p. 13).

Algo similar ocurre en la actualidad, ya que esta noción es utilizada, muy habitualmente, también, para referir procesos propios de la comunicación mediática (Imbert, 1991; 2010; Meyer Rodríguez, 2005; Ospina Lozada, 2011; Soto y Mardones, 1999; Silva, 2004; Sabbatini, 2014). No obstante, consideramos que el concepto es utilizado con cierta ambigüedad y, por tanto, continua siendo clave preguntarse algo tan básico como ¿qué es un imaginario?

2.1. Hacia una clarificación conceptual

En una primera instancia es importante no confundir la noción de imaginario con otras que bien pueden resultar parecidas. Wunenburger se refiere a las *mentalidades*, categoría más abstracta que el imaginario, a pesar de que se centra en el estudio en las actitudes psicosociales y sus efectos en los comportamientos; la *mitología*, conjunto de relatos que constituye un patrimonio de ficciones, pero que no agota toda las formas del imaginario, ya que es estrictamente narrativa; la *ideología*, interpretación global y dogmática de un campo de la vida que impone una serie de explicaciones estereotipadas; la *ficción*, invención que no corresponde a la realidad pero que no tiene por qué relacionarse con la imaginación; y la *temática*, conjunto de temas y motivos que permite estudiar la materia de las formas expresivas, pero que no puede llegar a conservar todas las dimensiones del objeto estudiado (Wunenburger, 2008, p. 1). Desde su perspectiva, el imaginario se podría definir en los siguientes términos:

Conjunto de producciones mentales o materializadas en obras, a partir de imágenes visuales (cuadro/ dibujo/ foto...) y lingüísticas (metáfora/ símbolo/ relato) que conforman conjuntos coherentes y dinámicos que conciernen a una función simbólica en el sentido de una articulación de sentidos propios y figurados (p. 15).

Lo imaginario en tanto conjunto de imágenes y relatos pertenece, por tanto, a la esfera de las representaciones complejas, pero también a la de los afectos, las emociones y las interacciones. Por ello, se encontraría más cerca de las percepciones o representaciones concretas que nos afectan –como grupo o como individuo– que de las concepciones abstractas. Y es que aunque lo imaginario tenga un contenido (semántico) y una estructura (sintáctica) que bien pueden ser definidas, debe, sobre todo, ser interpretado. Esto se debe a que depende siempre de una intención y de una perspectiva de conciencia. “Lo imaginario –como ha subrayado Wunenburger (2008)– permite disponer, entonces, de técnicas de pensamiento simbólico y analógico (mito, símbolo, metáfora, dibujo) que interfieren en grados diversos con los procesos cognitivos” (p. 50). De hecho, estas estructuras funcionan como operadores comprensivos que expresan afectos, ideas, valores o normas que dan sentido al mundo de la vida y permiten construir las concepciones acerca del yo y de los

otros. Por ello resulta tan importante el vínculo entre los imaginarios y los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos y más aún su relación con los medios de comunicación.

La imaginación y los imaginarios, para ser más concretos, ofrecen un sustento básico para estudiar la sociedad, la cultura y, por tanto, los fenómenos de la comunicación mediática. De hecho, los imaginarios pueden entenderse como un conjunto de creencias compartidas por una sociedad, significaciones sociales que *muestran, contrastan y ocultan* una realidad social (Cabrera, 2004). Es más, esas significaciones compartidas hacen que el universo esté ordenado y sea funcional para sus miembros, por lo que operan de forma complementaria con la razón.

Más allá de cualquier tipo de definición axiomática, para nosotros, los imaginarios son esquemas, mecanismos o dispositivos de representación, constituidos socialmente, que permiten a los miembros de una comunidad comprender el mundo circundante. Gracias a estas herramientas, precisamente, los sujetos pueden entender lo que cada sistema social aprueba o reprende y el sentido global del mundo de vida, como diría Husserl. En cierta medida, estos esquemas funcionan de un modo bastante similar a los marcos o *frames* (Sola-Morales, 2014a), ya que encuadran de forma significativa la experiencia y la realidad cotidiana o compartida, pero además, ofrecen un horizonte u orden de sentido. A este respecto, esta noción constituye una categoría clave en la interpretación de la sociedad y de las creencias e imágenes colectivas que circulan en los medios de comunicación. Como ha subrayado Pedro Arturo Gómez (2001), sólo es posible comprender los imaginarios sociales a través de su materialización discursiva y su representación efectiva –en forma de relatos, leyendas, mitos, metáforas. En definitiva, lo imaginario, como tal, tiene una función estructural, la de explicar el mundo y sus sentidos, pero a nuestros ojos sólo pueden ser apercibido en sus diferentes expresiones histórico- discursivas¹.

