

Imaginarios sociales, violencia física y medios de comunicación audiovisual

Social Imaginaries, Physical Violence, and Audiovisual Mass Media

Por: Paula Andrea Jiménez-Gálvez¹ & José Hoover Vanegas-García²

1. Comunicadora Social y Periodista. Magíster en Educación y Desarrollo Humano. Estudiante de doctorado en Ciencias Cognitivas en la Universidad Autónoma de Manizales. Docente en la facultad de Ciencias Sociales y Humanas, escuela de Comunicación Social de la Universidad de Manizales. Investigadora adscrita al grupo de investigación de la comunicación de la Universidad de Manizales, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0859-853X>. Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=bbb-DBoAAAAJ&hl=es>. Contacto: paulajimenez@umanizales.edu.co.
2. Doctor en Filosofía. Docente e investigador titular del Departamento de Ciencias Humanas en la Universidad Autónoma de Manizales. Coordinador de la línea de desarrollo de la conciencia del Doctorado de Ciencias Cognitivas de la UAM. Investigador del grupo Ética y Política de la Universidad Autónoma de Manizales. Contacto: hovg@autonoma.edu.co. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-1424-7990>. Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=BD6z-NoAAAAJ&hl=es>.

OPEN ACCESS



Copyright: © 2021 Revista El Ágora USB.

La Revista El Ágora USB proporciona acceso abierto a todos sus contenidos bajo los términos de la [licencia creative commons](#) Atribución–NoComercial–SinDerivar 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tipo de artículo: reflexión

Recibido: julio de 2020

Revisado: septiembre de 2020

Aceptado: diciembre de 2020

Doi: 10.21500/16578031.5881

Citarasí: Jiménez-Gálvez, P.A. & Vanegas-García, J. H. (2021). Imaginarios sociales, violencia física y medios de comunicación audiovisual. *El Ágora USB*, 21(2), 710-725.

Doi: 10.21500/16578031.5881

Resumen

Las noticias son el género de realidad más visto en Colombia y la televisión tiene una penetración del 99% en el país. Esta realidad hace necesaria la investigación sobre estos contenidos y su papel en la comprensión de la realidad que tienen los televidentes. En este artículo se presentarán tres categorías que permitirán comprender los imaginarios sociales sobre violencia física en los televidentes. Se considera que este tipo de violencia es uno de los fenómenos más presentes en las emisiones de noticias y que reviste una especial importancia en el contexto colombiano.

Palabras Claves: Imaginarios sociales; violencia; medios de comunicación de masas.

Abstract

News is the most watched reality genre in Colombia and television has a 99% penetration in the country. This reality makes it necessary to investigate these contents and their role in the viewers' understanding of reality. This article will present three categories, which will allow us to understand the social imaginaries of physical violence in television viewers. It is considered that this type of violence is one of the most present phenomena in news broadcasts and which is of special importance in the Colombian context.

Keyword: Social Imaginaries; Violence; and Mass Media.

Introducción

Sin duda, en la interacción entre medios de comunicación audiovisual, imaginarios sociales y violencia física hay un intrincado entramado de conceptos que logran dilucidar la importancia de profundizar en la comprensión de los imaginarios sociales sobre violencia física en los televidentes. En primer lugar, dado que los noticieros son el género de realidad más presente en las parrillas de programación de los canales colombianos ([Rating Colombia, 2020](#)) y que la información suministrada en ellos es referente para la lectura e interpretación de la realidad que hacen sus televidentes, es importante investigar cómo estos mensajes audiovisuales contribuyen en la configuración de los imaginarios sociales, entendiendo que estos son “verdaderos esquemas socialmente compartidos de *ininteligibilidad plausible* de la realidad, en donde su complejidad requiere de resortes propios de una actividad mental humana que incluye diversos componentes (intelecto, memoria, estados psíquicos, creencias, etc.) que varían en sus características e intensidades por individuos... para converger en formas de significación social.” ([Baeza, 2015, pág. 132](#)).

En segundo lugar, estudiar los imaginarios sociales sobre violencia física en un país como Colombia, donde este fenómeno está presente a diario en los telenoticieros nacionales, es de suma relevancia pues, comprender cómo esos mensajes emitidos por las agencias de medios audiovisuales contribuyen en la configuración de esa “ininteligibilidad plausible de la realidad” de la que habla Baeza, sobre un fenómeno que ha acompañado a los colombianos desde hace más de seis décadas y que sigue presente en los mensajes de los informativos, durante y después de las negociaciones de paz con las Farc, amplía la posibilidad de profundizar en el reconocimiento de las ideaciones y posteriores acciones sociales que los colombianos realizan motivados por su comprensión de la violencia física y, además, aclara el papel de los medios en la naturalización de la violencia que parece vivir Colombia.

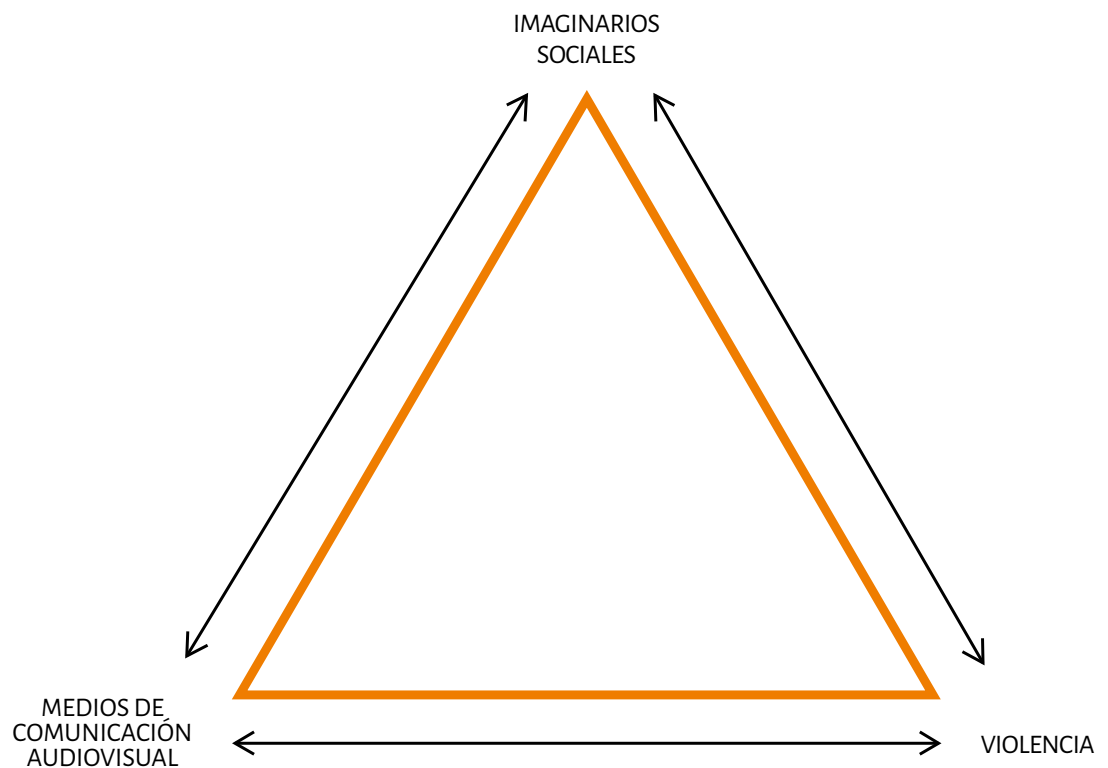
En tercer lugar, contrario a lo que podría pensarse, investigar sobre las comprensiones que los mensajes audiovisuales contribuyen a configurar y los imaginarios sociales que de ello se desprende, sigue siendo vigente en esta época, cuando los avances tecnológicos parecerían haber modificado el consumo de la información, pues en Colombia, la pantalla de televisión sigue estando en el primer lugar como dispositivo de consumo de contenidos con un 99% según las mediciones realizadas por [Kantar Ibope Media \(2018\)](#). Y, además de esto, porque los noticieros son el género de realidad más visto por los colombianos, como lo demuestra la medición diaria del rating ([Rating Colombia, 2020](#)) y este consumo hace relevante que se investigue el género noticioso en la televisión colombiana.

