

La creación de imaginarios

Resumen

Los imaginarios han sido y son el caldo de cultivo perfecto para múltiples elementos identitarios contemporáneos como son la religión, cultura e ideología. Su evolución y proliferación ha sido cambiante y adaptativa, de tal forma que hemos podido observar la proliferación de estos imaginarios en situaciones muy diferentes, desde movimientos políticos y sociales, terroristas, corrientes emancipadoras o en comunidades de fanáticos religiosos. Hoy en día tienen una gran importancia, están en boga gracias a la aparición de nuevas formas de comunicación y a la alta competencia informativa existente. Esto ha generado dicha información; ya no se busca generar un discurso lleno de verdad, si no que se crea una narrativa sentimental, una mentira emotiva, llena de elementos que captan la atención de los ciudadanos. La época de la posverdad alimenta la creación de múltiples y diferentes imaginarios.

Palabras clave

Narrativa, imaginario, identidad, nihilismo, posverdad, ideología, cultura, religión.

***NOTA:** Las ideas contenidas en los *Documentos de Opinión* son de responsabilidad de sus autores, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento del IEEE o del Ministerio de Defensa.

The creation of imaginaries

Abstract

Imaginaries have been and are the perfect breeding ground for many contemporary identity elements like religion, culture and ideology. His expansion and proliferation has been changing and reactive, in a manner that we have seen the proliferation of these imaginaries in many different situations, from political and social movements, terrorism, emancipating currents or religious fanatics. Nowadays are so important, they're in vogue with the emergence of new forms of communication and to the high level informative competition. This had led a new form to treat and mobilize information; it's no longer to create a speech full of truth, there's a sentimental narrative, an emotive lie, full of elements that engage the attention of citizens. The post-truth time feed the creation of large number of imaginaries.

Keywords

Narrative, imaginary, identity, nihilism, post-truth, ideology, culture, religion.

Definición

Los imaginarios son herramientas de construcción, de «creación de realidades». Se trata de un proceso social de construcción de la realidad mediante la afirmación de una identidad. Como explica Baeza¹, son ejes de articulación de pensamiento y acción social.

Estos procesos no son inmutables, es decir, se adaptan y evolucionan históricamente incorporando elementos presentes de la sociedad. Son esquemas interpretativos de la realidad, socialmente legitimados mediante discursos y símbolos, que poseen coherencia emocional, históricamente elaborados y modificables, difundidos fundamentalmente a través de medios de comunicación. Por lo tanto, el fin último de los imaginarios es: construir una identidad colectiva en la que los miembros del grupo se identifiquen, se sientan seguros y tengan un sentimiento de permanencia y estabilidad.

Estos imaginarios, los cuales conforman identidades, tienen un elemento indispensable para su proliferación: la narrativa.

La narrativa

La definición que encontramos en la doctrina oficial norteamericana es: «El principal mecanismo para la difusión y absorción de ideologías es la narrativa. Una narrativa es un conjunto organizado de ideas expresado en forma de historia (cuento). Las narrativas son fundamentales para la representación de la identidad, particularmente de la identidad colectiva de grupos religiosos, nacionales y culturales»².

Este es el principal elemento legitimador. Crean una realidad³ desde una reinterpretación y selección de hechos, reescribiendo el pasado para conseguir establecer un «futuro mejor». El punto de partida suele ser una «arcadia feliz», la cual también es el objetivo de futuro, por ello existe un equilibrio entre la realidad y la ficción, pues no se basa en hechos históricos contrastables, si no en promesas que tengan una coherencia emocional con los fines que desean conseguir, precepto muy *maquiavélico*

¹ Baeza, M. A., «Los caminos invisibles de la realidad social: ensayo de sociología profunda sobre los imaginarios sociales». Ril editores, 2000.

² MANUAL FM3.0 OPERATIONS. U.S. Army, 2008, apartado I 66.

³ Aznar Fernández-Montesinos, F.; Baca Baldomero, E.; Lázaro, J., «La guerra contra la violencia», Editorial Triacastela, 2014, p. 33.

pues «el fin justifica los medios»⁴. Por lo tanto, es acertado decir que las narrativas son un producto de uso interno a pesar de sus pretensiones de universalidad⁵.