¹ Es preciso anotar que realizamos esta distinción basándonos en el modelo interpretativo iniciado por el antropólogo Lluís Duch en su tesis doctoral *Ciencia de la religión y mito* (1974) y desarrollado en su obra *Historia y estructuras religiosas* (1978), que ya hemos utilizado en varias ocasiones. Para el investigador es necesario mantener la tensión estructura-historia. Y aunque éstas sean dos categorías que corresponden a

2.2. Principales teorías sobre el imaginario

Podríamos considerar a Gaston Bachelard (1966; 1978; 1980; 1994) como uno de los primeros en iniciar los trabajos sobre este campo y en señalar la omnipresencia de la imagen en la vida mental. A juicio del autor, el vocablo imaginario funciona como un dinamismo organizador que permite la unión entre inmanencia y trascendencia (Bachelard, 1997). En una línea similar, numerosos teóricos han remarcado en el poder de las imágenes y su capacidad de mostrar lo que está más allá, lo inefable o lo trascendental (Corbin, 1993; Elíade, 1973; Hillman, 2007, Ortíz-Osés, 1986; 1987; 1995; 2005; Liaño, 2000). En este sentido, la facultad imaginaria del ser humano es planteada como una condición inherente que debe complementarse con la racionalidad y que tiene un carácter comunicativo fundamental. Así, la imaginación es propuesta como un principio configurador

El conjunto de imágenes mentales y visuales, organizadas entre ellas por la narración mítica (el *sermo myticus*) por la cual un individuo, una sociedad, de hecho la humanidad entera, organiza y expresa simbólicamente sus valores existenciales y su interpretación del mundo frente a los desafíos impuestos por el tiempo y la muerte (Durand, 2000, p. 10).

Desde la historiografía, también se ha remarcado el carácter explicativo y referencial de los imaginarios y su influjo en la cultura (Dubois, 1985; Culianu, 1999; Le Goff, 1985). Pero, sin duda, uno de los autores que mejor ha descrito el poder del imaginario en el dominio histórico-social es Cornelius Castoriadis (1988), para quien lo imaginario es 'condición de todo pensamiento'. En la propuesta de Castoriadis podemos apreciar una relación auto-poietica entre la sociedad y el mundo, que toma forma gracias a su propia institución recíproca. Asimismo, el 'todo' ordenado es el que produce individuos y el que determina lo que es 'real' lo que no lo es y, sobre todo, lo que tiene sentido y lo que carece de él. De hecho, los 'sujetos' y los 'grupos' son los productos de un proceso de socialización y son

diferentes órdenes, sólo coimplicadas dan muestra de la verdadera humanidad del hombre. (Sola-Morales, 2014b: 13-14).

creados en tanto fragmentos de la institución social. Las significaciones imaginarias sociales hacen que las cosas sean como son o, lo que es lo mismo, generan un *magma* o *mundo de significaciones*, si usamos su terminología, que permite a los sujetos y los grupos entender o delimitar el mundo social. Es más, las significaciones –en forma de imaginarios– crean mediante diversas configuraciones un universo de discurso propio.

Ahora bien el autor que más ha insistido en la aplicación de la noción del imaginario a ámbitos concretos de la vida cotidiana es Michel Maffesoli. El francés, que fundó en 1981, junto a Georges Balandier, el Centro de Estudios sobre lo Actual y lo Cotidiano, en París, elabora un sugerente modelo hermenéutico enfocado hacia la comprensión de las significaciones de la vida diaria. En su afán por desmarcarse del paradigma positivista, realza la importancia de la emoción común, el sentimiento compartido y la ensoñación colectiva, como formas que movilizan la realidad social. Maffesoli (2003) afirma que es sobre el ‘mundo imaginario’ donde se solidifican los sentimientos de comunidad propios de una sociedad.

Otros investigadores adscritos a la llamada Escuela de Grenoble como Georges Balandier (1985; 1992), Pierre Sansot (1996), Raymond Ledrut (1987) o Alain Pessin (2001) han adoptado la noción de imaginario como sustento teórico y han elaborado un nuevo paradigma sociológico donde los componentes mítico-simbólicos son fundamentales para interpretar la cultura o la vida colectiva. No olvidemos que los mitos y los símbolos proponen un orden de sentido que facilita la comprensión de las cosas, incluso cuando no hay posibilidad de comprensión (Sola-Morales, 2013b, 2014b). De manera, que lo imaginario permite dar sentido a la realidad cotidiana.