En cuarto lugar, es pertinente investigar sobre los imaginarios sociales sobre violencia física justo en este momento de la historia porque, una vez que las Farc firmaron el tratado de paz, desapareció el actor violento más notable en la información noticiosa pero eso no significó que la violencia física dejara de ser noticia. Si bien es cierto que ahora es posible dilucidar otros problemas que aquejan a la sociedad colombiana como la corrupción, por ejemplo, también lo es que la violencia física continúa presente en las continuidades de los noticieros colombianos con ubicaciones de relevancia en sus titulares y primeros bloques del programa informativo. Es necesario, ante este panorama, comprender cómo los televidentes han interiorizado este cambio y cómo se configura ahora su imaginario sobre

violencia física cuando, a falta de un actor protagónico en las noticias violentas, pareciera que el ejecutor de la violencia se ha diseminado y está presente en las calles, en las familias, en los lugares de trabajo, en los colegios, es decir, en los espacios cotidianos.

Para empezar la reflexión, se recurrió a la revisión de bibliografía que permitiera dilucidar la conceptualización existente en torno a los imaginarios sociales, la violencia física y los medios de comunicación audiovisual. En dicha búsqueda, se determinó que, si bien cada categoría era tratada por separado, también existían estudios previos y conceptualizaciones que reunían dos de las mencionadas categorías, así que se optó por hacer una reflexión teórica en torno a ejes categoriales, más que alrededor de una sola categoría. Así, en este artículo el lector encontrará la reflexión teórica que reúne los siguientes ejes categoriales: Medios de comunicación audiovisual y violencia, violencia e imaginarios sociales y medios de comunicación audiovisual e imaginarios sociales (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Ejes categoriales



Fuente: elaboración propia

Desarrollo. Ejes categoriales

Medios de comunicación audiovisual y violencia

Ya desde 1956 se adelantaban investigaciones que tenía la intención de develar la relación que establecían las audiencias con los nuevos medios de la época. Una de las afirmaciones dadas fue que “una de las características sorprendentes de los nuevos medios de comunicación masivos: radio, televisión y cine es que dan la ilusión de la relación cara a cara con el artista. Las condiciones de respuesta al intérprete son análogas a los de un grupo primario” (Horton & Wold, 1956, pág. 215) es decir, se da entre la audiencia y el medio una relación parasocial. Según Horton y Wold, un medio como la televisión, presenta ante el espectador aspectos y gestos a los que la percepción social ordinaria está atenta y que le permiten tener respuestas anticipadas ante lo que está viendo, de tal manera que se da un simulacro conversacional, que incluso mantiene turnos, que da pie, ya no a una relación sino a una interacción parasocial con lo visto en el medio televisivo.

Según lo indicado por Fernández, Revilla y Domínguez “la identificación está conectada a la especularidad, la posibilidad de experimentar la misma emoción e impacto de los personajes, según la similitud o preferencia de los espectadores.” (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, *Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión*, 2011b, pág. 7) así, la identificación se da si la experiencia de la audiovisión trasciende al nivel emocional y, el modo como esa experiencia haga tránsito a la emoción, estará mediado por aquello que el espectador prefiere. Este proceso de identificación es lo que le permite al espectador especular sobre aquello que ve en la pantalla y hacerlo propio al ponerse en el lugar del otro, al relacionar ese contenido con su realidad, sentir que aquello ocurre en su vida o podría hacerlo, que se relaciona con su vida, con su contexto. A este proceso de identificación, Fernández, Revilla y Domínguez (2011b) la han denominado: Identificación especular, que consiste en “ponerse en el lugar del otro, verse reflejado en la imagen en algún rasgo, identidad, problema, acción, pauta, sentir que lo que ocurre tiene que ver con el espectador, apela a él y le dice algo.” (p. 15), sentir que lo visto pueda ocurrir es lo que le permite al espectador vincularse con el contenido. Si no se crea este vínculo, la identificación no se dará. Dentro de los contenidos de realidad que mayor identidad genera se encuentran aquellas situaciones reales cercanas, con las que, además, se da mayor vinculación emocional.

Para que la identificación especular tenga lugar, es necesaria la condición de posibilidad, es decir, que el espectador crea que aquello que ve es posible que ocurra en su realidad, lo que le permite crear un vínculo imaginativo (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, *Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión*, 2011b, pág. 15) que es el detonante para que especule sobre cómo afrontaría o vivenciaría él esa situación si llegara a ocurrirle. Por lo anterior, el elemento audiovisual con el que se dan procesos identificatorios más fuertes son los personajes, en la medida es que son las fuentes y destinatarios de la acción (Greimas, 1972, pág. 67) ejecutan las acciones, pero también las padecen. Pero la identificación no solo se da con los personajes, también se presenta con situaciones y, en este caso, la que mayor identificación genera en el espectador, es aquella

real y cercana (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, *Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión*, 2011b) situación que, además, crea un vínculo emocional más fuerte que el que puede crear con una situación más distante a la realidad que vive el personaje diariamente: “lo real cercano es lo más influyente en el efecto identificador y emocional, en concreto por la cercanía, el conocimiento previo de las víctimas, la similitud de ellas con el espectador” (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, *Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión*, 2011b, pág. 16). Se da, entonces, un vínculo imaginativo entre lo visto en la pantalla y el espectador que trasciende el presente de la audiovisión, es decir, la identificación especular es una experiencia del ahora que se extiende hacia el futuro posible.