Las narrativas no son plenamente racionales, si no que apelan a la emotividad, pero si bien es cierto, representan las emociones de una forma racional y legítima⁶. Suelen ser discursos mediáticos (convierten al hombre de la calle en hacedor de justicia y hasta en decidido de la victoria)⁷ llenos de dramatismo, morbosidad, sensacionalismo y victimismo ya que pretenden que su mensaje cale en la sociedad puesto que su fin es simbólico y comunicativo. Es necesario que capten la atención mediática, debido a que estas narrativas solo son viables cuando son visibles. También se caracterizan por la gestión de los silencios, al ignorar deliberadamente lo que no las apoya o contradice⁸.

Son discursos con motivo habilitante, es decir, tienen un espíritu movilizador y de creación, los cuales tienen un *modus operandi* propio que se basa en la simplicidad, la reiteración y la escenificación, y son refractarios; sólo obtienen información de fuentes afines. Suelen ser discursos en los que el lenguaje está muy cuidado para captar la atención. Este define el marco y fija las reglas con las que se desarrollan las narrativas⁹. Se usa un lenguaje muy simplificado, con frases cortas y un vocabulario limitado, con muchas repeticiones. Por otro lado, destaca el uso frecuente de hipérboles o exageraciones para ocultar las dimensiones reales de los hechos¹⁰. Estos discursos tienen una serie de criterios bien definidos, como son: la *autorreferencialidad* (se refiere a su propio universo), la estimulación emocional continua, los espectadores dramáticos (es necesario que el «público» se empape de esas emociones), la fragmentariedad (contenidos cortos que evocan emociones rápidas), la reiteración (repetición de lo mismo) y, por último, el vínculo (mantener el contacto). Todo esto es más importante que el propio contenido¹¹.

⁴ *El príncipe*, Maquiavelo.

⁵ Freund, J., «Sociología del conflicto», Ediciones Ejército, Madrid, 1995, p. 174.

⁶ Aznar Fernández-Montesinos, F.; Baca Baldomero, E.; Lázaro, J. «La guerra contra la violencia», Editorial Triacastela, 2014, pp. 31 y 32.

⁷ Aznar Fernández-Montesinos, F., «Entender la guerra en el Siglo XXI», Editorial Montesinos, 2011, p. 265.

⁸ Aznar Fernández-Montesinos, F.; Baca Baldomero, E.; Lázaro, J. «La guerra contra la violencia», Editorial Triacastela, 2014, p. 32.

⁹ Aznar Fernández-Montesinos, F., «Violencia organizada y comunicación política. El conflicto como narración», 2012, p. 3.

¹⁰ Mittermeier J., y Soriano Clemente, J., «Desmontando la posverdad. Nuevo escenario de las relaciones entre la política y la comunicación», Universidad Autónoma de Barcelona, 2017, p. 31.

¹¹ Rincón, O., «Narrativas Mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento», Barcelona, 2006, pp. 41, 59-61.

Creación de un enemigo

Como ya hemos dicho, los imaginarios pretenden crear identidades, y lo consiguen gracias a la narrativa, y sobre todo mediante un elemento clave de esta: la creación de un enemigo. Es un elemento de polarización indispensable para la creación de una identidad, ya que la definición de un grupo es naturalmente excluyente. Se genera un binomio «nosotros-ellos» que se caracteriza por ser un modo dicotómico excluyente, puesto que genera una lógica «dentro-fuera»¹², que articula toda la narrativa. Gracias a este binomio se consigue el sentimiento de pertenencia, cohesión y solidaridad dentro del grupo y, por el contrario, también se crea un conflicto latente entre grupos opuestos. Este proceso de creación es, a la vez, un proceso de fragmentación en el que además se generan minorías. En algunos casos, esto puede generar conflictos debido a que el principio de polaridad genera una ascensión de extremos¹³. En estos supuestos el «otro», el oponente, es *cosificado* considerándolo simplemente un obstáculo o un enemigo, debido a que existe un choque de intereses o simplemente hay una pretensión de superioridad de un grupo sobre otro. Se contempla al otro para afirmar su diferencia, considerándolo inferior y pasando a ser este un peligro para su manera de entender la vida. Por lo tanto, hay que protegerse de los «otros», los cuales han sido desposeídos de características humanas, fortaleciendo nuestra propia identidad¹⁴.