3. Imaginarios y procesos de identificación

Cada grupo social (grande o pequeño; público o privado) se dota de un imaginario o una serie de imágenes y símbolos propios que le proporciona un acuerdo entre sus miembros. Estos repertorios, a su vez, facilitan la vida social efectiva y afectiva ya que permiten que los individuos se identifiquen o des-identifiquen con el colectivo mismo y sus marcas distintivas. Algunos investigadores han remarcado que las identificaciones que realizan los sujetos y los

grupos se dan en relación a las emociones compartidas. Ya que “la verdadera argamasa de la sociedad es el compartir sentimientos” (Maffesoli, 1990, p. 90). Y es que en la sociedad posmoderna han surgido nuevas redes simbólicas o microgrupos que se guían por las identificaciones de corte empático y que conforman un nuevo modelo de socialización virtual (Bargh, McKenna y Fitzsimons, 2010; Aguilar y Said, 2010).

Estas redes o comunidades se caracterizan por su condición efímera, ya que los sujetos se adscriben a ellas de manera temporal y pueden moverse de unas a otras o pertenecer de manera simultánea a varias. Dicho de otro modo, el arraigo aquí es de carácter dinámico. La adhesión a estos microgrupos carece prácticamente de normas ya que los individuos que las componen a veces no comparten ni un pasado, ni una memoria histórica o linaje, y centran su vivencia en el presente, más que en la proyección futura. Como ha subrayado Ángel Enrique Carretero (2006), la actual dinámica del intercambio simbólico en el marco de un contexto mundial globalizado favorece, bajo el predominio de la imagen, la emergencia de una concatenación de *micromitologías*. Y los medios de comunicación, como es sabido, proporcionan espacio de vivencia emocional, espectáculos compartidos donde lo local está cada vez más acentuado.

En este sentido, el vínculo que se da en los microgrupos no es obligado, tal y como sería en las sociedades comunitarias. Por el contrario, el vínculo se basa en la emoción. Para Claude Dubar (2002), que ha subrayado la importancia del tránsito de las sociedades comunitarias a las societarias en la construcción de las identificaciones, el vínculo societario no determina nada. En las sociedades societarias, es decir, la actuales, existen múltiples oportunidades, recursos, señas y lenguajes para la construcción del *yo*. De esta manera, se hace posible la idea de un nosotros centrado en la subjetividad, ya que las opciones o elecciones siempre pasan por el sujeto. En sus palabras: “Lo societario diferencia pero no determina” (Durand, 2002, p. 225). Ahora bien, dentro de cada sociedad, y a un tiempo, dentro de cada grupo, podemos encontrar figuras míticas y tipos sociales ideales que permiten a los individuos reconocerse y comulgar con los demás en cada momento preciso, y que forman parte de los imaginarios compartidos.

4. Imaginarios mediáticos

Los sujetos y los grupos se identifican en base a imaginarios que conforman creencias compartidas. Estos repertorios de imágenes y símbolos están dotados de significado y sentidos (Sola-Morales, 2012, 2014b). Pero además, tienen un componente emocional importante, ya que les permiten desarrollar sentimientos de pertenencia, adscripción o proyección. Ahora bien, ¿cuál es la institución social que hoy en día, por excelencia, se encarga de configurar, recrear y vehicular repertorios de imágenes, sentimientos y emociones, valores e ideas? Si bien la familia, la escuela y otros agentes socializadores o estructuras de acogida (Duch, 2010) median en la construcción de la realidad y la vivencia psico-social de los individuos y los grupos, no podemos negar que los medios tienen un poderoso papel en la creación de los sentidos compartidos. No obstante, ¿podríamos decir que los imaginarios mediáticos son diferentes a los imaginarios sociales tradicionales? Y, ¿la interpretación de estos imaginarios es diferente en la recepción mediática y en la participación virtual?

Dado que la cultura globalizada actual es eminentemente visual y está centrada en el consumo y la constante producción de imágenes, los imaginarios mediáticos tienen un increíble poder ya que están en el centro de la vida de las personas. En el caso de los clásicos medios de comunicación masiva, los imaginarios ofrecen a los individuos y a los colectivos la posibilidad de sentirse representados, auto-definirse, interpretar o comprender la realidad. De hecho, entre sus funciones más relevantes, los imaginarios sociales producen una imagen de estabilidad, generan continuidad o proporcionan explicaciones globales (Pintos, 2005). Como es bien sabido, los medios de comunicación institucionalizan mediante sus imaginarios una serie de repertorios valóricos e ideológicos que representan la realidad cotidiana (Sola-Morales, 2014) y vehicular los valores hegemónicos. A su vez, es asumido que estos “paisajes mediáticos” (Appadurai, 2001) o imágenes recurrentes tienden a ser simplificados y estereotipados, ya que privilegian a los grupos económica y simbólicamente más poderosos.