En caso de esta reflexión, es importante resaltar que esta identificación, este vínculo imaginativo y la especulación, se relaciona directamente con los contenidos violentos: “Los medios de comunicación (especialmente la televisión) nos ponen en contacto casi permanente con la violencia, tanto la que existe en nuestra sociedad como la que se crea de forma imaginaria.” (Burgin & Amaranto Perea, 2013, pág. 50) lo que significa que el televidente está en asiduo contacto con actos violentos cuando se expone a los contenidos televisivos. Ejemplos de esto se pueden ver en varios países y en distintas épocas, donde las pantallas tienen un alto contenido violento, por no decir que una predominancia. Uno de estos casos es Argentina, donde se encontró que, en el caso de los noticieros, un acto violento era presentado cada 15 minutos (Comité Federal de Radiodifusión (Comfer), 2005) también ocurre en Colombia, donde los noticieros nacionales, regionales y locales, tenían una preferencia por la información relacionada con el delito en el año 2010, como dejan ver las siguientes cifras: contenidos judiciales (15%), deportivos (14%), de entretenimiento (13%) y político (13%), seguido por los temas económicos (8%) e internacionales (7%) (Cómez, 2010).

Ese vínculo imaginativo que da pie a la identificación, genera en el espectador la movilización de emociones: “Las imágenes de violencia «impactan», es decir, emocionan, movilizan, despiertan emociones con diferentes grados de intensidad que, en general, son altas. Esa emoción intensa tiene dos dimensiones o cualidades: por un lado, el contenido de las emociones es negativo, ya que se trata fundamentalmente de miedo, ira, sorpresa y tristeza, pero, por otro, el sentir una emoción intensa es atrayente, incluso placentero.” (Fernández Villanueva, Revilla Castro, Domínguez Bilbao, Ferreira Salles, & Adam de Paula e Silva, 2011c, pág. 97).

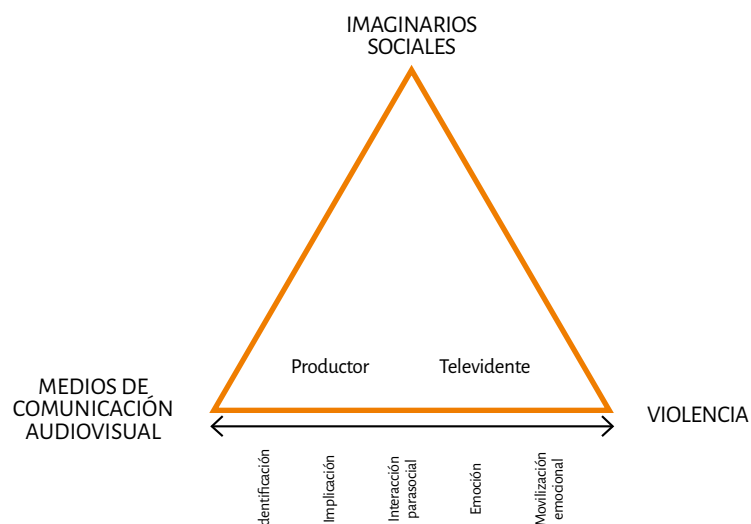
Así, cuando se indaga por las emociones que los espectadores sienten al observar escenas violentas, esa movilización emocional se concentra en la aprobación o rechazo de lo que ve. El espectador construye las emociones y la experiencia sobre las imágenes violentas en cuatro dimensiones: “la modalidad de las escenas, la clasificación de las mismas, la legitimación o deslegitimación de los actos y la identificación o desidentificación con los personajes.” (Fernández Villanueva, Revilla Castro, & Roberto, *Las emociones que suscita la violencia en televisión*, 2011a, pág. 98)- Las escenas son evaluadas por el espectador dependiendo de su modalidad: realidad o ficción; de la clasificación que haga de ellas: destinatario de la violencia (guerra, infantil, intrafamiliar, etc); de la legitimidad que le otorgue (puede ver un acto violento pero si lo considera legítimo, lo aprueba) y de la identificación que sienta por los personajes, que está mediada por la distancia que sienta con ellos (física o psicológica).

Según estos mismos investigadores, la modalidad de las imágenes violentas hace variar las emociones que siente el espectador al recibirlas. Mientras las imágenes de ficción tienen una huella emocional corta, dado que el espectador las disfruta o las rechaza casi al instante, y reacciona ante la repetición de la misma clase de imágenes violentas con menor intensidad debido a la pérdida del factor sorpresa, las imágenes de la violencia real tiene una huella emocional que “puede llegar a apuntar una permanencia prolongada al instalar una sensación de impotencia, de temor al futuro, una necesidad de huir” (Fernández Villanueva, Revilla Castro, & Roberto, *Las emociones que suscita la violencia en televisión*, 2011a, pág. 99) y la repetición de la misma clase de imágenes violentas prolongan la permanencia de estas sensaciones.

Ahora bien, la relación entre violencia y medios de comunicación ha sido más explorada en la prensa escrita y la televisión, siendo la radio el medio menos indagado y, sobre el tema específico de los contenidos de violencia en la información noticiosa, se han tenido más investigaciones en la prensa escrita. Pero allí, en la prensa, se han concentrado en el medio como tal, es decir, analizan lo que el medio narra pero no lo han confrontado con el consumidor del medio. En televisión, en cambio, lo han hecho observado el medio pero, además, han investigado al televidente quien de manera previa a la conversación dentro del grupo focal, ha observado imágenes violentas con el objetivo de activar la discusión. (Fernández Villanueva, Revilla Castro, & Roberto, *Las emociones que suscita la violencia en televisión*, 2011a) (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, *Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión*, 2011b) (Fernández Villanueva, Revilla Castro, Domínguez Bibao , Ferreira Salles , & Adam de Paula e Silva, 2011c) (O’Donell & Catelló, 2012) (Burgin & Amaranto Perea, 2013) (Castro Pérez & Morales Ramírez, 2013) (O13); (Califano, 2015) (Delmas, 2015).

