

Imaginarios sociales ante la crisis climática: análisis de los eco-influencers en instagram

SOCIAL IMAGINARIES ON CLIMATE CHANGE: ANALYSIS OF
INSTAGRAM ECO-INFLUENCERS

Gemma San Cornelio

Universitat Oberta de Catalunya
gsan_cornelio@uoc.edu

Sandra Martorell

Universitat Politècnica de Valencia
sanferm2@epsg.upv.es

Elisenda Ardèvol

Universitat Oberta de Catalunya
eardevol@uoc.edu

Resumen

En este artículo analizamos la emergencia de imaginarios ante la crisis climática a partir de una investigación etnográfica y de un análisis visual narrativo de 231 imágenes vinculadas a cuentas de Instagram dedicadas a la divulgación de contenidos medioambientales. Proponemos que estos activistas (que denominamos eco-influencers) están creando narrativas que dialogan con el imaginario social vinculado con la modernidad, cuestionando la separación entre naturaleza y cultura (propia de dicho imaginario) y proponiendo una reconexión con la naturaleza.

Palabras clave

Imaginarios, eco-influencers, instagram, modernidad, narrativas, etnografía

Abstract

In this article we analyze the emergence of imaginaries regarding the climate crisis based on ethnographic research and a narrative visual analysis of 231 images from Instagram accounts devoted to the dissemination of environmental content. We suggest that these activists (that we name eco-influencers) are creating narratives that dialogue with the social imaginary linked to modernity, questioning the separation between nature and culture (belonging to that imaginary) and suggesting a reconnection with nature.

Keywords

Imaginary, eco-influencers, Instagram, modernity, narratives, ethnography

1. Introducción. Eco-influencers en Instagram.

Las imágenes forman parte de nuestra vida cotidiana, son un elemento fundamental en la comunicación, presentes en las redes y en los medios tradicionales. Recientemente se ha incorporado la imagen al estudio de los movimientos sociales, destacando la importancia del activismo visual en las redes sociales y sus nuevas formas narrativas. Sin embargo, se ha explorado con menor profundidad la relación entre estas narrativas visuales y su capacidad para generar discursos, así como su potencialidad y su papel a la hora de construir nuevos imaginarios.

La emergencia de nuevas formas de activismo en Instagram tiene una cierta relación con la cultura de la plataforma en términos de imagen, así como la presencia de narrativas personales encarnadas en las figuras de los *influencers* (eliminado por anonimato). Mientras son muchos los estudios sobre movimientos sociales realizados en Twitter, desde las denominadas primaveras árabes y el movimiento del 15M en España, los movimientos feministas y medioambientales (Gualda, Borrero y Carpio, 2015; Giraldo-Luque, Fernández-García y Pérez-Arce, 2018), son más escasos los que se centran en Instagram, considerada una plataforma orientada al consumo y más dedicada a compartir imágenes aspiracionales de una buena vida. Sin embargo, en Instagram también encontramos, y cada vez más, diversidad de contenidos y objetivos relacionados con el activismo, que van desde la información a reivindicaciones políticas y sociales (eliminado por anonimato).

Esta investigación forma parte de un estudio sobre las narrativas personales vinculadas con el activismo medioambiental, a partir del estudio de un conjunto

de cuentas en Instagram que podemos considerar como *influencers* medioambientales o eco-influencers. Más específicamente, en este artículo nos centramos en el análisis de las narrativas visuales de estos *influencers*, con el objetivo de determinar qué imaginarios se están construyendo en relación con la crisis medioambiental, a partir de la práctica comunicativa de dichas cuentas y qué relación establecen con imaginarios preexistentes.

2. Marco conceptual: imaginarios, imaginación e imaginaria

La idea de imaginario ha sido ampliamente desarrollada desde distintos ámbitos; en la psicología se ha tendido a relacionar la imaginación con la fantasía, especialmente en el psicoanálisis, donde desde autores como Freud hasta Lacan, han relacionado el imaginario con la fantasía. Por el contrario, autores como el politólogo Benedict Anderson y el filósofo Charles Taylor entienden lo imaginario desde una dimensión social, de manera que desarrollan la noción de imaginario social como un modelo cultural, entendido como esquemas cognitivos compartidos (Strauss, 2006: 323). Sin embargo, se podría afirmar que Castoriadis es el teórico más influyente en este campo, a partir de su propuesta de la imaginación como una facultad creativa que es a la vez social e individual, de manera que entiende el imaginario social como el *ethos* de una cultura. Para Castoriadis, el imaginario es fundamentalmente la capacidad de imaginar, y más específicamente, el imaginario social es, de hecho, el imaginario que comparte una sociedad. Dicho de otro modo, corresponde al *ethos* de un grupo social, en el sentido de prácticas y valores compartidos (una manera de ser y de estar en el mundo), unificados a partir de unos conceptos centrales (Castoriadis, 1987: 143).