No obstante, en las últimas décadas las transformaciones comunicativas acaecidas, sobre todo, en el marco de las nuevas tecnologías de la información, han dado lugar a fuentes

alternativas de creación de imaginarios. Por eso, es necesario revisar “las variables desde las que tradicionalmente se estudiaron las imágenes y su pertenencia al momento de indagar en el espacio público digital” (Martín y Torres, 2013). Como ha mencionado Betettini (1991), las comunicaciones digitales han producido consecuencias clave en la intersubjetividad y en el sistema simbólico mismo. Las nuevas características de la realidad virtual (Castañares, 2011; Gemeinboeck, 2004; Rheingold, 1994) ponen en tensión no sólo la producción y la transmisión de las imágenes que vehiculan los tradicionales medios, sino que transforman las posibilidades de modificar, almacenar y recrear los imaginarios mismos. Valga indicar que entendemos la realidad virtual como:

aquel tipo de representaciones generadas digitalmente que pretenden producir el mismo tipo de efectos perceptivos que los objetos sensibles de la realidad física de la vida cotidiana y que reacciona ante la acción del hombre de forma semejante a como lo hace esa realidad (Castañares, 2011: 62).

A este respecto, la realidad virtual es generada por ordenador, creando así un mundo alternativo al nuestro (Echevarría, 2000). Sin embargo, al mismo tiempo se halla co-implicada con nuestro mundo, ya que tanto la realidad virtual como la real se complementan (Boellstorff, 2008; Merejo, 2008: 5). Como apuntara Lévy (1999), lo virtual no es lo opuesto a lo real. Por tanto, los imaginarios sociales, entendidos como condición estructural necesaria para los seres humanos, se darán en cualquier entorno mediático.

Por el contrario, sí que existe una diferencia fundamental en la relación que los sujetos y los grupos establecen con dichas imágenes. Es cierto que “el imaginario Internet, como toda creación imaginaria, actúa en la práctica y en la cotidianeidad aportando sentido al comportamiento humano, a las relaciones sociales” (Vayreda i Duran, 2004: 3), pero los sujetos receptores o participantes virtuales se relacionan de manera desigual con dichos imaginarios. Esto se debe a que en la recepción mediática (televisión, radio y prensa), los imaginarios presentan normalmente imágenes, narraciones o relatos de identidades hegemónicas o dominantes, que los receptores interpretan. Sin embargo, en la participación virtual, los imaginarios propuestos son mucho más flexibles y son los participantes los que reconfiguran identificaciones alternativas, de adscripción flexible. Estas nuevas

identificaciones tienden a ser igualmente arquetípicas y representan las trayectorias de los sujetos y los grupos que las crean. Pero los imaginarios ya no tienen por qué limitarse al mantenimiento de la estabilidad o la normatividad.

Precisamente, los participantes virtuales pueden crear mundos alternativos o contrarios a lo socialmente aceptable fracturando el discurso oficial. Es aquí, donde el espacio virtual ofrece alternativas emergentes que permiten superar las fronteras de lo posible. No olvidemos que lo posible y lo virtual poseen un rasgo común, como ha sugerido Sabbatini (2014, p. 0): “Los dos son latentes, no manifiestos”. Se opera, por tanto, desde la concepción de potencial, desde lo que no siendo podría ser. A saber se despliegan todo tipo de nuevas posibilidades de acción e interacción (Echevarría, 1999 y 2000).

En este sentido, no podemos olvidar que en una sociedad de hiperconsumo, la estrategia consiste en hacer creer a los sujetos y los grupos que pueden conseguir lo que quieren, aunque sea de manera imaginaria. Y es aquí donde el imaginario es reinterpretado y recreado por los propios individuos y colectivos. En una constante pulsión hedonista, los imaginarios mediáticos auto-referenciales emergen como una vía de escape ante la ausencia de horizontes compartidos o de metarrelatos. Y es aquí, en la adscripción temporal y líquida, si usamos la acepción de Bauman, donde es posible ser y tener cualquier identidad posible (Turkle, 2005, 2011; Sola-Morales, 2012, 2013). Ahora bien, en un contexto donde lo virtual y lo real se dan a un tiempo, si entendemos que lo que ocurre en ambos mundos se percibe como una forma de mediación cognitiva, lo virtual podría tomarse como real y asumir un puesto equivalente en el sistema de valores.