Los conceptos más importantes que han surgido en este recorrido por distintos estudios pueden verse en el gráfico 2.

Gráfico 2. Eje Medios de Comunicación audiovisual - Violencia



Fuente: elaboración propia

Violencia e imaginarios sociales

En esta línea de imaginario social y violencia, Rivera (2008) señala que “La violencia se explica por un proceso mediado por lo histórico social, y no como una determinación que se encuentra dada de antemano. Su carácter de imaginario adquiere una doble dimensión: creación/destrucción, que implica ruptura, alteridad radical y emergencia de lo nuevo” (Rivera, 2008, pág. 10) en el sentido que está creando permanentemente y modificando, no solamente el mismo imaginario sobre la violencia sino la realidad. Y en la medida en que se va transformando esa realidad y que van apareciendo nuevos fenómenos en ella, se destruye lo anterior. De este modo, no se puede tratar el imaginario como una entidad fija sino como un devenir, una transformación permanente que necesita el verbo y la carne para poder existir. No es posible abordar el imaginario sin ponerlo en acción y sin ponerlo en un cuerpo, es decir, sin corporizarlo: “El cuerpo no es un objeto al servicio de la mente, es el sustrato necesario para la emergencia de los procesos de simbolización” (Martínez-Pernía & Ceric, 2011).

A la potencia creadora del imaginario es lo que Castoriadis denominó como Imaginario Radical Instituyente (1993) y aclara:

“es radical porque crea *ex nihilo* – lo cual no quiere decir *in nihilo* y tampoco *cum nihilo*-. Evidentemente no crea imágenes en el sentido visual, pero sí crea formas que son imágenes en el sentido general... lo que sobre todo crea el imaginario social son significaciones en instituciones” (Castoriadis, 2016, págs. 268-269)-

El imaginario social para Castoriadis no es creado por la realidad sino creador de las significaciones y, gracias a esto es que hay una realidad compartida para un colectivo. Esta creación y destrucción crea significaciones imaginarias, toda vez que cada nuevo fenómeno trae consigo una carga de símbolos que le son propios, y que la sociedad va construyendo. Estas significaciones imaginarias “son las apropiaciones de los individuos para dar sentido al mundo en el que habitan, para crearse determinadas realidades, representaciones, deseos, afectos. Estos son immanentes a la sociedad, es decir, creación del imaginario social” (Rivera, 2008, pág. 10).

Estas significaciones están presentes en los tres ámbitos que constituyen la vida social: Relaciones privada (intimidad individual, familiar, grupal); Vida institucional (vínculo entre lo privado y lo público); Vida pública (vida política, relaciones jurídicas y económicas). Y son ellas las que permiten a los sujetos leer el mundo, enfrentarse a lo desconocido y hacerlo conocido a través de los símbolos y las significaciones imaginarias.

A partir de esas significaciones imaginarias, emerge el imaginario simbólico que “Es la lucha del sujeto por hacer suyo lo extraño, de apropiarse del mundo, un intento de hacer conocido lo desconocido” (Cataño López, Sin fecha, pág. 21). Estos imaginarios están creados por significaciones simbólicas y ambos hacen parte del imaginario social, es decir, los imaginarios simbólicos ayudan a comprender el imaginario social y “los caracteriza el verbo animado, la acción carnal, la ilusión y la creación de sentido permanente, vivencia de la interpretación, la comprensión y la transformación de las realidades construidas desde los imaginarios sociales...” (Cataño López, Sin fecha, pág. 15).

El imaginario simbólico “se opone al poder absoluto de la razón y se vale para tal fin de las sensaciones, las emociones, las asociaciones...” (Cataño López, Sin fecha, pág. 17). Tanto el imaginario social como el simbólico, parten de las percepciones del sujeto: “en la percepción, se observan los objetos, pero no entran por entero, nunca está dado más que de un sólo lado a la vez” (Hernández López & De la Torre, 2016, pág. 209). Pero la percepción, es apenas un nivel primario, un nivel secundario es la lectura de aquello que ha sido percibido, es decir: indagar y a discriminar el fenómeno percibido hasta alcanzar el nivel terciario de interpretación. Según Hernández y De la Torre, es la búsqueda dada en este último nivel a lo que se le denomina imaginario y la conjunción de los tres niveles, da origen a la representación en la medida en que se trata de “una representación de lo percibido” (p. 209).

Estas representaciones dan pie a las emociones que el sujeto siente sobre el fenómeno. En las investigaciones sobre violencia (Huerta Rojas, 2005) (Manero Brito, 2006) (Vásquez González, 2008) (Alcina, y otros, 2008) (Saintout, 2009) (Capdevielle, 2009) (Trujano Ruiz, Dorantes Segura, & Tovilla Quesada, 2009); (Fernández Villanueva, Revilla, & Domínguez Bilbao, Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión, 2011b) (Díaz L, 2010) (Aguirre Aguilar & González Suárez, 2011) (Hernández & Finol, La naturalización de la violencia: una microsociología mediática frente al déficit del discurso político, 2011) (Hernández & Finol, La ideología del discurso mediático de violencia y muerte: una aproximación semiótica, 2012) (Burgin & Amaranto Perea, 2013) (Aran & Rodríguez, 2013) (Koziner, 2014) (Mayora & Castillo, 2014) (Martínez, Amar, Robles, & Utria, 2015) la emoción más señalada es el miedo. Esta respuesta emocional de miedo es esperable pues la violencia es un riesgo que despierta unas respuestas biológicas, pero también otras que son producto del imaginario social. En palabras de Reguillo (2000):