También, en casos extremos, es necesario destruir al enemigo, debido a que la amenaza es demasiado grande para la propia supervivencia, así también se demuestra la superioridad y el poder de uno mismo. Como decía Orwell, «el poder está en la facultad de hacer pedazos los espíritus y volverlos a construir dándoles nuevas formas»¹⁵. Todo este discurso de pertenencia y exclusión tiene una fuerte carga emocional y se sustenta mediante posiciones rígidas e intolerantes. Este proceso excluyente genera movimientos como el sexismo, racismo, clasismo, machismo, nacionalismos...

¹² Aznar Fernández-Montesinos, F., «La ecuación de la guerra», Editorial Montesinos, 2011, p. 106.

¹³ Glucksmann, A., «El discurso de la guerra», Anagrama, 1969.

¹⁴ Aznar Fernández-Montesinos, F.; Baca Baldomero, E.; Lázaro, J. «La guerra contra la violencia», Editorial Triacastela, 2014, pp. 23 y 24.

¹⁵ Orwell, G., «1984», Editorial Destino, Barcelona, 1999, p. 261.

Ideología, cultura y religión

Estos imaginarios se han manifestado y naturalizado, especialmente, en tres grandes elementos que han mantenido una relación de dependencia a lo largo de la historia: la ideología, la cultura y la religión¹⁶.

Empecemos por la ideología, ya que los grandes movimientos sociales, revoluciones y guerras, se basaban en la defensa de diferentes ideologías. Las narrativas son la base y principal mecanismo de difusión y absorción de estas. Las ideologías recogen a la perfección todos los elementos anteriormente citados. Se basan en el sentimiento, la pasión y, normalmente en un deseo de cambiar un sistema opresor o alienante. Su completo discurso es *polarizante*, pues excluye lo que no contempla¹⁷, como decía Freund: «el deseo de exclusión es incluso un carácter típico de la ideología»¹⁸. Tienen una gran capacidad de identificación; mediante la emoción y una propuesta ilusionante ensalzan lo importante: su perspectiva. Si bien es verdad, las concepciones ideológicas son difíciles de penetrar, refractarias por lo que consumen solo información afín. Como dijo Hitler: «Los partidos políticos se prestan a compromisos: las concepciones ideológicas jamás»¹⁹, puesto que si una ideología hace concesiones se desmonta y desarbola todo el imaginario que ha formado y en el cual se basa.

Los grandes procesos históricos de los últimos siglos se han basado en la violencia ideológica, puesto que se pretendía que determinada concepción del mundo debía ser impuesta a los demás, por lo tanto, podemos afirmar que las ideologías son el material fungible de las guerras²⁰. Encontramos así que las narrativas también son herramientas de persuasión política con poder de cambiar referencias, esperanzas y percepciones. Un ejemplo perfecto de todo esto es la Guerra Fría. Se trata de una guerra basada en el enfrentamiento de sistemas ideológicos completamente opuestos de dos grandes potencias. Ambas potencias tenían un discurso en el cual demonizaban al otro, lo desposeían de características humanas y así fortalecían su propia identidad, pues debían protegerse del otro ya que amenazaba su forma de vida. Fueron unos años de fuerte tensión debido a que el ambiente hostil y competitivo de ambas potencias era innegable, y ninguna de las partes parecía flaquear en sus convicciones, mostrando

¹⁶ Aznar Fernández-Montesinos, F., «La ecuación de la guerra», Editorial Montesinos, 2011, p. 134

¹⁷ *Ibidem*, p. 126.

¹⁸ Freund, J., «Sociología del conflicto», Ediciones Ejército, Madrid, 1995, p. 174.

¹⁹ Grundy, K. W. *et al.*, «Las ideologías de la violencia», Editorial Tecnos, Madrid, 1976, p. 58.

²⁰ Aznar Fernández-Montesinos, F., «La ecuación de la guerra», Editorial Montesinos, 2011, p. 131.

sus posturas rígidas. Pero este proceso no quedó solamente en el territorio de las grandes potencias, si no que generó un mundo polarizado en el cual era necesario un pronunciamiento de a que bando pertenecías. Si bien es verdad, no hubo grandes enfrentamientos directos y sobre todo, la guerra fue mediática y propagandística con la cual se pretendía ensalzar las características de cada régimen obviando lo negativo de estos. La manipulación de las masas mediante el cine, la televisión y la radio fue total. Algunos autores, como Fukuyama, caracterizan el fin de este conflicto, es decir, la caída de la URSS y todo el bloque comunista, como el fin de la historia o el fin de las ideologías²¹. Utiliza este término pues, según él, el liberalismo ganó la partida y a día de hoy no existe otra ideología que no sea la liberal, aunque dentro de esta se encuentren diferentes corrientes con matices distintos.