5. Conclusiones

A la luz de las teorías analizadas, se podría concluir que el ser tiene una necesidad estructural de confabular y construir imaginarios. Como advierte Edgard Morin en *El cine o el hombre imaginario* (1995), el ser humano figura lo real gracias a imaginarios simbólicos, representaciones o proyecciones culturales propias de un momento concreto. Precisamente por eso, los imaginarios mediáticos cumplen una función de construir la realidad compartida y darle sentidos. A través de la configuración de relatos los medios otorgan significaciones al

contexto inmediato, al pasado y orientan acerca del porvenir. Es cierto que los contenidos imaginarios son inherentes a la subjetividad humana, pero estas ideas necesitan una proyección material que las favorezca o un soporte comprensivo, que en nuestra sociedad es eminentemente visual.

En lo que se refiere a los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos, el contenido derivado de los discursos mediáticos es fundamental ya que proporciona tanto a los sujetos como a los grupos una orientación, valores y memoria compartida, desde la que poder reconstruir el pasado y justificar el presente. En este sentido, consideramos que los relatos mediáticos son los que se encargan de amplificar el poder de las proyecciones psicológicas colectivas.

Pero además, la nueva realidad virtual da la posibilidad a los sujetos y los grupos de crear nuevas realidades posibles en los entornos digitales. Les permiten fracturar los imaginarios compartidos y crear nuevas proyecciones alternativas, que pueden trascender lo normativo o lo socialmente aceptable. A este respecto, para nosotros el término imaginario mediático debería ser estudiado en esta doble vertiente funcional y dialéctica: la de configurar la realidad circundante, generar estabilidad, pero también la de transformar lo establecido y generar nuevas formas de identificación.

6. Referencias Bibliográficas

AGUILAR, Daniel E. y SAID, Elías. (2010) "Identidad y subjetividad en la redes sociales virtuales: caso de Facebook". Zona próxima, 12, en.-jul., Universidad del Norte, Barranquilla, pp. 190-207.

AGUADO, Juan Manuel (2014) "La mediación tecnológica de la experiencia: La globalización de los marcos experienciales en la construcción de imaginarios socioculturales". Razón y palabra, no. 27. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/jaguado.html

APPADURAI, Arjun (2001) La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Montevideo-Buenos Aires: Ediciones Trilce-Fondo de Cultura Económica.

BACHELARD, Gaston (1997) El aire y los sueños. México: Fondo de Cultura Económica.

- BACZKO, Bronislaw (1991) *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- BADET SOUZA, Maria (2012) "Mass media, género y construcción de imaginarios sociales: un análisis de la representación mediática de Brasil en España". *Textura*, no. 26, jul. /dic, pp. 3-15.
- BANDURA, Albert (2009) "Social Cognitive Theory of Mass Communication" en Bryant, Jennings y Oliver, Mary B. (eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Nueva York, NY: Routledge, pp. 94-124.
- BARGH, John A.; MCKENNA, Katelyn. Y. A. y FITZSIMONS, Grainne M. (2002) "Can You See the Real Me? Activation and Expression of the "True Self" on the Internet". *Journal of Social Issues*, 58(1), p. 33-48, 2002.
- BAUDRILLARD, Jean (1988) *El otro por sí mismo*. Barcelona: Anagrama.
- BOELLSTORFF, Tom. (2008) *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton: University Press.
- CABRERA, Daniel H. (2004) "Imaginario social, comunicación e identidad colectiva". Artículo presentado en el Diálogo "Comunicación y diversidad cultural". Forum Barcelona. Institut de la Comunicació-Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf
- CARRETERO Pasín, Ángel Enrique (2006). "La persistencia del mito y de lo imaginario en la cultura contemporánea." *Política y Sociedad*, 43(2), pp.107-126.
- CARRETERO PASÍN, Enrique (2007) "Lo mediático y lo social: una compleja interacción". *Revista Famecos*, no 32. Abril, pp. 53-65.
- CASTELLS, Manuel. (1999) *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, vol 1, *La sociedad red*. Madrid, Editorial Alianza.
- CASTAÑARES, Wenceslao (2011) "Realidad virtual, mimesis y simulación". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 16, pp. 59-81.
- CASTORIADIS, Cornelius (1988) *Los dominios del hombre: Las encruzijadas del laberinto*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- CASTORIADIS, Cornelius (1989) *La institución imaginaria de la sociedad. El imaginario social y la institución*. Barcelona: Tusquets Editores.
- CASTORIADIS, Cornelius (1999) *Figuras de lo pensable*. Valencia: Publicacions de l'Universitat de Valencia.
- CHELEBOURG, Christian (2000) *L'imaginaire littéraire. Des archétypes à la poétique du sujet*. París: Nathan-Université.