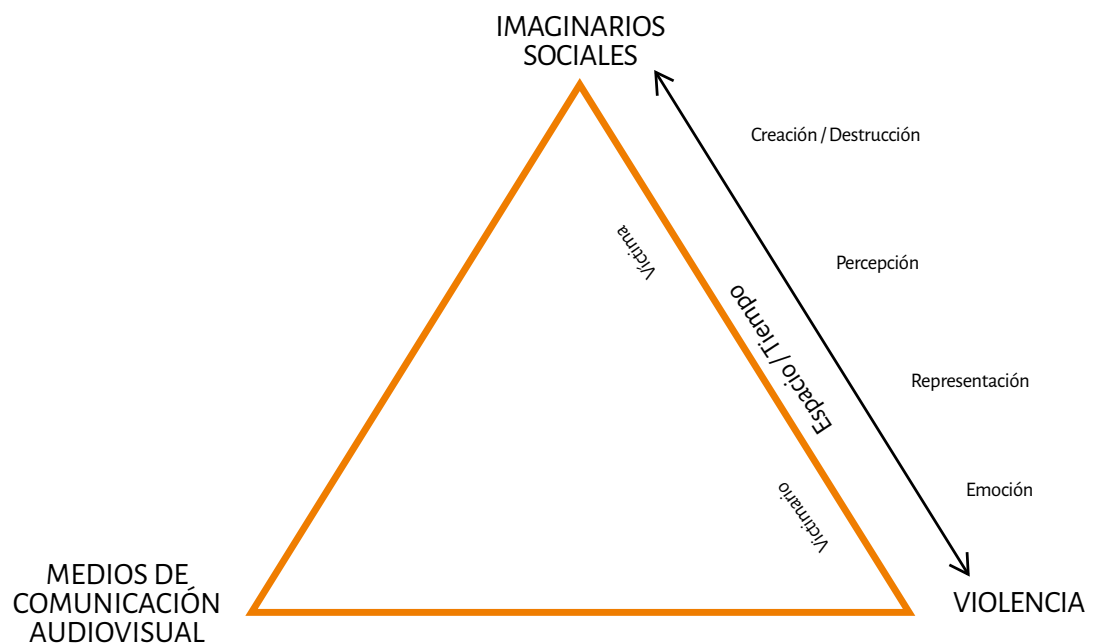
“el miedo es siempre una experiencia individualmente experimentada, socialmente construida y culturalmente compartida. Son las personas concretas las que experimentan miedos, como formas de respuesta, se trata de plano de lo individual; sin embargo, es la sociedad la que construye las nociones de riesgo, amenaza, peligro y genera unos modos de respuesta estandarizada, reactualizando ambos, nociones y modos de respuesta, según los diferentes periodos históricos” (Reguillo, 2000, pág. 3)

La emoción suscitada por la representación, escala al nivel de la acción hasta el punto de ser determinante en la toma de decisiones del sujeto dentro de su vida cotidiana. Por ejemplo, el sujeto elige por dónde transitar en la ciudad (Hernández López & De la Torre, 2016) para no sentir miedo, lo que lleva a vetar lugares que marca en su imaginario como violentos y, por tanto, miedosos. Sin embargo, esta relación entre violencia y miedo no es tan determinante en la toma de decisiones frente a lo que se consume en los medios de comunicación, pues la experiencia del hecho violento no es directa y el televidente puede exponerse al hecho violento sin enfrentarse al daño que pudiera producirle. Una vez percibido el hecho (nivel primario) al discriminarlo (nivel secundario), queda claro que le podría pasar pero que en ese momento él no es la víctima y, una vez lo comprende (nivel terciario) se puede identificar con la víctima o el victimario y crear o ampliar sus representaciones sobre aquello que está observando y que entra a formar parte de su imaginario social sobre la violencia.

En la base de estas investigaciones están los sujetos víctima y victimario y aparece la relación directa con el espacio y el tiempo, en la medida en que marcan la existencia de unos u otros actos y formas violentas. Podría decirse, entonces, que la época marca la violencia (Reguillo, 2000) (Hernández López & De la Torre, 2016) así como la marca el lugar. Esto trae consigo otra arista que debe ser analizada y es el contexto, pues según el espacio y el tiempo en el que habite un sujeto, no solo tendrá unos imaginarios sino que también representará como violento o no violento un acto determinado.

Los conceptos que han emergido en el recorrido de las distintas investigaciones abordadas en la relación violencia – imaginarios sociales, pueden verse en el gráfico 3.

Gráfico 3. Eje Violencia – Imaginarios sociales



Fuente: elaboración propia.

Imaginarios sociales – medios de comunicación audiovisual

La función de la televisión es “ofrecer imágenes audio-visuales lo más cercanas posible a la realidad del espectador potencial o a los diversos imaginarios sociales existentes. Mas, esas imágenes en sí, llevan la impronta de quienes las crean y de sus representaciones y significados de vida como respuesta a políticas culturales trazadas desde la hegemonía por la fuerza del poder” (Ramírez, 2015, pág. 57). Es decir, las emisoras audiovisuales median los mensajes que llegan a la audiencia, por lo que el contenido no es la realidad pero tampoco es irreal, lo emitido es una parte del hecho, una de sus caras, pero no el hecho total como asegura Califano (2015): estas emisoras “en su tarea diaria, construyen noticias en un proceso que supone incluir, excluir y jerarquizar ciertos hechos en las agendas informativas, no sólo en función de criterios de noticiabilidad, sino también a partir del trazado de estrategias orientadas al logro de metas político-económicas particulares” (Califano, 2015, pág. 61).

Así pues, la emisora audiovisual selecciona y ordena la secuencia de imágenes y sonidos de acuerdo a sus propios intereses que, en el caso de las emisoras audiovisuales de mayor consumo, responden a las representaciones y significaciones instituidas por las fuerzas del poder económico y político.

Indica [Ramírez \(2015\)](#) que “El producto televisivo tiene la capacidad de recreación y creación de imaginarios al ser mediado por realidades aparentes” ([Ramírez, 2015, pág. 58](#)) afirmación que cobra gran importancia cuando se comprende que el éxito de una cadena o emisora televisiva depende de la vinculación que logre con la audiencia, lo que se refleja en el rating, y la manera de generar el vínculo es representando, recreando y creando los imaginarios sociales a través de símbolos. La emisora televisiva para la construcción de sus discursos, toma símbolos de la sociedad pero, además, crea uno nuevos. En el caso específico de la violencia física, las investigaciones indican que las personas se imaginan la sangre, y esta sangre los medios de comunicación la tienen como símbolo también.

Los símbolos, entonces, son la manera en que se expresan los imaginarios sociales y, en la relación emisora audiencia, están en un continuo transitar desde o hacia los imaginarios sociales. Los símbolos, pues, son el vínculo entre la emisora televisiva y la audiencia. Indica [Rivera \(2008\)](#) que “la tendencia dominante a resaltar la violencia directa a través de imágenes sangrantes y a hacer invisible una violencia estructural impuesta por el sistema a través de la explotación de otros dispositivos señalados como segmentación o marginalización” ([Rivera, 2008, pág. 7](#)).

