

## LA COMUNICACIÓN COMO CONTAGIO. IMAGINARIO SOCIAL, METÁFORA Y COMUNICOLOGÍA.

<https://doi.org/10.56754/0718-4867.2023.3326>

Dr. Daniel H. Cabrera-Altieri

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España

Instituto de Filosofía, CSIC, España

[danhcab@unizar.es](mailto:danhcab@unizar.es)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-6781-260X>

Recibido el 2023-04-19

Revisado el 2023-08-03

Aceptado el 2023-10-06

Publicado el 2023-11-06

### Resumen

La comunicología tiene un gran desarrollo de investigaciones de análisis de mensajes en todos sus aspectos y niveles. Este modo de enfrentar el fenómeno comunicativo ha llevado a leer la teoría de lo imaginario como si solo se tratara de un instrumento de análisis de contenido olvidando su antropología y su ontología constitutivas.

Se propone un ensayo en el que, en primer lugar, se hace una presentación de dos tradiciones de lo imaginario: la de Gilbert Durand y la de Cornelius Castoriadis. Desde esa situación se propone un campo de investigación de lo imaginario que, sin resolver las tensiones epistemológicas que lo constituyen, contribuya a una investigación creativa y crítica de la comunicación. En segundo lugar, se presenta como camino de las metáforas heurísticas para buscar una alternativa al uso de lo imaginario como una mera herramienta de análisis de mensajes. Se presenta una elucidación de la comunicación desde el imaginario del contagio emergido inesperadamente durante el confinamiento de la pandemia del Covid-19. La experiencia de encierro colectivo “salvado” por el apantallamiento general permite (re)pensar la comunicación desde lo imaginario del airear y el aire, la respiración y la conspiración, la infección y la inmunización desde donde poder postular un imaginario

atmosférico biopolítico. En ese sentido, ensayar la explicación de la comunicación como contagio muestra las posibilidades de la metáfora y lo imaginario en un mundo mutante.

**Palabras clave:** imaginario, metáfora, tecnología, tecnocultura, teoría social.

## **COMMUNICATION AS CONTAGION. SOCIAL IMAGINARY, METAPHOR AND COMMUNICOLOGY.**

### **Abstract**

Communicology has a great development of message analysis research in all its aspects and levels. This way of dealing with the communicative phenomenon has led to reading the theory of the imaginary as if it were only an instrument of content analysis, forgetting its constitutive anthropology and ontology.

An essay is proposed in which, first, a presentation of two traditions of the imaginary is made: that of Gilbert Durand and that of Cornelius Castoriadis. From this situation, a field of investigation of the imaginary is proposed, which, without resolving the epistemological tensions that constitute it, contributes to a creative and critical investigation of communication. Secondly, it is presented as a path of heuristic metaphors to seek an alternative to the use of the imaginary as a mere tool for the analysis of messages. An elucidation of communication is presented from the imaginary of the contagion that emerged unexpectedly during the confinement of the Covid-19 pandemic. The experience of collective confinement "saved" by general shielding allows us to (re)think communication from the imaginary of airing and air, breathing and conspiracy, infection, and immunization from which to postulate a biopolitical atmospheric imaginary. In this sense, rehearsing the explanation of communication as contagion shows the possibilities of metaphor and the imaginary in a mutant world.

**Keywords:** imaginary, metaphor, technology, technoculture, social theory.

*Artigo*

## **A COMUNICAÇÃO COMO CONTÁGIO. IMAGINÁRIO SOCIAL, METÁFORA E COMUNICOLOGIA.**

### **Resumo**

A comunicologia tem um grande desenvolvimento da pesquisa de análise de mensagens em todos os seus aspetos e níveis. Essa forma de lidar com o fenômeno comunicativo tem levado a ler a teoria do imaginário como se fosse apenas um instrumento de análise de conteúdo, esquecendo sua antropologia e ontologia constitutivas.

Propõe-se um ensaio no qual, em primeiro lugar, é feita uma apresentação de duas tradições do imaginário: a de Gilbert Durand e a de Cornelius Castoriadis. A partir dessa situação, propõe-se um campo de investigação do imaginário que, sem resolver as tensões epistemológicas que o constituem, contribui para uma investigação criativa e crítica da comunicação. Em segundo lugar, apresenta-se como um caminho de metáforas heurísticas para buscar uma alternativa ao uso do imaginário como mera ferramenta para a análise de mensagens. Uma elucidação da comunicação é apresentada a partir do imaginário do contágio que surgiu inesperadamente durante o confinamento da pandemia de Covid-19. A experiência do confinamento coletivo "salvo" pela blindagem geral nos permite (re)pensar a comunicação a partir do imaginário da ventilação e do ar, da respiração e da conspiração, da infecção e da imunização, a partir do qual se postula um imaginário atmosférico biopolítico. Nesse sentido, ensaiar a explicação da comunicação como contágio mostra as possibilidades da metáfora e do imaginário em um mundo mutante.

**Palavras-chave:** imaginário, metáfora, tecnologia, tecnocultura, teoria social.

### **1. Comunicología: el sesgo interpretativo de lo imaginario**

Los estudios de comunicación acostumbran a centrarse en el análisis de los productos del proceso comunicativo, en especial, mediático. Hay un impulso por comprender lo que se dice, se representa, se transmite, se muestra, se conversa y se intercambia. Todo ello a través de diferentes soportes, mayoritariamente centrados en lo visual, sea escritura e imagen, y en lo auditivo, música, efectos y voz. En ese impulso la comunicología se convierte en una disciplina interpretativa que transita la búsqueda de significados y representaciones en relación con los individuos y las sociedades. Según la disciplina en la que se apoye la investigación comunicológica la interpretación puede ser semiótica, hermenéutica, mitológica, simbólica, iconológica, lingüística, etc. Pero el impulso será analizar, describir, relacionar, descifrar y traducir un determinado corpus visual y/o auditivo, en el mejor de los casos, en relación con un estado de la cultura, la política y la sociedad. Lo imaginario, como campo de concepto y teorías, se ha leído y se usa, en comunicación, como un campo de posibilidades de interpretación de los discursos públicos, fundamentalmente mediáticos. Así se ha convertido en una herramienta analítica que, en muchos casos, se corta y separa de su base antropológica y ontológica.

Esto tiene al menos dos consecuencias. La primera convertir la teoría de lo imaginario en otra teoría más para privilegiar el análisis del mensaje de manera semejante a otras teorías y metodologías de la comunicación como la *agenda setting*, la teoría del *framing*, la técnica del análisis de contenidos o el análisis del discurso. Todos enfoques y teorías que permiten complementarse con la teoría de lo imaginario aún en sus diferencias epistemológicas (aunque no se las suele mencionar). Ese enfoque parece haber abandonado, también, la interpretación del “continente”, del medio en sí mismo, dejándolo para otras disciplinas como la ecología de los medios.

La segunda consecuencia es que se reduce la capacidad heurística de la teoría enfocándose solo a la actividad de interpretación, olvidando la conceptualización y la explicación, por ejemplo, de la comunicación. No tenemos aún una teoría de la comunicación desde la antropología y la ontología de lo imaginario que incluya diversos aspectos del fenómeno y no sólo el contenido del mensaje. Apenas hay interés en aplicar la teoría de lo imaginario a la definición que incluyen las dimensiones materiales de lo social y lo cultural. Una teoría de lo imaginario de la comunicación en todos sus aspectos como la innovación, diseño, producción, circulación y consumo sociocultural. Un enfoque así sería de gran importancia para una comunicología no centrada en los mensajes sino en las interacciones.

La separación de lo instrumental analítico con la base epistemológica responde al impulso de la comunicología, pero es cierto que encuentra una grieta fértil en las propias teorías del Imaginario Social donde escasea la metodología y/o interpretaciones que ayuden a comprender la relevancia y especificidad de la mirada que lo imaginario promete (Sánchez-Capdequí, 1999).

En primer lugar, se presenta brevemente las tensiones de las teorías de lo imaginario personificadas en la obra antropológica de Gilbert Durand y en la ontología política de Cornelius Castoriadis para mostrar un campo de tensiones teóricas dentro del cual lo imaginario permite entender y explicar el fenómeno de la comunicación. En segundo lugar, se esbozará una conceptualización de la comunicación desde el imaginario del contagio. Aunque el contagio ha servido desde, al menos la modernidad, para explicar la comunicación es en el contexto de la Pandemia COVID-19 que ha resurgido con especial potencia explicativa de los fenómenos comunicativos.

## **2. El campo de lo imaginario**

La palabra “imaginario” usada en relación con las disciplinas académicas tiene una carga negativa porque se la considera una apelación abstracta, imprecisa y/o teórica. Y en muchos sentidos la culpa de semejante desprecio tiene que ver con el uso del término que fluctúa entre la polivalencia -que permitiría ponerla en cualquier contexto- y la indefinición – que facilitaría que todo quepa dentro de ella-. Esta confusa situación constituye un verdadero escollo.