Glucksmann también considera que, tras el fin del Pacto de Varsovia, nos encontramos ante el fin de las ideologías. Pero recalca que esto no es el fin de las guerras, ni la paz eterna esperada, esto se debe a que: «La bipolaridad disimulaba y disciplinaba una barbarie sin nombre ni rostro, dispuesta a ocultarse hoy tras cualquier máscara»²². Además, cabe destacar que la división del mundo en bloques era un elemento de cohesión interna que servía como marco moderador y contenedor de muchas tensiones.

Debido a esta desaparición de los bloques, aparece una nueva forma de guerra: «la guerra ya no se parece a la guerra, ni la revolución a la revolución; si la locura permanece fiel a su ferocidad, ahora se manifiesta nihilista»²³. Por lo tanto, con el fin de las ideologías se postula el nihilismo como la opción y postura más destacable. Una de las principales razones de la aparición del nihilismo es que el ser humano pasa a definirse como un *homo oeconomicus*, es decir, según Glucksmann, «vive como un parásito, sin compromiso, en una sociedad por la que no hace nada y de la que se aprovecha, y en la que obsesionado por sus resultados económicos, es incapaz de entender el valor de un disidente»²⁴. Este *homo oeconomicus* está estrechamente ligado con la concepción del mundo nihilista donde las personas no se inclinan ante

²¹ Bell, D., «El final de las ideologías», Edición Ángel Rivero, Alianza Editorial, 2015, pp. 19-20.

²² Suanzes, F. J. F., «André Glucksmann: el nihilismo como factor belígero», Cuaderno de Estrategia 124, 82-116, 2004, p. 87.

²³ *Ibidem*, p. 88.

²⁴ Suanzes, F. J. F., «André Glucksmann: el nihilismo como factor belígero», Cuaderno de Estrategia 124, 82-116, 2004, p. 90.

ninguna autoridad, no aceptan ningún principio como artículo de fe²⁵, incluso reniegan de todo principio religioso, político y social. De esta nueva concepción del mundo nacen las grandes crisis políticas que encontramos en países como Grecia, España, Reino Unido...

La cultura también es una forma de manifestación de imaginarios, puesto que genera unos rasgos *identitarios* comunes de un grupo. Es más fácilmente distinguible a personas de diferentes culturas que de diferentes ideologías, puesto que las primeras tienen costumbres comunes, que les predisponen a actuar de una manera establecida. Esto se observa en los idiomas, la música, la forma de vestir, el arte, la literatura, el cine... Pero no solamente las costumbres definen una cultura, también las normas que derivan de esta. Podemos observar que, en Europa el derecho romano es el imperante en nuestras relaciones jurídicas, por lo tanto, es un rasgo *identitario* y de unión.

Las culturas a su vez conforman civilizaciones, estas son primordiales para la definición de identidades colectivas y dividen el mundo en grandes bloques²⁶. Cuanto más útil y armoniosa es una cultura para sus miembros, menos conscientes son de la influencia que ejerce sobre ellos²⁷. Como explicaba Huntington: «las grandes divisiones del género humano y las fuentes predominantes de conflicto van a estar fundamentadas en la diversidad de las culturas.... El choque de civilizaciones dominará la política mundial; las líneas de fractura entre las civilizaciones serán las grandes líneas de batalla del futuro»²⁸.

Por lo tanto, las culturas también son *polarizantes*, puesto que, existe una clara diferencia entre, por ejemplo; occidente y el resto del mundo. La cultura también ha sido un instrumento de dominación, se observa históricamente en toda la época colonial, cuando se pretendió occidentalizar el mundo, y crear una cultura *universalizante* obviando lo diverso de cada región. Se trataron de imponer, las normas y costumbres occidentales a países con otro tipo de tradiciones y composición social, puesto que esos «otros» estaban menos desarrollados y su cultura y valores eran inferiores a los que les estaba imponiendo. El pensamiento cultural general tiende hacia un etnocentrismo, por el cual lo propio es lo natural y lo ajeno lo extraño. Se trata pues de un imaginario más.