Ahora bien, no solo el contenido de los discursos de las emisoras son relevantes a la hora de la generación de imaginarios, la forma como narran también tiene importancia al momento de analizar la relación entre imaginarios sociales y medios de comunicación audiovisual, pues los modos en los que narra también transitan hacia la audiencia, así lo señala [Castaño \(sf\)](#) en la investigación realizada sobre los imaginarios simbólicos de violencia de los jóvenes en la ciudad de Pereira, Colombia, cuando indica que al narrar la violencia, los jóvenes lo hacen de un modo apocalíptico y espectacular heredado de los medios de comunicación:

“La atmósfera generalizada de horror-show, en que el sufrimiento del otro y el miedo colectivo, son producidos como espectáculos, irrumpe en los discursos metafóricos que invisibilizan las realidades de violencia en la ciudad, según representaciones ficcionales híbridas de realidad e imaginarios, correspondientes a la gran capacidad mediática de generar fantasías apocalípticas, a favor de quienes ejercen el poder” ([Castaño López, Sin fecha, pág. 4](#)).

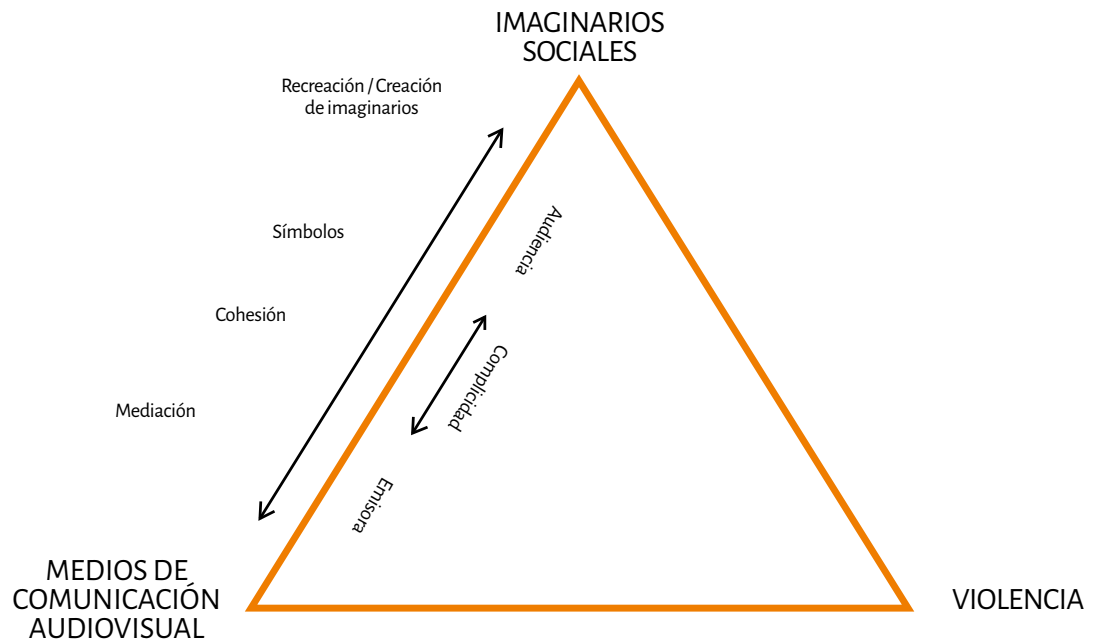
Lo expuesto hasta ahora, devela otra instancia en la interacción entre la emisora televisiva y la audiencia: el poder. La relación de los medios de comunicación audiovisual con los intereses políticos y económicos que los llevan a seleccionar y ordenar de determinada manera sus contenidos noticiosos, lleva a que los medios de comunicación creen, recreen y reproduzcan los imaginarios hegemónicos y, al parecer, no les interesa reproducir otros. Como lo indica [Califano \(2015\)](#) “más allá de su lugar como intermediarios entre los hechos y

las audiencias, los medios de comunicación son actores políticos con intereses particulares que se mueven en un campo atravesado por relaciones de poder” (Califano, 2015, pág. 63).

Los intereses de los medios no solo afectan el qué y el cómo de sus discursos, es decir, sus propios contenidos y la forma que les dan, también inciden en la producción de la realidad social y en la valoración que la audiencia hace de un hecho específico, en la medida en que da relevancia a unos hechos sociales sobre otros y los pone en circulación:

“Los medios de comunicación son actores privilegiados en la producción de la realidad social. Las noticias se construyen a partir de cierta mirada sobre la realidad, cumplen una función orientadora en las sociedades, permiten a los individuos informarse sobre ciertos hechos que se encuentran más allá de su experiencia inmediata e influyen cognitivamente en la percepción que las personas se hacen de ellos. Además, otorgan un carácter público a ciertos acontecimientos y pueden construir nuevas realidades a partir de su difusión. Ello no supone que los medios de comunicación sean los únicos que influyen sobre los individuos en la comprensión del mundo cotidiano, pero sí sugiere que las noticias imprimen a los sucesos su carácter público, en tanto que transforman simples acontecimientos en eventos que se discutirán públicamente.” (Califano, 2015, pág. 67).

Entendiendo esto, se evidencia la importancia que tienen los medios de comunicación audiovisual en la creación de los imaginarios sociales. Si bien no son los únicos involucrados en su creación, sí son un actor fundamental en su creación, recreación, institucionalización y transformación. Así se ve reflejado en la encuesta realizada en 2016 por Latinobarómetro (Latinobarómetro, 2016): en América Latina la televisión mantiene un 80% de preferencia al momento de elegir un medio para obtener información. En el caso de Colombia, ante la pregunta ¿cuál es el tipo de violencia más grave? El mayor porcentaje lo tuvo la violencia intrafamiliar. Este dato resulta de interés porque los medios de comunicación del país, durante el 2016, ampliaron el cubrimiento a la violencia intrafamiliar al darse una reducción sustancial en los hechos violentos producidos por grupos al margen de la ley como guerrilla, narcotraficantes y paramilitares. Es decir, al cambiar el contenido violento que cubre el medio audiovisual, el imaginario sobre el tipo de violencia más grave se transforma en la audiencia.

Gráfico 4. Eje Imaginarios sociales – Medios de comunicación audiovisual


Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Los imaginarios sociales son una construcción que parte de afuera, del exterior del sujeto, y que transitan hacia el interior, hacia su pensamiento y es allí donde se convierten en significaciones que, son compartidas con otros sujetos. No puede hablarse, entonces, de imaginarios sin tener en cuenta un fenómeno externo al sujeto, es decir, el imaginario debe estar situado, contextualizado.

Pero, también, se trata de una construcción que se complementa en los procesos mentales, que hace tránsito hacia el interior del sujeto y, es allí, donde toma la forma de significaciones.