A diferencia de su uso cotidiano donde “imaginario” se utiliza como adjetivo que califica una realidad como inventada e inexistente, en filosofía, psicología o ciencias sociales, “lo imaginario” se utiliza como sustantivo para designar lo que tiene que ver con la “imaginación” entendida como una facultad de representarse las cosas y con independencia de la realidad. Así, la imaginación resulta ser una capacidad creativa de lo no real pero que también puede ser realizable (Ferraris, 1999). Irreal no es solo ilusión o engaño, es ante todo capacidad de creación y creatividad, por lo tanto, posibilidad de otras existencias alternativas y diferentes a las dadas. Esa capacidad se expresa en imágenes en su sentido más amplio como representaciones (gráficas, sonoras, etc.) o como juegos del lenguaje (metáforas, metonimias, etc.). Y es esta “materialidad”, la que permite hablar de lo imaginario en referencia casi exclusiva a la constelación de la imagen (en el sentido de producto y contenido) y, sólo de manera derivada, a la imaginación (como potencia y

capacidad). La investigación parece centrarse en el “contenido” sea noemático, representacional o ideacional y así lo emparenta con conceptos como ideología, universos simbólicos, representación colectiva, etc., de amplia tradición en filosofía y ciencias sociales, y a los que en muchas ocasiones reemplaza a sin que, por ello, quede claro a qué se refiere en cada caso.

La reconsideración de lo imaginario como sustantivo tiene como trasfondo el hecho que, desde la antigüedad, el concepto de imaginario ha estado ligado a la dinámica de las representaciones dicotómicas eurocéntricas que tiende a oponer real a imaginario, razón a imaginación, objetividad a subjetividad. En el fondo de estas dicotomías podría encontrarse un cierto universo intelectual de la filosofía griega, contrariamente a los pensadores chinos o indios, que supone una dicotomía radical entre el ser y el devenir, lo inteligible y lo sensible (Lizcano, 1993). Algo semejante ocurre con las culturas americanas que regidas por la dualidad y la relacionalidad alejan las dicotomías excluyentes (Esterman, 2009; León-Portilla, 1993).

En este texto nos referiremos, en primer lugar, a lo imaginario en su propia y fértil tradición eurocéntrica (Sánchez-Capdequí, 2003) en relación con las tensiones teóricas detrás del concepto tal como aparece en la confrontación de las dos tradiciones más citadas.

### **3. Lo imaginario: dos tradiciones**

La década de los 60 del siglo pasado culminó con la consigna “la imaginación al poder” coincidiendo con el momento de las filosofías de la imaginación. Cada vez que se habla de “imaginario” la bibliografía cita dos libros y dos autores que de manera independiente y sin referirse uno al otro, se han convertido en verdaderos clásicos del pensamiento del siglo XX. El primero de ellos, Gilbert Durand con su libro *Las estructuras antropológicas de lo imaginario* publicado en 1961 y que marcó un momento consolidado en grupos de investigación con redes internacionales de reflexión. Por su parte, Cornelius Castoriadis, desde la reflexión militante del grupo *Socialisme ou Barbarie*, en 1965 terminó de publicar en los números 36 a 40 de la revista del grupo una serie de artículos que luego fueron la primera parte de *La institución imaginaria de la sociedad*, publicado en 1975.

Ambas perspectivas tienen inquietudes y supuestos muy diferentes (Cabrera-Altieri, 2008; Cristiano, 2012) La pregunta y la inquietud de G. Durand se encaminan a la creación de una hermenéutica de lo imaginario entendido como una interpretación del conjunto de imágenes

en clave transcultural y, en muchos sentidos, transhistórica (Sánchez-Capdequí, 1997). Castoriadis encuentra en “lo imaginario” una respuesta para pensar no sólo el cambio social sino sobre todo la creación y autoinstitución de la sociedad. Su pensamiento se presenta como una filosofía de la imaginación entendida como la potencia, individual y social, de creación radical. Aunque parece tomar la expresión “lo imaginario” del contexto psicoanalítico lo desborda totalmente hacia una ontología del ser como *por-ser* y una antropología del hombre como *hacer-se* (Cabrera-Altieri, 2009).

### **3.1. Gilbert Durand: imaginario/imagen**

Gilbert Durand define una teoría de lo imaginario como “conjunto de las imágenes y las relaciones de imágenes que constituyen el capital pensante del *Homo sapiens*” (Durand, 2004, p. 21) o también “el museo de todas las imágenes pasadas, posibles, producidas o por producir” (Durand, 2000, p. 18): Lo que supone “la facultad de simbolización de donde todos los miedos, todas las esperanzas y sus frutos culturales emanan de manera continuada desde hace un millón y medio de años aproximadamente, desde que el *Homo erectus* se ha levantado sobre la tierra” (Durand, 2000, p. 135).

Con imaginario, entonces, se refiere a un “conjunto o colección” de “imágenes” formado por sedimentación a lo largo de la historia de la humanidad, e “imágenes” que son fundamentalmente mitos y símbolos de las diferentes culturas. Son representaciones heredadas y, por lo tanto, posibilidades de representación. La hermenéutica durandiana del imaginario (Durand, 2000, p. 119) tiene tres planos: una teoría general de lo imaginario; los niveles formadores de imágenes simbólicas y búsqueda de las estructuras del imaginario, “una arquetipología general” (subtítulo de *Las estructuras antropológicas del imaginario*) que partiendo de una clasificación de imágenes establezca una hermenéutica, a la vez, desmitificadora y remitificadora. Metodológicamente apuesta a una mitocrítica y un mitoanálisis para constituir una mitología (Durand, 2003, p. 171). La mitocrítica es continuación de las diferentes críticas del siglo XX literarias y artísticas:

Evidencia, en un autor, en la obra de una época y en un entorno determinados, los mitos directores y sus transformaciones significativas. Permite mostrar cómo un rasgo de carácter personal del autor contribuye a la transformación de la mitología dominante o, al contrario, acentúa uno u otro del mito director dominante. (Durand, 1993, p. 347)

La crítica continúa en un mitoanálisis, que es al análisis de un momento cultural y social determinado lo que el psicoanálisis a la psique individual: “porque con frecuencia las instancias míticas están latentes y difusas en una sociedad, e incluso, cuando están ‘patentes’, la elección de uno u otro mito explícito escapa a la conciencia clara, aunque sea colectiva” (Durand, 1993, p. 350).

Las principales, no únicas, ascendientes en el pensamiento de Durand provienen de la filosofía de Bachelard (1993) y del Círculo de Eranos (Ortiz-Osés, 1994, 1997, 2004). Su influencia permite tomarla como referencia fundamental de las teorías centradas en lo imaginario en relación con la imagen proponiendo una comprensión plural. En ese sentido, puede enfocarse el estudio de lo imaginario, siguiendo a Jean-Jacques Wunenburger, según tres maneras de considerar las imágenes: la *imagen reproducción o imagería* en relación con el conjunto de imágenes mentales y materiales, la *imagen sustituto* en relación con lo real ausente, desaparecido o ausente y, la *imagen objeto o imaginal* que son autónomas y dan contenido sensible al pensamiento (Wunenburger 2005, pp. 31-32). Estas últimas constituyen esquemas, formas geométricas (triángulo, cruz) arquetipos (andrógino), parábolas y mitos, y son el auténtico plano original de los símbolos.

Wunenburger considera que las tres categorías de imágenes están imbricadas la una dentro de la otra en la experiencia mental y su distinción tiene como objetivo “rehabilitarla como instancia mediadora ente lo sensible y lo intelectual” porque “las imágenes constituyen así la iconosfera primera, polimorfa y plástica, a partir de lo cual toda conciencia teje sus relaciones con el mundo y con el sentido” (Wunenburger, 2005, p. 32).

El mapa de las imágenes y lo imaginario permite a Durand referirse al destino que ha tenido la imagen en la iconoclasia cartesiana, cientificista y positivista donde el destierro de la imagen es el criterio inicial para el “pensar científico” (Durand, 1971, 2000). Por ello, afirma que explosión de imágenes en la actualidad es un efecto perverso de la “iconoclasia tecnocientífica, cuya pedagogía positivista es el triunfante resultado” (Durand, 2000, p. 46). O, como comenta Wunenburger, la “astenia de las imágenes, que no se nutre más que de artefactos externos (medios audiovisuales, juego, viajes organizados, etc.), engendra una desnutrición psíquica, incluso un verdadero subdesarrollo afectivo” (Wunenburger, 2005, p. 312).