- CHILLÓN, Albert (2000) "La urdimbre mitopoética de la cultura." *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 24, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, pp. 121-159.
- COOLEY, Charles. H. (1902) *Human Nature and Social Order*. Nueva York, NY: Scribner
- CORBIN, Henry. (1993) *La imaginación creadora en el sufismo de Ibn' Arabî*. Barcelona: Editorial Destino.
- CRUZ REYES, Victoria Libertad (2007) "La Ecología Mediática en la Construcción de Imaginarios Sociales: Apuntando Hacia un Conocimiento y Aceptación de la Diversidad Étnica en México". *Razón y Palabra*, no. 12 (Agosto-Septiembre). Disponible en en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520717009>
- CULIANU, Ioan P. (1999) *Eros y magia en el Renacimiento*. Madrid: Ediciones Siruela.
- DITTUS, Rubén (2005) "La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio". *Athenea Digital: Revista de Pensamiento e investigación social*, no.7, pp. 61-76.
- DUBAR, Claude (2002) *La crisis de las identidades. Interpretación de una mutación*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- DUBOIS, Claude Gilbert (1985) *L'imaginaire de la Renaissance*. París: Presses Universitaires de France.
- DUCH, Lluís (2010) *Religió i comunicació*. Barcelona: Fragmenta Editorial.
- DURAND, Gibert (1981) *Las estructuras antropológicas del imaginario. Introducción a la arquetipología general*. Madrid: Editorial Taurus.
- DURAND, Gilbert (2000) *Lo imaginario*. Barcelona: Ediciones del Bronce.
- ECHEVERRÍA, Javier (1999) *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- ECHEVERRÍA, Javier (2000) *Un mundo virtual*. Barcelona: Nuevas Ediciones de Bolsillo.
- EL-MADKOURI MAATAOUI, Mohamed (2004) "España y el mundo árabe: imagen e imaginario". *Tonos digital: Revista electrónica de estudios filológicos*, no 7, pp. 391-404.
- ELÍADE, Mircea (1973) *Mito y realidad*. Madrid: Editorial Guadarrama.
- FERNÁNDEZ PICHEL, Samuel N. (2010) "Mitos e imaginarios colectivos." *Frame*, 6, febrero, pp. 265-284.
- GEERTZ, Clifford (1981) *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- GEMEINBOECK, Petra (2004) "Virtual Reality: space of negotiation". En *Visual Studies*, Vol. 19, no. 1. Londres: Routledge.
- GIL CALVO, Enrique (2003) *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza Ensayo.
- GÓMEZ DE LIAÑO, Ignacio (2000) *Filósofos griegos, videntes judíos*. Madrid: Ediciones Siruela.
- GÓMEZ, Pedro Arturo (2001) "Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad." *Cuadernos*, 17, febrero, Universidad de Jujuy, San Salvador de Jujuy, pp. 195-209.
- GRIAULE, Marcel (1938) *Masques dogons*. Paris: Institut d'ethnologie
- HILLMAN, James (2007) *Pan y pesadilla*. Girona: Ediciones Atalanta.
- HUSSERL, Edmund (1991). *La crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. Barcelona: Editorial Crítica.
- IMBERT, Gérard (1999) "La hipervisibilidad televisiva: nuevos imaginarios/nuevos rituales comunicativos". I Jornadas sobre Televisión, Universidad Juan Carlos I, Madrid.
- IMBERT, Gérard (2010) *Cine e imaginarios sociales. El cine posmoderno como experiencia de los límites (1990-2010)*. Madrid: Cátedra.
- JAMES, William (1989) *Principios de psicología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- JUNG, Carl Gustav (1995) *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Paidós.
- JUNG, Carl Gustav (2008) *Acerca de la psicología de la religión occidental y la religión oriental*. Madrid: Editorial Trotta.
- JUNG, Carl Gustav (2009) *Las relaciones entre el yo y el inconsciente*. Barcelona: Paidós.
- JUNG, Carl Gustav (2011) *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós.
- KOYRÉ, Alexander (1971) *Mystiques, spirituels, alchimistes aun XVIIe siècle allemand*. París: Editions Gallimard.
- LE GOFF, Jacques (1985) *L'imaginaire medieval. Essais*. París: Editions Gallimard.
- LEIRIS, Julien Michel (1934) *L'Afrique Fantôme*. París: Gallimard.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. (1983) *Las estructuras elementales del parentesco*. México: Paidós.
- LÉVY, Pierre (1999) *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- MAFFESOLI, Michel (1977) *Lógica de la dominación*. Barcelona: Editorial Península.
- MAFFESOLI, Michel (1990) *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria Editorial.