Los imaginarios, por lo tanto, son un proceso mental, al que el cuerpo le es necesario, que permite dar lectura de la realidad a través de la atribución de significados. Se trata de “verdaderos esquemas socialmente compartidos de *inteligibilidad plausible* de la realidad, en donde su complejidad requiere de resortes propios de una actividad mental humana que incluye diversos componentes (intelecto, memoria, estados psíquicos, creencias, etc.) que varían en sus características e intensidades por individuos... para converger en formas de significación social.” (Baeza, 2015, pág. 132).

Por otro lado, una vez el televidente se enfrenta a contenidos que lo impactan, esa percepción, esa experiencia, hace tránsito en su cognición hasta convertirse en emoción y pueden llegar a permanecer en el televidente. Esto implica que su relación con el mundo se vea afectada, pues, a partir de esas significaciones y las emociones que los hechos mostrados en el medio audiovisual generan, toma decisiones para la interacción con el otro, con su entorno, pero, además, para interpretar los hechos de la

realidad que vive y construir su propio mundo, es decir, estos contenidos se incluyen en la elaboración de los imaginarios.

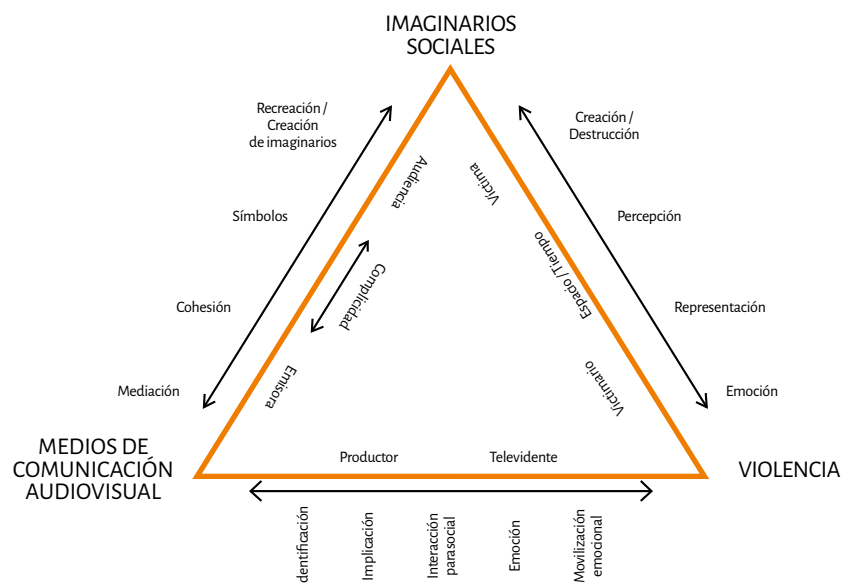
La percepción de la violencia, entonces, crea imaginarios sobre este fenómeno concreto. Sin embargo, al percibir el fenómeno no se hace de un modo total, sino solo uno de sus lados y desde allí se empiezan a crear los imaginarios (Hernández López & De la Torre, 2016), por lo que el sujeto centra su mirada en aquello que le interesa y este interés se gesta en su contexto (Reguillo, 2000).

Esta visión parcializada es mucho más evidente en los hechos mostrados en los noticieros televisivos, pues en ellos solo se muestran recortes de la realidad, realidad que, además, está medida por los intereses de la emisora (canal de televisión), sean estos económicos, políticos, comerciales y obedecen a una visión del país que le interesa construir, obedeciendo a esos intereses.

El recorrido hecho por las relaciones entre los ejes categoriales permite detectar alguno conceptos-puente entre ellas, es decir, conceptos que son tratados en un eje y otro, si bien no con la misma profundidad, sí con el mismo enfoque. Algunos de estos conceptos son: representación, significación, creación de imaginarios y emoción, miedo, símbolo.

Así mismo, se puede profundizar en otros conceptos que resultan importantes para varios de los ejes categoriales abordados en esta investigación y que los investigadores las dejan apenas mencionadas como: identificación, implicación, poder y cohesión social. Del mismo modo, se detectan conceptos que parecen exclusivos de un eje categorial específico como: interacción parasocial, movilización emocional, percepción, imaginarios simbólicos y mediación. (ver gráfico 5).

Gráfico 5. Modelo Imaginarios sociales, violencia física y medios de comunicación audiovisual



Fuente: elaboración propia.

Referencias bibliográficas.

- Aguirre Aguilar, G., & González Suárez, E. (2011). La violencia: signos y expresiones en el espacio urbano del puerto veracruzano. *Global Media Journal*, 8(15), 140-161.
- Alcina, M. R., Barata, F., Garrido Lora, M., Busquet Durán, J., Estrada Alsina, A., Medina Bravo, P., Ruano Alegre, L. (2008). Las teorías sobre los efectos sociales de la violencia en televisión. Estado de la cuestión. *Actas y memoria final : Congreso Internacional Fundacional AE-IC*. Santiago de Compostela: Congreso Internacional Fundacional AE-IC. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3284249>
- Aran, S., & Rodríguez, M. (2013). La noción de violencia en la ficción televisiva: la interpretación infantil. *Comunicar*, XX(40), 155-164. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825476016>
- Baeza, M. (2015). *Hacer mundo. Significaciones imaginario-sociales para construir sociedad*. Chile: RIL Editores.
- Burgin, C. S., & Amaranto Perea, L. H. (2013). Jóvenes, violencia y miedo. Una mirada a las pantallas argentinas. *Question*, 1(37), 50-57.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, 67-78. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Capdevielle, J. M. (2009). Miedo, (in)seguridad y violencia en el entramado social. *Question*, 1(24), 45-51. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33116>
- Castoriadis, C. (2016). La imaginación radical desde le punto de vista filosófico y psicoanalítico. *Diferencia(s) revista de teoría social contemporánea*(2), 265-288. Obtenido de https://issuu.com/revistadiferencias8/docs/n__mero_2
- Castro Pérez, M., & Morales Ramírez, M. (1 de Septiembre de 2013). Perspectiva de las personas menores de edad acerca de la violencia en los medios de comunicación: videojuegos, televisión y música. *Edicare*, 17(3), 229-258. doi:<http://dx.doi.org/10.15359/ree.17-3.11>
- Cataño López, J. O. (Sin fecha de Sin fecha de Sin fecha). Ciudad e imaginarios simbólicos de violencia. 1-25. Pereira, Risaralda, Colombia: Sin editorial.
- Comité Federal de Radiodifusión (Comfer). (2005). *Índice de violencia de la televisión argentina*. Argentina: Comfer.
- Delmas, F. (2015). Reflexiones acerca de la la trama de la violencia en la producciones de la TV. *Derecho y ciencias sociales*, 33-49. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/dcs/article/view/2140>
- Díaz L, C. L. (2010). En torno al síntoma y al padre (¿La violencia colombiana, síntoma social?). *Revista colombiana de psicología*(9), 11-22.
- Fernández Villanueva, C., Revilla Castro, J. C., & Roberto, D. B. (2011a). Las emociones que suscita la violencia en televisión. *Comunicar. Revista científica de educocomunicación*, XVI(36), 95-103. doi:10.3916/C36-2011-02-10
- Fernández Villanueva, C., Revilla Castro, J. C., Domínguez Bibao, R., Ferreira Salles, L. M., & Adam de Paula e Silva, J. M. (2011c). Representaciones imaginarias de la interacción y violencia en la escuela. *Athenea Digital*, 11(3), 51-78. Obtenido de <https://atheneadigital.net/article/view/v11-n3-fernandez-revilla-dominguez-et-al/760-pdf-es>