La hermenéutica antropológica de lo imaginario se haría cargo de esta iconoclasia y astenia como una clave para interpretar la cultura y la sociedad en clave transhistórica estableciendo los cursos y trasvases que puedan explicar los conjuntos de imágenes, mitos, símbolos a través de la historia y las diferentes culturas.

### **3.2. Cornelius Castoriadis: imaginario/imaginación**

El imaginario del que habla Castoriadis se aleja de todo esto. Las concepciones de imaginario centradas en la imagen, aun reconociendo el papel de la potencia de la imaginación, tienen como objetivo establecer una interpretación antropológica, sociológica y psicoanalítica de la historia, de la sociedad, de la cultura y de los individuos. Castoriadis afirma contundente, “lo imaginario del que hablo no es *imagen de*. Es creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórico y psíquico) de figuras/formas/imágenes, a partir de las cuales solamente puede tratarse de ‘alguna cosa’” (Castoriadis, 1993, p. 10).

El concepto de imaginario en la obra de Castoriadis surge como necesidad para explicar la posibilidad de una acción política radicalmente creativa, es decir, que no repita bajo diversos ropajes soluciones ya experimentadas (Poirier, 2006). Así el problema de la autonomía social es también el problema de la acción autónoma de los individuos. La “solución” apunta a explicar los elementos no causales y azarosos en la historia y la presencia de la tragedia en la acción humana. Por ello, la hermenéutica de lo imaginario derivada de lo que realmente le interesa, una teoría, una elucidación permanente, para explicar la creación social, la autogénesis de la sociedad. Y eso, no es una tarea constante que, por principio, no puede acabar y que Castoriadis llama elucidación “el trabajo por el cual los hombres intentan pensar lo que hacen y saber lo que piensan” (Castoriadis, 1993, p. 11).

Lo social y la acción humana pensados no como repetición, ni renovación, ni cambio sino como creación, es decir, como alteración indeterminada; en otras palabras, surgimiento de algo que no es explicable razonablemente sólo con sus premisas y antecedentes respecto de las cuales implica un salto ontológico.

Lo social (o lo histórico) contiene lo no causal como un momento esencial... Aparece como comportamiento no simplemente ‘imprevisible’, sino creador (de los individuos, de los grupos, de las clases o de las sociedades enteras); no como una simple distancia en relación a un tipo existente, sino como posición de un nuevo tipo de comportamiento, como institución de una nueva regla social, como invención de un nuevo objeto o de una nueva

forma –en una palabra, como surgimiento o producción que no se deja deducir a partir de la situación precedente, conclusión que supera las premisas o posición de premisas nuevas. (Castoriadis, 1993, pp. 75-76)

Lo imaginario en el pensamiento de Castoriadis es, ante todo, una manera de hacer pensable la creación humana en el sentido más radical, no como reunión o combinación sino como posición de formas nuevas. El sujeto de esta creación es el colectivo anónimo y la psique, y es visible en el surgimiento de nuevas instituciones sociales, en la cultura, el arte y las ciencias. “El ser es creación, *vis formandi*: no creación de “materia/energía”, sino creación de formas. Para esa creación siempre hay condiciones necesarias, pero no suficientes” (Castoriadis, 1998b, p. 250).

Esta ontología de la creación o la génesis es el aporte sustantivo de Castoriadis a la filosofía actual. Su obra camina en el sentido inverso de la mayoría de los autores principales de lo imaginario. No le interesa una hermenéutica, ni sociológica ni cultural, ni siquiera psicoanalítica. Su meta lo conduce hacia una explicación del mundo humano partiendo del caos inicial. Caos entendido en el sentido griego como vacío o sin fondo y no en el sentido habitual de lo desordenado o desorganizado. Para Castoriadis, la acción autónoma y lo histórico-social sólo son posibles si se asume que lo que existe proviene del caos, del abismo, del sin fondo (Cristiano, 2009).

La teoría castoriadiana de lo imaginario constituye en primer lugar una ontología política y, sólo de manera derivada, una hermenéutica. Las instituciones y las significaciones son redes para recubrir el sin fondo, el caos, el vacío sobre el que se alza la civilización humana. Las obras humanas son una demostración de que se puede “crear significación habitando al borde del abismo” (Castoriadis, 1997, p. 84).

La arquitectura de su obra se construye desde dos polos: la autonomía de lo humano en tanto condición histórica y proyecto, y la ontología del ser como por ser. En primer lugar, el proyecto de autonomía, como nuestra condición histórica que no permite respuesta fundadora de su por qué, es un núcleo central del imaginario social moderno-contemporáneo. En segundo lugar, su ontología del ser como magma que no puede ser comprendido ni con la lógica conjuntista-identitaria ni con irracionalismo. Esta ontología tiene como categoría la creación, el ser por-ser, la emergencia de lo totalmente nuevo no como repetición o ni combinatoria. La creación más importante de todas son la de los

sentidos y las significaciones, y de allí la importancia de la imaginación radical como flujo permanente de representaciones, afectos y deseos, dimensión de la psique y clave para la interpretación del sujeto. Y el imaginario social como dimensión fontal de lo histórico-social, una imaginación no psicológica, colectiva y anónima. Ese imaginario -del sujeto y de la sociedad- implica un juego de lo instituyente y lo instituido y en ese sentido, es fuente primera de creación, es decir, que la distinción entre real e imaginario es una oposición producto de la imaginación radical.

La reflexión de Castoriadis apunta a una elucidación que no es ni interpretación, ni teoría, ni hermenéutica en el sentido habitual porque “la idea misma de una teoría acabada y definitiva es quimérica y mistificadora” (Castoriadis, 1993, p. 219).

### ***3.3. Imaginario entre la antropología y la ontología***

Esta breve presentación permite comprender que estamos antes dos modos de concebir lo imaginario. La propuesta de Durand implica una antropología que epistemológicamente permite una semiótica y una hermenéutica. Una semiótica estructural desde diversas disciplinas (lingüística, crítica literaria, antropología, etc.) y una hermenéutica simbólica más o menos “religiosa” (Jung, Bachelard, Eliade, Durand). En este contexto el psicoanálisis tiene su propio lugar como disciplina de interpretación en relación con las imágenes (Jung, 1991), como interpretación de los procedimientos de transformación lo imaginario inconsciente a imaginarios conscientes, o como proceso de formalización (Lacan) (Wunenburger, 2008, p. 30).

Wunenburger resume esta teoría de la imaginación y lo imaginario, de G. Durand pero también Gaston Bachelard o Henri Corbin, del siguiente modo **(1)** no todas las representaciones de imágenes tienen origen empírico, **(2)** lo imaginario se inserta en el cuerpo y en significaciones de una imaginación trascendental como el ensueño de Bachelard o los mitos de Durand; **(3)** la imaginación produce representaciones figuradas, connotativas, abiertas que luego la racionalización reduce al sentido unívoco, **(4)** lo imaginario es inseparables de obras mentales o materializadas que sirven para construir el sentido de la vida, y **(5)** lo imaginario se presenta como un conjunto de representaciones y afectos ambivalentes (Wunenburger, 2008, p. 25).

Castoriadis por su parte, concibe una teoría de lo imaginario como una clave para indagar los fundamentos de la ontología (Castoriadis, 2004, 2006). La imaginación sería la fuente

primera de creación, entendida, como la capacidad de hacer surgir lo que no está dado, capacidad de plantear formas nuevas. Conceptualmente imaginación radical es sinónimo de imaginario primero, capacidad de creación de significaciones (imágenes visuales y acústicas, ideas, conceptos, etc.) por medio de las cuales el mundo adquiere forma para el ser humano. La imaginación radical origina aquello a partir de lo cual surgen los esquemas que condicionan las representaciones y los pensamientos, es la condición trascendental de lo pensable y representable. Ese imaginario primero tiene un aspecto individual, psíquico, la imaginación radical y otro colectivo, la imaginación social instituyente, ambas dimensiones son irreductibles.

La ontología castoridiana piensa el ser como autocreación, como potencia indeterminada y determinante. El ser como emergencia de lo otro, de novedad radical, es decir, que no se puede producir ni deducir de otras formas. Por ello, el tiempo es alteridad-alteración, fuente inagotable de novedad, potencia de creación inmanente, es ser que siempre está por ser. De allí que el sujeto y lo social se entiendan como proyectos de autonomía como producto de la capacidad de autoinstituirse de manera consciente y deliberada (Joas, 1998).

Las tensiones de estos dos modos de comprender lo imaginario podría resumirse, como lo hace Javier Cristiano, como la tensión entre el sentido o el abismo, lo sin fondo; la persistencia estructural o la novedad radical; el universalismo o la elucidación; el humanismo ecuménico o la revolución (Cristiano, 2012, pp. 104-106).