- MAFFESOLI, Michel (2003) "El imaginario social." Revista *Anthropos*, 198, pp. 149-153.
- MARTÍNEZ VIZCARRONDO, Doris E. (2006). "El mundo CNN: ¿Cuál es el próximo país que Estados Unidos debe invadir? La percepción del consumidor mediático estadounidense y el triunfo de la propaganda". *Comunicacao, Mídia e Consumo*, Vol. 3, no 8, pp. 129-145.
- MARTÍN, María Victoria y TORRES, Mariana L. (2013) "Imaginarios en el espacio público virtual: apuntes para una agenda de investigación. Tecnologías digitales, pantallas y lenguaje audiovisual". *Razón y Palabra*, no. 82 marzo-mayo. En línea: www.razonypalabra.org.mx/N/N82/M82/05_MartinTorres_M82.pdf
- MARTÍN BARBERO, Jesus (1987) *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1977) *La mediación social*. Madrid: Akal.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (2007) *Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill, Interamericana de España.
- MEREJO, Andrés (2009) "El ciberespacio como entresijo virtual". *Eikasía. Revista de Filosofía*, año IV, 24, abril.
- MEYER RODRÍGUEZ, José Antonio. (2005) "Imaginarios juveniles y virtualidad. De La Noria a pipopes.com". *Global Media Journal*, 2(4). Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68720402>
- MORIN, Edgar (1995) *Le cinéma ou l'homme imaginaire: Essai d'anthropologie sociologique*. París: Les Editions de Minuit.
- ORTÍZ-OSÉS, A. (1986). *La nueva filosofía hermenéutica. Hacia una razón axiológica postmoderna*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- ORTÍZ-OSÉS, Andrés (1987) *Mitología cultural y memorias antropológicas*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- ORTÍZ-OSÉS, Andrés (1995) *Visiones del mundo. Interpretaciones del sentido*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto/
- ORTÍZ-OSÉS, Andrés (2003). *Amor y sentido. Una hermenéutica simbólica*. Barcelona: Anthropos Editorial. Paidós.
- OSPINA LOZADA, Manuel (2011) "Rutinas ciudadanas: imaginario en el espacio virtual de los jóvenes de la institución educativa Ciudadela de Cuba", *Revista de Investigación. Universidad Tecnológica de Pereira*, pp. 76-87.
- PEÑUELA, Alejandro y ÁLVAREZ GARCÍA, Luis Guillermo (2014) "Imaginarios, colectivos: implicaciones sociales. Una aproximación psicológica a las agendas de información", no. 26. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/lpenuela.html