- Fernández Villanueva, C., Revilla, J., & Domínguez Bilbao, R. (2011b). Identificación y espejularidad en los espectadores de violencia en televisión. *Comunicación y sociedad*, XXIV(1), 7-33.
- Gómez, J. C. (Diciembre de 2010). Los noticieros de la televisión colombiana en observación. *Palabra Clave*, 13(2), 217-250.
- Greimas, A. (1972). Elementos para una teoría de interpretación de relato mítico. En *Análisis estructural del relato* (pág. 208). Buenos Aires: Tiempo contemporáneo. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/Barthes%20Roland%20-%20Anlisis%20Estructural%20Del%20Relato.pdf>
- Hernández López, E., & De la Torre, M. I. (2016). Turismo y violencia. Los nuevos imaginarios del miedo. *Opción*(13), 203-227. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048483012.pdf>
- Hernández, J. A., & Finol, J. (octubre-diciembre de 2011). La naturalización de la violencia: una microsociología mediática frente al déficit del discurso político. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 16(55), 89-108. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/279/27921728006.pdf>
- Hernández, J. A., & Finol, J. (Julio-septiembre de 2012). La ideología del discurso mediático de violencia y muerte: una aproximación semiótica. *Espacio Abierto*, 21(3), 557-583. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/1712>
- Horton, D., & Wold, R. (1956). *Mass Communication and para-social interaction : Observation on intimacy at a distance*. Taylor y Fransis. doi:10.1080/00332747.1956.11023049
- Huerta Rojas, F. (2005). La violencia virtual: una experiencia de los jóvenes en la videosalas. *Estudios sociales*, 172-206. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2056872>
- Kantar - Ibope Media. (20 de noviembre de 2018). *La televisión sigue siendo la pantalla favorita*. Obtenido de <http://www.kantaribopemedia.com.co/NoticiasDiaTelevision.html>.
- Koziner, N. S. (2014). Ni víctimas ni victimarios. Juventud y violencia en los medios masivos de comunicación. *Questión*, 1(42), 140-148. Obtenido de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2113>
- Latinobarómetro. (2016). *Corporación Latinobarómetro. Informe 2016*. Buenos Aires: Latinobarómetro. Obtenido de <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>
- Manero Brito, R. (2006). Violencia e imaginario, el laberinto de la violencia. *El cotidiano*, 41-49. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/ElCotidiano/2006/no135/5.pdf>
- Martínez, M., Amar, J., Robles, C., & Utria, L. (na de na de 2015). ¿Quién es el malo del paseo? Legitimación de la violencia de infantes víctimas y no víctimas de la violencia en Colombia. ¿Quién es el malo del paseo? *Legitimación de la violencia de infantes víctimas y no víctimas de la violencia en Colombia*. Barranquilla, Atlántico, Colombia: Universidad del Norte. Obtenido de <https://www.procuraduria.gov.co/iemp/media/file/legitimacio%CC%80n%20nin%CC%83os%20desplazados%20y%20ono%20desplazados.pdf>
- Martínez-Pernía, D., & Ceric, F. (2011). Introduction to the teorical model based on the embodied cognition: a pilot study if the diagosis and treatment of the hemophobia. (R. Eliot J., Ed.) *Top Stroke Rehabil*, 798-807. doi:10.1310/tsr1806-798

- Mayora, F. E., & Castillo, M. E. (2014). Representaciones Sociales de la violencia en escolares. *Revista de investigación*, 38(81), 115-142. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142014000100006
- O'Donell, H., & Catelló, E. (2012). Conflicto y narrativa en la información televisiva. Un análisis comparativo entre TVE y TVC. *Ponencia presentada en el III Congreso Internacional de la Asociación española de investigación en comunicación* (pág. 17). Tarragona: Universitat Rovira i Vergili.
- Ramírez, J. (2015). Prácticas culturales y televisión de proximidad cultural. *Revista Surco Sur*, 5, 57-64. doi:10.5038/2157-5231.5.8.26
- Rating Colombia. (18 de mayo de 2020). *Rating Colombia*. Obtenido de Rating Colombia: <https://www.ratingcolombia.com/>
- Reguillo, R. (2000). Los laberintos del miedo. Una recorrido para el fin de siglo. *Estudios sociales*(5), 1-10. doi:doi.org/10.7440/res5.2000.06
- Rivera, E. (Junio de 2008). Imaginarios sociales, crimen organizado y violencia. *Ide@s Concytec*, 10-30. Obtenido de https://issuu.com/heconversa/docs/imaginario_social_crimen_organizado
- Saintout, F. (2009). Jóvenes y violencia: ante las clasificaciones mediáticas de los demás. *Oficios terrestres*(15), 45-51. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/44997>
- Trujano Ruiz, P., Dorantes Segura, J., & Tovilla Quesada, V. (2009). Violencia en Internet: nuevas víctimas, nuevos retos. *Liberabit*, 15(1), 7-19. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272009000100002
- Vásquez González, N. I.-C. (2008). La violencia mediática. Un estudio de caso. *Convergencia*, 15(47), 103-125. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200004

Nota al final

¹Artículo es una reflexión sobre los ejes categoriales abordados en la investigación “Imaginarios sociales sobre violencia física en televidentes de noticias audiovisuales nacionales” que se presenta como tesis en el doctorado en Ciencias Cognitivas de la Universidad Autónoma de Manizales de los grupos de investigación Ética y Política de la Universidad Autónoma de Manizales y del Grupo de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Manizales.

“The body is not an object at the service of the mind, but rather it is the essential substrate for the emergence of the symbolizing processes.”