El objetivo aquí, en un trabajo de comunicología, no es tomar partido por una u otra línea de lo imaginario sino destacar un espacio de tensiones constitutivas del campo que lejos de confundir expresan su riqueza. Todo ello a condición de que se lo tome serio como un enfoque antropológico y ontológico de la comunicación y no como un mero espacio funcionalista de interpretación de contenidos mediales. En todo caso, asumir las hipótesis hermenéuticas implica comprender el fenómeno en tanto tal, en su historicidad cultural y en su especificidad social de tal manera que pueda darse un paso más de conceptos sociológicos como “representaciones colectivas” o “ideología” (Thompson, 1982; Baczko, 1990).

#### **4. Imaginario, comunicación y metáfora**

Entre el imaginario/imagen durandiano y el imaginario/imaginación castoridiano pueden presentarse diferentes caminos para pensar la comunicación (Pintos, 2005; Dittus, 2006;

Cabrera-Altieri, 2019, 2022b) pero tal vez la vía de la metáfora (Lizcano, 2006, pp. 37-71) sea una de la más productiva. Nietzsche entiende la verdad como la fijación insensible de las metáforas, metonimias y antropomorfismos (Nietzsche, 1970). Lakoff y Johnson (2009) mostraron el papel cognitivo de las metáforas en la vida cotidiana. En todo caso, la metáfora que se ha sido arrinconada a su condición de tropo retórico tiene un importante lugar como forma de conocimiento, más aún, como “el motor del pensamiento”, ya que “sin conceptos no hay pensamientos y sin analogías no hay conceptos” (Hofstadter & Sander, 2018, p. 21). La “metáfora viva” que se refiere al poder que tiene el discurso para “redescribir la realidad” y, por lo tanto, la posibilidad de ocupar un lugar en el verbo que señala, en un doble movimiento, el “no es” y el “es como” (Ricoeur, 2001, p. 13). En ese movimiento la metáfora reenvía a los contextos sociales y culturales, a las experiencias de los sujetos, a sus estados de ánimo y a sus intereses. La metáfora transporta, en múltiples caminos de idas y vueltas, los enunciados, las imágenes, los significados, etc. hacia lo imaginario.

La comunicación ha sido enfocada desde la metáfora movilizand o diversos imaginarios sociales como la orquesta, la transmisión, el contenido/continente, aguja hipodérmica, bala mágica, red, etc. (Krippendorff, 1997; Hjarvard, 2016, pp. 34-37; Cabrera-Altieri, 2022a). Pero también, comunicación y metáfora comparten un imaginario de viaje transformador, alquímico, entre lo determinado e indeterminado, entre lo definido y lo indefinido, del sentido (Cabrera-Altieri, 2022b, pp. 77-96). La comunicación/metáfora indica tanto la esencia metafórica de la comunicación como la clave comunicacional de la metáfora. En ambos casos, su sentido se refiere a la posibilidad de trasladar, conducir, el sentido de un lado al otro. Hacen referencia a la ambivalencia de lo humano, a la necesidad de serpentear la cultura para ver las conexiones de sentido que funcionan siempre en movimiento. Comunicación y metáfora insisten en el sentido como movimiento permanente que busca presentarse como congelado, quieto y detenido y, por lo tanto, como sentido dado. Frente a ello, la comunicación y la metáfora postulados desde lo imaginario insisten en la búsqueda de lo que está en movimiento en la pétre a presencia.

## **5. La metáfora en un mundo mutante**

Metáfora y comunicación comparten la idea del traslado, del movimiento, del contacto de realidades diferentes, distantes, en principio no relacionadas. Señal -lo que se lleva- y su transporte han ocupado un lugar privilegiado en la definición de comunicación. Lo que soporta una señal, lo que lleva, es decir, semáforo, del prefijo griego *sema*, signo, señal, y el adjetivo *phoros-phorein*, llevar, soportar. El semáforo, el aparato que regula la circulación

urbana, ya no lleva signos sino señales. Ya no mensajes sino ordenes de coordinación (Cabrera-Altieri, 2022b, pp. 18-20).

La palabra semáforo recuerda la relación entre el signo, la señal o código y su transporte y, con ello, la correspondencia entre la comunicación y la distancia. No resulta extraño entonces que la definición de información proveniente de la computación y la industria telefónica (la célebre “teoría matemática de la información” de Claude Shannon) aparezca triunfante como explicación del fenómeno de la comunicación humana. La información cuantificada en bit y relacionada con la entropía, la probabilidad, la no certeza, el caos (Gleick, 2012, pp. 207-235). Información como semáforo, señales no significadas. Lo que coincide con el arrinconamiento de la palabra metáfora en la especialización académica. Sin embargo, metáfora es lo que lleva más allá (el prefijo griego *metá-* más allá o después de, y *phoros-phorein*: pasar, llevar). La comunicación/metáfora lleva, transporta más allá, el significado, el sentido. Rompe los límites claros y distintos. Semáforo, lo que transporta señales, señala, pero la metáfora, lleva más allá de ella.

Tal vez la negación y ocultamiento de estas dimensiones sea parte de una interpretación de la sociedad actual como disfórica (Preciado, 2022, p. 23). Disforia, del prefijo griego *dys-* que retira, niega, indica dificultad y *phoros-phorein*. Si el semáforo desaparece como semántica del imaginario de la comunicación y la metáfora se la arrincona como figura retórica, sólo nos queda la disforia, la dificultad o el mal llevar, el trastorno generalizado de la comunicación por el poder de las tecnologías y la desposesión de la agencia humana en su capacidad de comunicar, es decir, de trasgredir creativamente los límites de la razón y el orden impuestos. Un mundo disfórico en búsqueda constante de la literalidad, de una comunicación/código unívoca, clara y distinta, y en el que destaca la necesidad de rescatar la metáfora como camino hacia la interpretación de lo imaginario de la comunicación.

Paul B. Preciado en *Dysphoria mundi* (2022) describe el mundo actual como algo sucedido o por suceder, sino algo que está sucediendo con cambios en todos los ámbitos. En su proyecto filosófico busca “desplazar y resignificar esta noción de disforia para comprender la situación del mundo contemporáneo en su conjunto, la brecha epistemológica y política, la tensión entre las fuerzas emancipadoras y las resistencias conservadoras que caracterizan nuestro presente” (Preciado, 2022, p. 25). Generalizando la noción de disforia, Preciado relata el modo en que la pandemia anuncia la disolución de un régimen capitalista, patriarcal y colonial. Asimismo, pone de manifiesto la necesidad de apostar por una nueva forma de

vida, que hasta ahora es descalificada como improductiva y anormal (Cabrera-Altieri & Angulo-Egea, 2023).

Este artículo se inscribe en el diagnóstico de un mundo mutante (Angulo-Egea & Cabrera-Altieri, 2023) donde es necesario la búsqueda de una metafórica imaginal que proponga nuevas posibilidades para (re)pensar la comunicación actual. Ya se ha expuesto esta vía en relación con el imaginario textil de la comunicación (Cabrera-Altieri, 2019, 2022a). A continuación, se examina el imaginario del contagio para pensar la comunicación.

## **6. La comunicación como contagio**

Las teorías del imaginario permiten ensayar una interpretación de la comunicación como contagio sin necesidad de centrarse en los mensajes y en los contenidos explícitos sino en el hecho de las interacciones, en el fenómeno de apantallamiento pandémico que es, en sí mismo, la emergencia de un imaginario. Para ello, tendremos en cuenta la dimensión imaginal de Durand, la instituyente del imaginario de Castoriadis y el diagnóstico de un mundo mutante.

### **6.1. Transmisión: la emergencia de otro sentido**

La posibilidad de la transgresión creativa del fenómeno comunicativo se manifestó a nivel global en el marco de la pandemia de coronavirus (COVID-19) causada por el virus SARS-CoV-2 y que, una vez superada la emergencia sanitaria, ha quedado normalizada en el espectro de las diferentes gripes activas en la sociedad actual. La gripe por virus SARS-CoV-2, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) es una enfermedad infecciosa que, para la mayor parte de los infectados, se experimenta como una enfermedad respiratoria con algunas complicaciones en personas mayores y con enfermedades subyacentes. La OMS asegura que el virus se propaga “desde la boca o nariz de una persona infectada en pequeñas partículas líquidas cuando tose, estornuda, habla, canta o respira”. (<https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>). En consecuencia, en tiempos de la pandemia obligó a modificar todas las pautas de relación social a partir de normativas legales de aislamiento, confinamiento, recomendaciones de distancia física y uso de mascarilla para cubrir boca y nariz. La urgencia sanitaria por pandemia fue decretada por la OMS el 30 de enero de 2020 y concluida el 5 de mayo de 2023. La enfermedad en la actualidad cursa como una variedad de gripe con síntomas como fiebre, tos, y sensación de falta de aire.