²⁵ Turguénev, I., «Padres e hijos», RIALP, 1867.

²⁶ Aznar Fernández-Montesinos, F., «La ecuación de la guerra», Editorial Montesinos, p. 153.

²⁷ *Ibidem*, p. 149.

²⁸ Huntington, S., «¿Choque de civilizaciones?», Editorial Tecnos, Madrid, 2002, pp. 15 y 16.

Las religiones no están exentas de los rasgos hasta ahora expuestos. De hecho, como ya he mencionado antes: la ideología, la cultura y la religión tienen una relación de dependencia; sin una de las tres no es posible entender las otras dos. Una muestra de esto es que la religión cristiana ha conformado la cultura occidental, incluso la ideología liberal conservadora, imperante en nuestra época. Como dice Durkheim: «casi todas las grandes instituciones sociales han nacido de la religión»²⁹. Esto se debe a que la religión vertebró la cultura puesto que genera unas normas que preservan al grupo, es decir, que garantizan su supervivencia, generando así también unas formas específicas de relacionarse y de estructurar la sociedad.

O sea, que se trata de un factor de definición *identitaria*, que posee su propia narrativa basada en los textos sagrados. Dispone de sus propios símbolos y rituales que los definen y diferencian del resto. En palabras de Durkheim: «las representaciones religiosas son representaciones colectivas; los ritos son maneras de obrar que nacen solamente en el seno de grupos reunidos y que están dedicados a suscitar, mantener o renovar ciertos estados mentales de esos grupos»³⁰. Estos símbolos son fácilmente identificables y cualquiera puede verse reflejado en ellos, pues el mensaje de las religiones está dirigido al hombre de a pie, el cuál es el *decididor* de «la victoria». Este tipo de imaginarios se basan en las transferencias de sacralidad y en una fe ciega. Los discursos se fundamentan en la promesa de un paraíso, o existencia mejor a la que se posee, y la deslegitimación de las promesas de otras religiones, pretendiendo debilitar así la fe de los «otros» para conseguir más adeptos a la suya.

Las religiones, en muchos casos, han sido utilizadas por fanáticos o radicales para legitimar conflictos y guerras. Se trata de subgrupos ideologizados, dotados de una dinámica propia que demandan la pureza y apoyan la violencia, aunque no necesariamente la practican.

Esto es bastante visible hoy en día, pues nos encontramos en una época en la que el terrorismo islámico está en boca de todos. Este basa su lucha en elementos de la religión islámica sacados de contexto para así justificar los actos cometidos. Tachan esta lucha de choque de identidades, reforzando que la suya (su religión y cultura) es la realmente legítima y mediante la oposición, la simplicidad, la reiteración machacona y, en especial, la escenificación y el terror, tratan de que su imaginario se establezca

²⁹ Durkheim, E., «Las formas elementales de la vida religiosa», Alianza Editorial, Madrid, 2003, p. 630.

³⁰ *Ibidem*, p. 38.

como principal. Se tildan de víctimas de una sociedad occidental, la cual los ha degradado a un puesto de inferioridad, incluso ocupando territorios que históricamente les pertenecían. Por lo tanto, no solo culpabilizan al «otro», sino que este les da la razón para justificar sus actos.

Con este ejemplo, observamos también cómo ha evolucionado el concepto de guerra. Ahora la guerra tiene una concepción nihilista pues se instala el triunfo en la primacía de las fuerzas destructoras³¹. Nos encontramos en la era del terror sin fronteras, cualquiera puede ejercer la violencia, lo que nos lleva a un estado de «guerra total». En esta situación, en la que el todo vale nihilista conduce a la total liberación del terror, existen ataques brutales a ciudades y bombardeos sistemáticos sobre la población para destrozarse la cohesión anímica de los ciudadanos generando así una subordinación voluntaria a estos movimientos. Cuanto más anónimo es el terror, más dramático resulta y de lo que se trata es de aterrorizar al público universal. En esta guerra total, «gana el que más asusta»³². Encontramos en estos grupos radicales también la premisa nihilista del «mato luego existo» con el que se pretende la subversión radical y completa de la sociedad, lo que Glucksmann denomina «desorden sistemático»³³.