Un elemento destacable en este planteamiento es el imaginario como estructurador y estructurante de la vida social y a la vez fuente potencial de creatividad y de libertad, tanto para los individuos como para las sociedades (1987: 109- 132). En este último sentido, se trata de liberar la potencia del imaginario y, de esa forma, sacar provecho práctico de sus poderes creativos, desarrollando un conjunto de figuras e imágenes que conforman lo que denominamos realidad social (Castoriadis, 1987: 99). El imaginario social no es pues un repositorio estanco, sino que la creatividad o la imaginación individual tienen un papel fundamental para ampliar los horizontes de posibilidad y transformar la sociedad.

Para Keith Murphy (2004) la imaginación puede entenderse también como una práctica colectiva. Según este autor, a partir de su etnografía en un estudio de arquitectura, sostiene que la imaginación no se limitaría únicamente a procesos internos del cerebro, sino que implicaría una actividad social y encarnada que se apoya en objetos materiales, mediada por gestos, iniciada por la conversación

y mantenida a través de la fuerza externa de todas estas cosas, ya que se emplean simultáneamente en la imaginación mientras interactuamos con otros seres sociales (Murphy, 2004: 269). Según Murphy, los escenarios imaginados como tales no existirían por sí mismos sin el uso de elementos semióticos, y es en este sentido que la imaginación se nutre de las imágenes en su amplio significado; “virtual y actual, imaginario y real” (Mitchell, 2015: 8).

Es interesante traer a colación la propuesta de la antropóloga Rhoda Métraux que, ya en los años 50 del pasado siglo, desarrolla el concepto de “imagería” para referirse a este todo cultural perceptivo que organiza nuestra experiencia, de manera que el modelo cultural -entendido como imaginario- sería un modelo teórico que se construye relevando la imagería que está en su base y analizando cómo una imagen (verbal, textual, sensorial o gestual) “resuena” con otra, reforzándola o contraponiéndose a ella (Métraux, 2000: 388). Las imágenes, por tanto, agrupadas y relacionadas entre sí como imagería, son elementos fundamentales en la construcción del imaginario cultural y se amplifican con los medios de comunicación constituyendo estos instrumentos de reproducción de imaginarios sociales compartidos por la audiencia.

Mayorga, del Valle y Browne (2013) profundizan en la relación de los imaginarios con los medios, y afirman que pueden ayudar a cristalizar un conjunto de significaciones en torno a un mundo posible y sus particularidades políticas, económicas, sociales y culturales (p. 492). Es en este contexto donde el papel de las redes sociales se convierte en fundamental para la configuración de nuevos imaginarios relacionados, en este caso con la crisis medioambiental, como intentaremos demostrar en este artículo.

Por otro lado, Taylor hace énfasis en las cuestiones dialécticas y discursivas sugiriendo que los imaginarios sociales no son estrictamente ideas sino “formas en las que las personas imaginan su existencia social, cómo se relacionan con los demás, cómo van las cosas entre ellos y sus semejantes, las expectativas que normalmente se cumplen y las nociones normativas más profundas que subyacen estas expectativas”. Tales imaginarios no son estáticos, sino que se encuentran en la densa esfera de la práctica común y están sujetos a una transformación dialéctica (Taylor, 2002: 116).

Para entender estas transformaciones, o el paso de unos imaginarios a otros, Castoriadis hace referencia a las nociones de imaginario instituido e imaginario instituyente para referirse, de un lado a las representaciones dominantes (o hegemónicas), y de otro lado, a los imaginarios que emergen o que se sitúan en el lugar del cambio social, donde el imaginario se rehace a sí mismo a partir de unas estrategias retóricas que tienen significado socialmente (Lizcano, 2006). Dicho de otro modo, la imaginación ‘radical’ nos permite la posibilidad de cambiar el imaginario instituido.

El “imaginario social”, entonces, podría ser un concepto útil para entender cómo las personas elaboran, comparten y negocian un modelo social del cual se sienten parte y examinar cuáles son los repertorios, valores y prácticas culturales con los cuales trabaja la imaginación para sostener o transformar este imaginario.

Además, la imaginación, vista bajo esta luz, como práctica social, nos permite explorar las imágenes como parte de una narrativa más amplia que da cuenta de un modelo cultural en un espacio social y temporal específico. Autores como Appadurai sostienen que, en nuestra época actual, cuando a través de los medios sociales las imágenes viajan y entran en contacto entre sí a una velocidad sin precedentes y a escala global, la imaginación tiene un nuevo poder en la vida social, y vincula la imaginación con las formas en que los seres humanos construimos nuestros futuros. Fortalecer la capacidad de aspiración es una estrategia de muchos movimientos sociales de base (Appadurai, 2013:381). Este autor retoma la distinción entre fantasía e imaginación, mientras que la primera implica la separación del pensamiento de los actos y los proyectos mundanos, la imaginación posee un sentido proyectivo hacia el futuro, plantea escenarios para la acción colectiva y no solo como una vía de escape o entretenimiento. Para Appadurai las comunidades imaginarias se plantean actualmente en el sentido de aspiraciones colectivas, de modo que nuestra experiencia cultural de la globalización se abre hacia nuevas formas de imaginar el futuro y luchar por un mejor (Appadurai, 2001).