La experiencia de la pandemia, con su sensación de amenaza y con las respuestas políticas y sociales que generaron, paradójicamente recordó que vivir es con-vivir y que eso significa respirar juntos y, que, por lo tanto, comunicarse es compartir el aire y el aliento. La comunicación se reveló como aliento, aire y vibraciones que sale de la boca en forma de sonido. Comunicarse como compartir esas vibraciones aéreas o etéreas. Compartir el aliento del que habla cerca, pero también del que besa y es besado. La atmósfera como soporte material de la comunicación. No una atmósfera definida como ondas electromagnéticas sino una mucho más básica, como aire con partículas. La idea de la comunicación como “espacio-entre” (Silva-Echeto, 2014, pp. 31-35) volvía a recordar la materialidad del soporte aéreo. Esta experiencia re-abrió un campo de analogías que conducen o re-conducen a un imaginario creativo y crítico de la comunicación humana como contagio donde lo aéreo no significa inmaterial como parece sugerirlo la metáfora de la “nube” empelada para el *Big Data* (Mosco, 2014).

### **6.2. La comunicación es aire y conspiración**

En su investigación sobre lo imaginario y el aire, Bachelard (1993) analiza las imágenes poéticas que se relacionan con ello. Entre ellas, el vuelo, las alas, la caída imaginaria, el cielo azul, las nubes, las constelaciones, las nebulosas, el viento, el movimiento o la libertad. La clave de su interpretación la encuentra en el “vuelo onírico” (Bachelard, 1993, p. 58), en el movimiento ascensional: “el vuelo es una trascendencia de la grandeza” (p. 84). Su romanticismo, incluso su platonismo (Durand, 2003, p. 134), privilegia el ascenso centrado en el esplendor del cielo, la pureza del aire y de la luz (Bachelard, 1993, pp. 94-95) y por ello, “la imaginación de la caída como una especie de enfermedad de la imaginación de la subida, como la *nostalgia inexpiable de la altura*” (p. 120). Durand retoma esta idea en su interpretación de los “símbolos ascensionales” (Durand, 2003, pp. 131-150). En este sentido podemos afirmar que la comunicación participa de la condición aérea y se relaciona con la conspiración.

*La comunicación es aire*, tanto en un movimiento ascensional como en un sentido mucho más básico, las ondas sonoras no se propagan en el vacío. En el uso cotidiano decimos que “alentamos” a alguien, una persona o a la selección de fútbol, entendiendo que “dar aliento”, es dar vida y vitalidad. Animar es invitación a subir desde el suelo, a levantarse, a erguirse, por lo tanto, a ser humano, animal bípedo. Mitológicamente, el alma, hálito vital, fue insuflada en la creación cuando Dios sopló a su criatura y adquirió vida (Gn. 2,7), por eso, el

aire ha sido considerado como la materialidad del alma del ser humano que, al morir, exhala o expira, es decir, larga el último aliento, el último aire.

La palabra pronunciada, el sonido con sentido, tiene lugar entre el aire insuflado por la divinidad y la exhalación final. Hablar y respirar son movimientos vitales. Hablar es aire y es vida. Ponerse a dialogar con otros es compartir la atmósfera, la vida. Hablar es producir ondas en el aire compartido porque el aire es el primer soporte material de la comunicación. Los códigos mayas lo representan a través de volutas, los cómics lo hacen con un globo que contiene lo expresado. El aire como medio de comunicación compartido, la sustancia del vínculo.

Comunicarse es respirar juntos, generar una atmósfera común, con sus humos, olores y sus contaminaciones. Por eso, el menos en castellano, cuando una pareja o unos amigos cercanos no quieren verse por un tiempo, se dice que “necesitan aire” o que quieren “buscar otros aires”. Es decir, romper una relación de comunicación amorosa, aunque sea de modo temporal, se diagnostica como que el aire compartido se percibe como *enrarecido* y que no deja respirar. Por ello, la solución es alejarse de esa atmósfera para buscar otros aires: frescos, nuevos, “más oxígeno”.

*La comunicación es, por ello, conspiración.* Su etimología deja claro el peligro de compartir la misma atmósfera donde un “nosotros” intercambia palabras en cercanía, en confianza. “Con-spirar”, *spirare*: respirar, exhalar aire del cuerpo, *respirar con, junto a*. Conspirar, aspirar, juntos otra cosa, otra situación, otra política. *Aspirar* en la mitología lleva al movimiento ascendente, en política advierte sobre el *estar juntos*.

El poder siempre ha sospechado de los grupos que comparten complicidades. “Están demasiados cerca”, entre “ellos”, y “no escuchamos qué dicen”. Sobre todo, si los grupos se componen de “otros” con diferencias lingüísticas, étnicas, de género. Siempre han despertado sospecha los grupos que se reúnen en su propio espacio porque hablan en murmullos que no se entienden, porque tienen un color de piel diferente o porque están “hablando sus cosas”.

El aire compartido, el *respirar-con-otros*, está mal visto si se trata de los que no tienen poder: los pobres, los racializados, las mujeres, los trabajadores. A ellos se les aplica la conspiración como una acusación. Por el contrario, los poderosos tienen su propia

arquitectura luminosa para compartir respiración, salas y salones donde se reúnen, no para conspirar sino para hacer política y negocios. Los poderosos y los representantes del poder, político y/o económico, pueden reunirse para compartir el aire, respirar juntos y aspirar a mejorar su situación sin que eso tenga connotaciones negativas o sospechosas para la “sociedad”.

Compartir el aire cuando no se tiene poder aparece como amenazante y subversivo. La atmósfera del povero y de los racializados huele mal, porque *tran-spiran*, es decir, huelen porque sacan sus aires a través los poros de la piel. La comunicación es respirar juntos, compartir la atmósfera, pero también en eso hay desigualdad social, unos son sospechosos y amenazantes, otros, en cambio, toman decisiones de lo que debe hacerse.

En la actualidad los grupos cerrados de Facebook, Whatsapp o Telegram, se han convertido en elementos claves de la desinformación y la polarización política (Pariser, 2017). La administración algorítmica de la comunicación digital, a diferencia de los antiguos grupos políticos alternativos, aleja de la conversación (Turkle, 2017) y refuerza el prejuicio y el negacionismo conspiratorio como lo ha demostrado el escándalo Facebook-Cambridge Analytica en el marco de la campaña de Donald Trump en 2016. En estos grupos, configurados como privados, los miembros están protegidos por el anonimato que les permite la red social y les sirve como punto de reunión para superar la distancia física y la soledad reforzando sus creencias. La configuración de privacidad de las redes sociales sirve para la creación de un espacio de conspiración.

### **6.3. Comunicación y olor**

La comunicación humana huele: el olor de los seres queridos, el olor de la comida de la infancia, el perfume de los amantes. Unos y otros, al estar cerca y compartir el aire, sienten los olores corporales. El olfato es el sentido más básico de los seres humanos, el que conserva la memoria más antigua de la vida humana. El olor aparece muchas veces de manera imperceptible, casi inconsciente. Es un aspecto fundamental de la comunicación pero que vivimos la mayoría de las veces de manera imperceptible. “A los olores se los silencia, se los ignora. Y en ciertos casos, se los desprecia y hunde en el abismo de la vergüenza” (Kukso, 2022, p. 14).

El olor tiene clases sociales, etnias y género: las transpiraciones nos diferencian, nos ataren y nos repelen. Compartir aire y respirar juntos nos enfrenta al fenómeno del olor con sus

clases sociales y sus cuerpos racializados y sexuados. Corbin se refirió a “la pestilencia del pobre” (Corbin, 2005, p. 158) y Orwell escribió que “las clases bajas huelen”. “El verdadero mal se hacía, en su opinión (de Orwell), cuando se decía que los obreros eran sucios por naturaleza: la repulsión física representaba una barrera infranqueable” (Kukso, 2022, p. 238).

La industria del desodorante con sus perfumes, jabones, champús, anti-transpirantes, dentífricos, venden y promocionan estrategias para mejorar la atmósfera. Los perfumes son tácticas de comunicación para la mejora de los ambientes laborales, familiares y de pareja. Los diccionarios dicen que desodorante es lo “que destruye los olores molestos o nocivos” y el “producto que se utiliza para suprimir el olor corporal o de algún recinto”. La sociedad adorna el olor para hacerlo más aceptable y, sobre todo, uniforme.