Medios de comunicación

Todos estos imaginarios tienen otro punto en común que es su difusión, pues como hemos dicho antes, solo son viables cuando son visibles. Por ello, a día de hoy juegan un papel primordial los medios de comunicación. Estos generan formas que naturalizan los imaginarios, influyen en la conciencia emocional de millones de personas³⁴, y gracias a ellos, llegan a más gente debido a que tienen un efecto multiplicador.

Tienen un papel esencial en la construcción de realidades. Los medios de comunicación, como «máquinas narrativas» que son, crean una visión del mundo a partir de los relatos, mitos y sujetos que ellos visibilizan, que conforman la base de las narraciones y discursos³⁵.

³¹ Suanzes, F. J. F. «André Glucksmann: el nihilismo como factor belíneo», Cuaderno de Estrategia 124, 82-116, 2004, pp. 84-85.

³² *Ibidem*, p. 92.

³³ *Ibidem*, p. 99.

³⁴ Aznar Fernández-Montesinos, F., «Entender la guerra en el siglo XXI», Editorial Complutense, p. 53.

³⁵ Chillón, A., «La urdimbre mitopoética de la cultura mediática», Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura 24, 121-159, 2000, p. 153.

Somos conscientes de que la comunicación, tanto en forma como en contenido, ha evolucionado notablemente los últimos años. Los principales factores que han propiciado este proceso de cambio han sido: la modernización, la individualización, la secularización, la *economización*, la *estetización*, la racionalización y la mediatización³⁶. De estas características, la que mejor se adapta a las necesidades de los imaginarios es la mediatización. Como Mazzoleni y Schulz publicaron en 1999, la mediatización es un proceso en el que las instituciones (tanto políticas como sociales o económicas) dependen más y más de los medios y están influenciados por ellos³⁷.

Existe hoy en día una gran abundancia de información y esto intensifica la competición por la audiencia, además gracias a Internet (que ha transformado la naturaleza de la comunicación: ya no se da información en clave unidireccional) y las redes sociales, encontramos una nueva esfera de comunicación que incluye nuevas formas de expresión e intercambio.

Esta competencia por dar y obtener información nos ha llevado a la época de la *posverdad*³⁸. Está caracterizada por la actual forma de crear y modelar la opinión pública donde los hechos objetivos tienen menos capacidad de influencia que la apelación a las emociones y creencias. Como dice Nereida Carrillo: «impone la necesidad de impactar al público [...] recurriendo al drama, las emociones y la ficción»³⁹. El objetivo principal de las narraciones en la era de la posverdad es el de atraer a la audiencia, por lo tanto, tienden a tener unas características y rasgos propios del entretenimiento y del espectáculo: «la repetición, el exceso, lo monstruoso, el shock»⁴⁰.

Que esta información tenga la apariencia de verdad es más importante que la verdad en sí, los hechos reales pasan a un segundo plano, se modifica la realidad con fines concretos. El discurso que expresan estas narraciones no refleja la realidad, sino que la construye.

³⁶ Blumler, J.G. y Kavanagh, D., «The Third Age of Political Communication: Influences and Features». *Political Communication*, 16(3), 209-230, 1999, pp. 210-211.

³⁷ Mazzoleni, G. y Schulz, W., «Mediatization of Politics: A Change for Democracy?», *Political Communication*, 16(3), 247-261, 1999.

³⁸ Oxford Dictionaries, Word of the Year 2016 is post-truth.

³⁹ Carrillo, N., «El género-tendencia del infoentretenimiento: definición, características y vías de estudio», Editorial UOC, 2013, p. 37.

⁴⁰ Rincón, O., «Narrativas mediáticas. O cómo cuenta la sociedad del entretenimiento», Barcelona, 2006, p. 33.

En la era digital es más fácil que nunca publicar informaciones falsas que se comparten rápidamente y se toman por realidad (*fake news*). Los algoritmos de las Redes Sociales y motores de búsqueda refuerzan también nuestras creencias y maneras de ver el mundo, es una consecuencia de la personalización de la experiencia de internet (hecha posible por los algoritmos de *Google* o *Facebook*). Con la ayuda de estos se nos presenta la información y noticias que corresponden a nuestras preferencias e intereses, creando universos o burbujas aisladas de información que continuamente autoreforzan las opiniones propias⁴¹, es decir, únicamente consumimos unos discursos y, por lo tanto, un único imaginario (se refuerzan unas determinadas versiones de la realidad⁴²).