- PINTOS, Juan-Luis (1995) Los imaginarios sociales. La nueva construcción de la realidad social. Madrid: Sal Terrae/ Instituto "Fe y Secularidad".
- PINTOS, Juan-Luis (2000a) Construyendo realidad(es): Los imaginarios sociales. Revista Realidad (U. A. J. F. Kennedy), no 1, pp. 7-25.
- PINTOS, Juan-Luis (2000b) "Más allá de la ideología. La construcción de la plausibilidad a través de los imaginarios sociales". En M. A. Santos (Ed.) La educación en perspectiva, pp. 689-699. Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.
- PINTOS, Juan-Luis (2001) Los imaginarios sociales del delito. La construcción social del delito por medio de las películas (1930-1999). Revista Anthropos, no. 198, pp. 161-176.
- PINTOS, Juan-Luis (2005) "Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales". Utopía y Praxis Latinoamericana, año 10, no. 29, abril-junio, pp. 37-65.
- PÓO FIGUEROA, Ximena (2009) "Imaginarios sobre inmigración peruana en la prensa escrita chilena. Una mirada a la instalación de la agenda de la diferencia". Revista F@ro, no. 9. Disponible en: <http://web.upla.cl/revistafaro/>
- RAMSPOTT, Sue Aran (2003) "Los imaginarios violentos". Sphera Pública, no 3, pp. 269-280. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29700315>
- RHEINGOLD, Howard (1994) La Realidad virtual. Los mundos artificiales generados por ordenador que modificarán nuestra vida. Barcelona: Gedisa.
- REYES AGUINAGA, Hernán (1999) "Discurso político e imaginarios mediáticos alrededor del cierre de una frontera", Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, no. 65, pp. 41-44.
- RICOEUR, Paul (2008) Tiempo y narración. Configuración del tiempo en el relato de ficción, vol. 2. Madrid: Siglo XXI Editores.
- RUBIA, Francisco J. (2010, enero) La consciencia es el mayor enigma de la ciencia y la filosofía. Conferencia pronunciada en la Real Academia Nacional de Medicina. Disponible en: www.tendencias21.net/La-consciencia-es-el-mayor-enigma-de-la-ciencia-y-la-filosofia_a4026.html
- SABBATINI, Marcelo (2014) "Consideraciones teóricas acerca de lo 'virtual' y lo 'real' en las nuevas tecnologías de información y comunicación: implicaciones para la folkcomunicación". Razón y Palabra, no. 60. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/msabbatini.html>
- SÁNCHEZ ESTELLÉS, Isis y LÓPEZ MARTÍN, Sara (2005) "Los imaginarios de Internet: una aproximación crítica a los discursos hegemónicos en el ciberespacio", Nómadas. Revista de Ciencias Sociales y Jurídicas, no. 11. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/NOMA0505120381A/26802>

- SEVESO ZANIN, Emilio José (2009). "Imágenes de la indiferencia. Construcción subjetiva, otredad y medios de comunicación". *Fundamento en Humanidades*. Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Año X, no. I, pp. 9-23.
- SILVA, Armando (2004). *Imaginos Urbanos: Hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos*. Metodología. Bogotá D.C, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- SOLA-MORALES, Salomé (2012) "La dialéctica entre las narrativas mediáticas y los procesos de identificación". Tesis doctoral. Barcelona: Departamento de Medios, Comunicación y Cultura. Universidad Autónoma de Barcelona.
- SOLA-MORALES, Salomé (2013) "El cuerpo y la corporeidad simbólica como forma de mediación. Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, n. 12, pp. 42-62. Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/MediacioneS12/Indice/SolaMoralesS2013/solamoraless2013.html>
- SOLA-MORALES, Salomé (2013b) "Myth and the construction of meaning in mediated culture". *KOME. An International Journal of Pure Communication Inquiry*. Vol. 1. No. 2, pp. 33- 43. En línea: <http://komejournal.com/issues/2013-vol-1-issue-2.html>
- SOLA-MORALES, Salomé (2014a) "La construcción narrativa de la realidad cotidiana. Una revisión desde los media frames". *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, n. XVIII, pp. 121-140. Disponible en: http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6244/1/Art%206_Doxa%2018.pdf
- SOLA-MORALES, Salomé (2014b) "Hacia una epistemología del concepto de símbolo". *Revista Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, n 49, marzo, pp. 11-21. En línea: <http://www.cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/31721/33519>
- SOLARES, Blanca (2006) "Aproximaciones a la noción de imaginario." *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 198, septiembre-diciembre, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 129-141.
- SOTO, Miguel Angel y MARDONES, Andrea C. (Ed.) (1999) *Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- TAYLOR, Mark C., y SAARINNEN, Esa, 1994, *Imagologies: media philosophy*. New York, Routledge.
- TRÁPAGA, Iban (2011) *Fronteras de Papel: Mass Media fabricando imaginarios e identidades en una ciudad-frontera mexicana*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 4 (1). Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

- TURKLE, Sherry (2005) *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. Cambridge, MA: MIT Press.
- TURKLE, Sherry (2011) *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Nueva York, NY: Basic Books.
- VARGAS, Sandra Paola (2008) "El papel de lo imaginario en la publicidad colombiana". *Revista KEPES*, no. 4, enero-diciembre, pp. 7-19.
- VAYREDA I DURAN, Agnès (2004) "Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales". *Athenea Digital*, 5. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num5/vayreda.pdf>
- WEBER, Max (1971) *Economie et société*. París: Editions Plon.
- WORTMAN, Ana (2007) *Construcción imaginaria de la desigualdad social*. Buenos Aires: Clacso.
- WUNENBURGER, Jean-Jacques (2008) *Antropología del imaginario*. Buenos Aires: Ediciones del Sol.