Olor y desodorante se convirtieron en los siglos XVIII y XIX en parte de las “reformas higiénicas (que) tenían por objeto mejorar la salud de los ciudadanos” (Álvarez-Barrientos, 2017, p. 89) y que se basaban en una creencia común de la época:

que el aire influía directamente sobre el organismo, porque transportaba miasmas o porque su excesiva frialdad, calor, sequedad o humedad se transmitían al organismo y, por último, porque el aire ejercía, por acción mecánica, una presión directa sobre el cuerpo. El aire era considerado uno de los grandes factores patógenos. (Foucault, 1999, p. 376)

La solución a semejante problema fue la apertura de “arterias” y “vías” -siguiendo la metáfora de la ciudad como cuerpo- (Álvarez-Barrientos, 2017, p. 86) derribando los obstáculos que impedían una buena circulación del aire que, junto a la del agua, garantizarían un ambiente salubre. Todo ello significó una verdadera revolución perceptiva en la que el olfato ocupó un lugar central. Estrategias como el pavimento, el drenaje, la ventilación, la desinfección, etc. moldearon una nueva sociedad donde el olor, público, de clase, urbano, doméstico o íntimo, fueron un centro de acción. Todo ello lo ha analizado, desde la historia de las percepciones y el imaginario social, Alain Corbin afirmando que, entre los años 1750 y 1880, “el excremento, el lodo, el fango, el cadáver suscitan enloquecimiento. La ansiedad fluye desde la cima de la pirámide social reaviva la intolerancia a la hediondez” (Corbin, 2005, p. 247). Olores de los proletarios y del pueblo, las secreciones de la miseria. El burgués emprende el cambio perceptivo que incluye la reforma de su propia casa con la transformación de letrinas, cocinas y gabinetes de aseo. Así

como el aislamiento y la incomunicación fueron estrategias contra el contagio del Covid-19, la modernidad convirtió la circulación de aire, el airear, en una estrategia sanitaria a través del urbanismo y la arquitectura.

La imaginaria de circulación comenzó a gestarse en relación con el descubrimiento de la circulación sanguínea a lo largo del siglo XVI explicada en el siglo XVII por William Harvey. La anatomía humana se convirtió en una clave y matriz de interpretación del “cuerpo social”: “a los descubrimientos de la circulación sanguínea se le debe el paradigma de la mecánica corporal con su ley de la necesidad fisiológica funcional” (Mattelart, 1995, p. 35). Luego el capitalismo la convirtió en clave de la globalización como libre circulación del capital. Circulación sin barreras para los capitales financieros y controlada policialmente para las personas. La circulación de aire de la arquitectura y las ciudades modernas se ubica en esta genealogía de la comunicación (Mattelart, 1995, pp. 19-110) de una modernidad cuya experiencia común fue la del desvanecimiento de todo lo estable (Berman, 1988).

#### ***6.4. Contagio y apantallamiento tecnológico***

La condición aérea de la comunicación aparece con toda claridad en relación con el contagio. En el “hablar al aire” aparece la posibilidad clásica de entender la comunicación independientemente del modelo dialógico o de diseminación (Peters, 2014). La comunicación es la atmósfera del contagio. Toda familia que tiene o ha tenido niños pequeños ha experimentado el contagio familiar de una gripe cuando comienza la escuela por primera vez. Y a continuación toda la familia se contagia. La familia o los amantes viven en una distancia de contagio porque el aire del cuerpo no es solo aire, es también pequeñas presencias líquidas como en la transpiración y como en las microgotas que despedimos al hablar.

La pandemia recordó que hablar contagia porque las microgotas de saliva que salen cuando conversamos en sitios cerrados permanecen varios minutos en el aire. Al hablar se producen miles de gotas de fluido oral por segundo y estas pueden albergar patógenos respiratorios.

La comunicación significa aliento, bueno o malo, agradable o no, pero, sobre todo, posibilidad de contagio. Contagio de lo bueno y de lo malo. Contagio como contacto y relación. “Contagiarse” es también dejarse influir por la presencia del otro, por sus palabras, su requerimiento, sus ideologías y creencias, sus acciones.

La pandemia retomó la idea de comunicación como contagio y la ciencia médica nos pidió como solución estrategias de alejamiento de unos a otros, para que no *conspiremos* ni nos *contagiamos*. Estrategias consistentes en cubrir nariz y boca para no respirar juntos los males-aires y alejarnos, distanciarnos físicamente, unos de otros para no compartir la atmósfera común.

Frente a la prohibición de compartir aires comunes nos encerramos en las pantallas de los dispositivos digitales conectados a internet: teléfonos, computadoras, tablets. El imaginario de un mundo de pantallas omnipresentes (Vizer & Carvalho, 2019) se hacía realidad. Educación, trabajo, ocio, relación con los amigos, con los extraños... toda la cotidianidad, en unos pocos días, se trasladó a las pantallas. El encierro detrás de las pantallas las convirtió en defensa contra el contagio y generalizó una nueva comunicación. “Nueva” porque pasó de ser una práctica de individuos y grupos según sus inquietudes y necesidades a una política de supervivencia en muchas poblaciones.

La pandemia llevo a vivir intensamente y de manera generalizada una vida en y para las pantallas como única socialidad posible en los días de confinamiento. La “pantalla” protege (el rostro, los ojos) pero también oculta (“pantalla de humo”; “le sirvió de pantalla”). Una cortina es, según el diccionario, una “tela que por lo común cuelga de puertas y ventanas como adorno o para aislar de la luz y de miradas ajenas”. En la pandemia, las pantallas nos permitieron vivir “protegidos” y también aislados y “escondidos”. Pantallas como superficies donde los espectros se proyectaban sobre una tela cada vez más intangible. Planos y superficies hechos de puntos y píxeles (Silva-Echeto, 2014, pp. 31-35). Pantalla, en portugués “tela”: superficie de la parte frontal del televisor, ordenador o aparato similar donde se forma la imagen. En español, hablamos del “telón” en relación con el teatro para referirnos a la cortina que separa el escenario del público. La expresión “se levanta el telón” significa que comienza el espectáculo (teatral, deportivo, etc.) y puede connotar la idea de “se inicia algo”, un trabajo público, por ejemplo. La expresión “se baja el telón” sinónimo de “terminó el espectáculo”, se usa en sentido figurado como “poner fin a algo”. Las pantallas digitales protegieron del contagio y permitieron el contacto con otros. Una tela, una cortina, un manto, protector no solo de la mirada, sino ante todo del posible contagio por contacto con el otro.

“La era digital es la cumbre del proceso de silenciamiento olfativo que empezó hace doscientos años” (Kukso, 2022, p. 373). El mundo del apantallamiento digital se comunica

sin compartir el aire. En el mundo digital, la vista tiene imágenes y colores, los oídos sus palabras y sonidos, pero los olores son los propios. Como la pandemia mostró, lo digital nos hace sospechar del aire compartido, y con ello, de los olores. El cuerpo digital devenido en imagen no tiene aroma (ha habido y hay múltiples proyectos tecnológicos por integrar los olores, pero aún no tenido éxito). La comunicación digital convierte el cuerpo en imagen aprovechando las ondas por las que se transmite, pero el cuerpo que huele emite moléculas.

La comunicación sin aliento, sin aire, sin atmósfera comenzó al menos con la escritura que permitió trascender el espacio y el tiempo. Sin embargo, la lectura que durante siglos fue oral y compartida regresaba el mensaje a un ambiente físico compartido. La lectura solitaria y silenciosa, promocionada desde el romanticismo, fomentó el hablar de la conciencia, el diálogo interior sin aire. Luego, las tecnologías eléctricas con su prefijo de distancia *tele-* y en su sucesión histórica de grafía, sonido e imagen (telégrafo, teléfono y radio, televisión) reforzaron la posibilidad de un tipo de comunicación sin el riesgo del contagio de enfermedades corporales, pero con creciente capacidad de efectos, de difusión y de refuerzo, de creencias y visiones de mundo.

En pandemia las *tele*-tecnologías fueron la clave de la sociabilidad. Una situación nueva para los humanos obligó a una comunicación sin cuerpo, sin sincronizar el aire que respiramos, sin tocarse, sin olores ni aromas. Y la solución fue convertirse en píxeles de pantalla para salvarse del contagio. La pantalla funcionó como un profiláctico, sugiriendo la percepción de que con ella no había contaminación. El uso de la pantalla apareció como una forma de pureza, de inmunidad. Reforzando la idea de lo tecnológico como efectivo y eficiente y, sobre todo, como neutro. Una neutralidad promocionada como transparencia inmunitaria. Sin embargo, sin perfume, sin aire, sin tocarse no deviene la pureza de la interacción, sino su transformación en conexión como modo tecnológico de la sociabilidad. La algoritmización de las interacciones y el apantallamiento de los cuerpos.

### **6.5. Comunicación e inmunidad social**

Roberto Esposito (2006) ha desarrollado un modelo inmunitario de la política moderna en referencia a la “tendencia cada vez más fuerte a proteger la vida de los riesgos implícitos en la relación entre los hombres, en detrimento de la extinción de los vínculos comunitarios” (p. 10). De manera que para defenderse del contagio se “inmuniza” la vida social de tal modo que se le niega su sentido de “lo común”.