Pero podemos apreciar, esto no es algo nuevo. Michael Foucault ya definía la verdad como un relato construido con el único fin del control totalitario de la ciudadanía⁴³: «la verdad no está fuera del poder, ni sin poder»⁴⁴, «la verdad es de este mundo; está producida aquí gracias a múltiples imposiciones»⁴⁵. También podemos ver que el concepto de *fake news* no es algo nuevo. A lo largo de la historia nos encontramos ejemplos de esto, como: el Ministerio de Propaganda nazi (desarrollado y dirigido por Goebbels), en el cual se establecían una serie de estrategias de propaganda negra basada en el desprestigio, la falsedad y la desinformación con unos objetivos concretos.

Conclusión

Como podemos observar, nos encontramos en una época en la que la proliferación de nuevos imaginarios es mucho más sencilla y rápida. La posverdad y el nihilismo se han convertido en el perfecto caldo de cultivo para estos. Se debe a que, desde la crisis económica que comenzó en 2008, tanto las instituciones públicas como los medios de comunicación, englobando la política, ideologías y normas sociales; se han visto cuestionadas y en constante debate. Nos encontramos con una concepción del mundo

⁴¹ Viner, K., «How technology disrupted the truth», 2016.

⁴² Yes, I'd lie to you, <https://www.economist.com/news/briefing/21706498-dishonesty-politics-nothing-new-manner-which-some-politicians-now-lie-and>, 2016

⁴³ Chalamanch, M., «Foucault – Trump, preludio de la posverdad», <https://veredes.es/blog/foucault-trump-preludio-la-posverdad-marc-chalamanch/>, 2017.

⁴⁴ Foucault, M., Alvarez-Uría, F., y Varela, J., «Microfísica del poder», La Piqueta, 1992, pp. 175-189.

⁴⁵ *Ibidem*, pp. 175-189.

nihilista, en la que las formas tradicionales de organización política y social están en duda, generando así nuevas concepciones del mundo, nuevos imaginarios.

Estos nuevos imaginarios se alimentan también de las nuevas formas de comunicación y, del punto débil de estas: la falta de veracidad, en muchos casos, de las informaciones que encontramos en ellas. La facilidad de redactar una noticia falsa y que esta se vuelva viral, hoy en día es incuestionable. Esto se convierte en un instrumento muy valioso para la creación de nuevos imaginarios. También se debe a que, gracias a los algoritmos antes citados de los motores de búsqueda, al final nuestro modo de pensar y las noticias que consumimos se quedan acotados en un único pensamiento y dirección. Esto conforma nuevos y diferentes grupos *identitarios* con una visión propia de la realidad creada gracias a esas nuevas técnicas de proliferación de imaginarios.

Gracias también a estas nuevas formas de comunicación, a la cantidad de medios que disponemos hoy en día para estar conectados al resto del mundo y a la globalización, lo que antes podían ser grupos *identitarios* o imaginarios locales, se vuelven universales, debido a la facilidad y rapidez con la que se mueve la información. Y a pesar de que cada vez vivimos en un mundo más conectado y globalizado, los movimientos e imaginarios que parece que siguen imperando son los rupturistas. Lo observamos con ejemplos como: la victoria del *brexit*, la llegada de Donald Trump a la presidencia de los EE. UU., etc.

Por lo tanto, y como conclusión, cabe destacar, como decía al principio, que los imaginarios no son inmutables. Podemos observar cómo se han ido adaptando y evolucionan históricamente incorporando elementos presentes de la sociedad, conformando y definiendo la política (mediante las ideologías, las guerras, las revoluciones y los grandes movimientos sociales), la religión y la cultura. Así que, no se trata de una cuestión única y exclusiva del pasado. Las identidades grupales que conducen a movimientos sociales, así como a nuevas corrientes de pensamiento siguen basándose en un imaginario común, que mediante una narrativa propia y cuidadosamente elegida aúna los intereses de la mayoría, que excluye a los que no incluye y que genera un sentimiento de cohesión y seguridad grupal.

Raquel Arranz Martínez*
Grado Ciencias Políticas y Administración Pública
Becaria del IEEE