El uso de estrategias y aparatos de control “permiten a los hombres “vivir próximos” sin tocarse, esto es, ampliar la esfera de la autosuficiencia individual a través del uso de “máscaras” o “armaduras” que les defiendan de un contacto indeseado y pernicioso con el otro” (Esposito, 2012, p. 41). Siguiendo a Luhmann, en su teoría de la sociedad como sistema abierto, considera que la “comunicación ya en sí misma es inmunización... o, de modo complementario, la inmunización es la forma misma de la comunicación” (Esposito, 2002, p. 70).

La comunicación es contagio. En su apariencia de refugio tras la pantalla, se convierte en inmunización. Si en la pandemia la falta de aire era el síntoma del contagio individual, la comunicación apantallada era manifestación de la comunicación en su capacidad de proximidad humana sin contacto. De sociedad devenida imagen, sin cuerpo. Enmascaramiento contra el virus y conexión humana, es decir, de estrategia biopolítica.

En una época de tecnologías de “aire acondicionado” y “purificadores de aire” tal vez convenga recordar que “lo puro” en lo que se entretiene, por ejemplo, Bachelard, no es de manera alguna un camino para entender la comunicación. Las protecciones frente a la impureza y la enfermedad transmitida por el aire no se entienden con la estrategia mítica poética de lo ascensional sino del movimiento “adentro-afuera” de la inmunización y el contagio. A la manera como Paul B. Preciado siguiendo a Burroughs entiende la escritura como un virus que alcanzó el estado de simbiosis con el cuerpo humano. La escritura como un virus transmisible, la comunicación como transmisión vírica, como contagio.

Preciado (2022) destaca el potencial político “de pensar el lenguaje como un parásito que coloniza nuestro sistema nervioso” (p. 71). La comunicación es contagio porque “escribir o hablar no es transmitir información, sino contaminar. La escritura es siempre infección” (Preciado, 2022). Una infección que se transmite al sistema nervioso central a través de las pantallas interconectadas. Contagio, que además muestra otra dimensión del “consumo” como devorar. Un camino explorado por la iconofagia (Baitello, 2008) que analiza el vínculo de imágenes y cuerpos: cuerpos que consumen imágenes (a través las pantallas) e imágenes que consumen cuerpos (transformándolos performativamente) (Silva-Echeto, 2018, 2019).

## **7. Conclusión: lo imaginario y la comunicación**

En 1983 se usaba en público por primera vez el término “virus” aplicado a la computación. Era una acepción extraña, pero “casualmente” coincidía la época en la que se había aislado

el virus de una nueva enfermedad llamada SIDA. El virus informático era un código que infectaba una computadora y se lo consideró como un problema grave de seguridad (<https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/mundo-digital/la-historia-de-los-virus-informaticos/>). Un enfoque desde el imaginario entiende esta metáfora como la emergencia de sentidos de lo amenazante para la vida humana hacia lo amenazante tecnológico y, en definitiva, hacia lo que inquieta a una sociedad llamada, en ese momento, “del riesgo” (Beck, 1998). El contagio desde entonces ronda el imaginario de las relaciones y el contacto humano.

La condición aérea de la comunicación concentra toda la ambivalencia de la modernidad (Bauman, 2005). Conspirar es estar juntos, pero también amenazar; el olor atrae y seduce, pero puede ser motivo de aversión; los virus infectan, pero permiten las vacunas; amenazan, pero viralizar indica éxito en la comunicación; necesitar aire puede ser síntoma de ahogo, pero también posibilidad de crecimiento. El imaginario de la comunicación como contagio permite una elucidación de la transformación de la condición corporal de la sociabilidad, su algoritmización y apantallamiento.

Más allá del uso instrumental de los imaginarios sociales para el análisis del contenido de los mensajes mediales, las teorías de lo imaginario presentan la posibilidad de comprender el fenómeno comunicativo en un mundo mutante. Nuevas metáforas para nuevos conceptos son posibles y necesarios para posicionarse desde las grietas, los silencios y las negaciones en las que se arrinconan los sentidos subalternos y liberadores.

La comparación de las dos tradiciones principales en ciencias sociales, G. Durand y C. Castoriadis, muestra que lo imaginario designa niveles diferentes de comprensión de esa realidad. La tradición de la Escuela de Grenoble con un sesgo estructuralista busca comprender la cultura humana, y en ellas podemos ubicar las producciones comunicacionales, en sus relaciones con la imagen en un sentido amplio que abarque las elaboraciones icónicas, escriturales, sonoras, transmediales, en relación con la producción social de sentido desde los pozos y cuencas históricas, míticas y simbólicas.

La filosofía de Castoriadis postula el trasfondo del sentido como lo imaginario radical, condición de producción de los imaginarios sociales concretos y actuantes. La capacidad humana, irreductiblemente social e individual, que explica la arbitrariedad del sentido y, por lo tanto, la posibilidad de la crítica y la creatividad en la lucha por la autonomía.

La metáfora, entendida como analogía epistemológica permite establecer un puente entre ambos enfoques para tener en cuenta a la vez la arbitrariedad de las significaciones y el fondo histórico-cultural. Aplicado a la comunicología conduce a considerar definiciones alternativas para nuevas relaciones y conexiones humanas.

La comunicación como contagio, ocultada por el concepto informático de virus y el uso positivo de viralizar, resurge desde el revés de la comunicación, desde la prohibición de estar juntos para no infectarse. En vista a la búsqueda permanente en convertir los cuerpos y las sociedades en dígitos y píxeles (Realidad Virtual, Metaverso, 5G, etc.) convendría retomar lo experimentado en el confinamiento para pensar la comunicación desde lo imaginario del airear y el aire, la respiración y la conspiración, la infección y la inmunización.

Lejos de una comunicación profiláctica, lo digital con su algoritmización y apantallamiento constituyen una nueva ontología social que redefine lo real. Con su halo de objetividad y neutralidad, de efectividad y de misterio, se presentan como la realización de una promesa de atmósfera segura, de aire puro y de contacto sin infección. Invitan a entregarse a ella de manera confiada e incuestionable para crear un espacio seguro que nos protegería frente a un mundo social amenazante por su desigualdad, pobreza, violencia y falta de recursos. Desarticular este imaginario significa discutir y disputar lo real en relación con el proyecto al que pertenece (Castoriadis, 1998a, 1999, 2000).

La evolución de las tecnologías de la comunicación muestra una tendencia al contacto sin cuerpos que respiren ni huelan. El cuerpo que inhala y exhala parece estar destinado a ser eliminado de la sociabilidad a través de la tecnologización de comunicación, la interacción y la relación humana (Cabrera-Altieri & Angulo-Egea, 2020). La pandemia ha mostrado a la sociedad que la comunicación humana puede ser desplegada sin casi corporalidad a través de las pantallas. En este sentido, la llamada “fatiga de zoom” que despertó la nostalgia por la presencia física (en la educación, el trabajo y las relaciones afectivas y sexuales) puede ser visto como una reacción de sujetos cuyos cuerpos aún no se han adaptados del todo a la falta de aire y respiración compartida. Tal vez convenga preguntarse si las nuevas generaciones, encerradas en pequeñas habitaciones mientras interaccionan y se relacionan a través de pantallas en red, forman parte de un experimento biopolítico donde los cuerpos ya no tendrían necesidad de compartir una atmósfera común. Se trataría de un imaginario atmosférico biopolítico que permitiría separar definitivamente al humano de su condición

terrestre porque en ese caso, en la habitación de la tecnósfera o en un viaje en nave espacial, la conexión vital no requeriría compartir el aire con los otros.

### **Agradecimientos o reconocimientos**

Ministerio de Universidades del Gobierno de España y la Unión Europea a través de las Ayudas para la Recualificación del Sistema universitario español 2021-2023. Resolución de 24 de junio de 2021 de la Universidad de Zaragoza.

### **Financiamiento**

Financiado por la Unión Europea-NextGenerationEU, 2021-2023

### **Conflicto de interés**

El autor declara que no existen conflicto de interés. Los financiadores no han tenido ningún rol en: el diseño del estudio; la recolección, análisis o interpretación de los datos; en la escritura del manuscrito, o en la decisión de publicar los resultados.

### **Derechos de autor**

Daniel Horacio Cabrera Altieri

## Referencias Bibliográficas

Álvarez-Barrientos, J. (2017). *Cultura y ciudad. Madrid, del incendio a la maquita (1701-1833)*. Abada.

Angulo-Egea, M. & Cabrera-Altieri, D. H. (2023). Trans: comunicación y mutación antropológica. *In Mediaciones de la Comunicación*, 18(2), 17-29.

<https://doi.org/10.18861/ic.2023.18.2.3511>

Bachelard, G. (1993). *El aire y los sueños. Ensayo sobre la imaginación del movimiento*. Fondo de Cultura Económica.

Baczko, B. (1990). *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Nueva Visión.

Baitello, N. (2008). *La era de la iconofagia: Ensayos de Comunicación y Cultura*. ARCIBEL.

Bauman, Z. (2005). *Modernidad y ambivalencia*. Anthropos.

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Paidós

Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Siglo XXI.

Cabrera-Altieri, D. H. & Angulo-Egea, M. (2020) Lo imaginario de las narrativas algorítmicas. *Perspectivas de la Comunicación*, 13(1), 13-28

<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100013>

\_\_\_\_\_ (2023). Perspectiva trans: comunicación y cambio de época. *In Mediaciones de la Comunicación*, 18(1), 17-24. <https://doi.org/10.18861/ic.2023.18.1.3381>

Cabrera-Altieri, D. H. (2008). Imaginarios de lo imaginario. En Cabrera, D. H. (Coord.), *Fragmentos del caos: filosofía, sujeto y sociedad en Cornelius Castoriadis* (pp. 15-33). Biblos.

\_\_\_\_\_ (2009). Crear significación habitando al borde del abismo. Introducción al dominio de lo humano según C. Castoriadis. En Kozlarek, O. (2009), *Humanismo en la época de la globalización. Desafíos y perspectivas* (pp. 118-130). Biblos.

\_\_\_\_\_ (2019). Lo textil como vía para repensar la comunicación/tecnología. En Cabrera-Altieri, D. H. (Coord.), *Cosas confusas. Comprender las tecnologías y la comunicación* (pp. 35-48). Tirant Humanidades.

\_\_\_\_\_ (2022a). El imaginario textil: una interpretación alternativa en los estudios de la comunicación. *History of Media Studies*, 2, 1-31.

<https://doi.org/10.32376/d895a0ea.a490cc14>

\_\_\_\_\_ (2022b). *Tecnología como ensoñación. Ensayos sobre el imaginario tecnocomunicacional*. Ediciones Universidad de la Frontera.

Castoriadis, C. (1997). *El ascenso de la insignificancia*. Frónesis-Cátedra-Universitat Valencia.

\_\_\_\_\_ (1993). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets.

\_\_\_\_\_ (1998a). *Los dominios del hombre. Las encrucijadas del laberinto*. Gedisa.

\_\_\_\_\_ (1998b). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Eudeba.

\_\_\_\_\_ (1999). *Figuras de lo pensable*. Frónesis-Cátedra-Universitat Valencia.

\_\_\_\_\_ (2000). *La exigencia revolucionaria. Reflexiones sobre filosofía política*. Acquarela.

\_\_\_\_\_ (2004). *La creación humana I. Sujeto y verdad en el mundo histórico y social*. Fondo de Cultura Económica.

\_\_\_\_\_ (2006). *Lo que hace a Grecia, 1. De Homero a Heráclito. Seminarios 1982-1983, La creación humana II*. Fondo de Cultura Económica.

Corbin, A. (2005). *El perfume o el miasma. El olfato y lo imaginario social. Siglos XVIII y XIX*. Fondo de Cultura Económica.

Cristiano, J. (2009). *Lo social como institución imaginaria, Castoriadis y la teoría sociológica*. Eduvin.

\_\_\_\_ (2012). Lo imaginario como hipótesis sociológica: entre la revolución y el re-encantamiento del mundo. *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 6(1), 99-113. <http://www.intersticios.es>

Dittus, R. (2006). El Imaginario Social y su Aporte a la Teoría de la Comunicación: Seis Argumentos para Debatir. *Cinta de Moebio: Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (26), 166-176. <https://revistas.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/25949>

Durand, G. (1971). *La imaginación simbólica*. Amorrortu.

\_\_\_\_ (1993). *De la mitocrítica al mitoanálisis. Figuras míticas y aspectos de la obra*. Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana.

\_\_\_\_ (2000). *Lo imaginario*. Del Bronce.

\_\_\_\_ (2003). *Mitos y sociedades: introducción a la metodología*. Biblos.

\_\_\_\_ (2004). *Las estructuras antropológicas de lo imaginario: introducción a la arquetipología general*. Fondo de Cultura Económica.

Esposito, R. (2002). *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Amorrortu.

\_\_\_\_ (2006). *Biopolítica y filosofía*. Grama ediciones.

\_\_\_\_ (2012). *Comunidad, inmunidad y biopolítica*. Herder.

Esterman, J. (2009). *Filosofía Andina. Sabiduría indígena para un mundo nuevo*. ISEAT.

Ferraris, M. (1999). *La imaginación*. Visor.

Foucault, M. (1999). Nacimiento de la medicina social. En *Estrategias de poder. Obras esenciales* (Volumen II, pp. 363-384). Paidós.

Gleick, J. (2012). *La información. Historia y realidad*. Crítica.

Hjarvard, S. (2016). Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. *InMediaciones De La Comunicación*, 11(11), 33-56.

<https://doi.org/10.18861/ic.2016.11.11.2615>

Hofstadter, D., & Sander, E. (2018). *La analogía. El motor del pensamiento*. Tusquets.

Joas, H. (1998). *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*. CIS-Siglo Veintiuno.

Jung, C. G. (1991). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Paidós.

Krippendorff, K. (1997). Principales metáforas de la comunicación y algunas reflexiones constructivistas acerca de su utilización. En Pakman, M. (Ed.), *Construcciones de la Experiencia Humana II* (pp. 107-146). Gedisa.

Kukso, F. (2022). *Odorama. Historia cultural del olor*. Taurus.

Lakoff, G., & Johnson, M. (2009). *Metáforas de la vida cotidiana*. Cátedra.

León-Portilla, M. (1993). *La filosofía Nahuatl*. UNAM.

Lizcano, E. (1993). *Imaginario colectivo y creación matemática*. Gedisa.

\_\_\_\_\_ (2006). *Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Bajo Cero.

Mattelart, A. (1995). *La invención de la comunicación*. Bosch.

Mosco, V. (2014). *La nube. Big Data en un mundo turbulento*. Intervención cultural /Biblioteca Buridán.

Nietzsche, F. (1970). Sobre verdad y mentira en sentido extramoral. En *Obras Completas* (vol. I, pp. 543-556). Ediciones Prestigio.

Ortiz-Osés, A. (1997). *Los dioses ocultos, Círculo de Eranos II*. Anthropos.

\_\_\_\_\_ (2004). *Hombre y sentido. Círculo Eranos III*. Anthropos.

\_\_\_\_\_ (Ed.) (1994). *Arquetipos y símbolos colectivos, Círculo de Eranos I*. Anthropos.

Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

Peters, J. D. (2014). *Hablar al aire. Una historia de la idea de comunicación*. Fondo de Cultura Económica.

Pintos, J. L. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10(29), 37-65.  
<https://www.redalyc.org/pdf/279/27910293.pdf>

Poirier, N. (2006). *El imaginario radical*. Nueva Visión.

Preciado, P. B. (2022). *Dysphoria mundi. El sonido del mundo derrumbándose*. Anagrama.

Ricoeur, P. (2001). *La metáfora viva*. Trotta.

Sánchez Capdequí, C. (1999). *Imaginación y sociedad: una hermenéutica creativa de la cultura*. Editorial Tecnos.

\_\_\_\_\_ (1997). El imaginario cultural como instrumento de análisis social. *Política y Sociedad*, (24), 151-163.

\_\_\_\_\_ (2003). *Cornelius Castoriadis. La pluralidad de los imaginarios sociales de la modernidad*. Colección Anthropos.

Silva-Echeto, V. (2014). *Caos y catástrofe. Un debate sobre las teorías críticas entre América Latina y Europa*. Gedisa.

\_\_\_\_ (2018). *Crítica y comunicación. Sobre las políticas de las imágenes*. Tirant Humanidades.

\_\_\_\_ (2019). *Imágenes descarnadas. Cuerpo Política e imaginación*. Tirant Humanidades.

Thompson, J. B. (1982). Ideology and the Social Imaginary: An Appraisal of Castoriadis and Lefort. *Theory and Society*, 11(5), 617-658. <http://www.jstor.org/stable/657343>

Turkle, S. (2017). *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*. El ático de los libros.

Vizer, E., & Carvalho, H. (2019). La mediatización del zeitgeist. Imaginarios en pantalla. *InMediaciones de la Comunicación*, 14(2), 25-41.  
<https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2912>

Wunenburger, J-J. (2005). *La vida de las imágenes*. Jorge Baudino-Universidad Nacional de San Martín.

\_\_\_\_ (2008). *Antropología del imaginario*. Colihue.