3. La revisión del imaginario moderno

Partiendo de la noción de imaginario social, la pregunta de investigación que nos formulamos es si el activismo medioambiental está construyendo nuevos imaginarios sociales en las redes y de qué manera éstos entran en diálogo con el imaginario moderno basado en una relación dicotómica entre naturaleza y cultura.

Según varios autores, como Appadurai, el imaginario moderno tiene sus raíces en la Ilustración (Appadurai, 2001) y se caracteriza por una idea de progreso, yendo del estado natural o salvaje, a grados cada vez más altos de civilización. El paradigma moderno de progreso se imagina pues, como una empresa civilizatoria que se produce a partir de una ruptura con la naturaleza. El historiador David Lowenthal, coincide con Appadurai en que el principal origen del imaginario moderno es la Ilustración y la Revolución Francesa, que fijaron las ideas sobre la perfectibilidad del ser humano y la mejora de la naturaleza a través del trabajo humano y de la constante innovación (Lowenthal, 1995).

Sin embargo, la racionalidad y la idea de progreso planteada como una trayectoria lineal ascendente, propias del imaginario moderno, fueron cuestionadas en

las dos últimas décadas del siglo XX en el contexto de la posmodernidad a partir de planteamientos de la historia, el arte y la cultura en todas sus manifestaciones. Aunque algunos autores, como Frederic Jameson o Daniel Bell desarrollaron sus ideas en el ámbito social y económico, el debate posmoderno se produjo eminentemente en términos culturales. Andreas Huyssen pone en relieve el cambio producido en "la sensibilidad, las prácticas y las formaciones del discurso que distingue un conjunto posmoderno de supuestos, experiencias y proposiciones del de un período anterior" y cuestiona si en realidad esta transformación generó formas estéticas genuinamente nuevas o si principalmente recicla técnicas y estrategias del propio modernismo, reinscribiéndolas en un contexto cultural alterado (Huyssen, 1984:8).

La propuesta de Huyssen es interesante, porque, a diferencia de la mayoría de los autores coetáneos, identifica un cierto potencial político en algunas de las prácticas estéticas posmodernas. Sin embargo, este potencial político no fue objeto de debate de un modo extenso, y dentro de estas ideas la vinculación con la acción política medioambiental no estuvo en la agenda hasta algunos años más adelante. Debemos, pues, situarnos una década más tarde, a mediados de los años 90 para detectar la inclusión de estos temas en los debates culturales.

David Lowenthal (1995) en su artículo "la pérdida del futuro" se sitúa en un momento histórico similar al actual, en el cual el futuro es incierto, ya no es un brillante porvenir, cuando el mito del progreso heredado de la modernidad entra de nuevo en crisis. Lowenthal también se sitúa en la posmodernidad, donde las imágenes de un futuro brillante gracias a la ciencia y la tecnología entran en crisis. En el siglo XIX-XX se instaura la noción de futuro vinculado al desarrollo tecnológico y un control mayor sobre la naturaleza, es el futuro moderno. En los años 80 el futuro modernista se museiza. Y es a partir de los años 90 donde se genera la percepción de un mundo en peligro por la explotación de la naturaleza.

Lowenthal nos lleva de la mano a otras imágenes del futuro, antes del renacimiento en Europa, cuando el futuro, al igual que el pasado, era predecible (el fin de los tiempos llegaba de la mano divina y la gente se tenía que preparar para el futuro cierto en términos morales). Según este autor, la Revolución Francesa abre esta idea estanca del futuro en Europa, desligando el pasado del presente. Los cambios se producen no solo a nivel social y político, también en el orden cosmológico y temporal. Para Lowenthal, la Revolución Francesa no sólo instaura un nuevo orden social, sino también moral, personal y cósmico al abrir el futuro a la imprevisibilidad y a la especulación. Antes del renacimiento, pasado y futuro eran ordenados y predecibles. El fin de los tiempos era por intervención divina, como el inicio de los tiempos. ¿Qué comparten pasado y futuro? ambos no nos son accesibles, los hemos de imaginar, son imaginarios.

Así pues, el imaginario se comienza a proyectar en el futuro, tomando como referencia el pasado, en este caso, el pasado que hace referencia al modernismo, a la mentalidad de la modernización, ya sea en su versión capitalista o comunista y especialmente en cómo fue percibido retrospectivamente; qué valores y conocimientos dominantes contenía (Huysen, 1984).

En este sentido, los imaginarios que se nos presentan en la actualidad, y en los que nos centraremos, son aquellos que abordan, de un modo claro y decidido, la crisis medioambiental en la que nos encontramos. Estos imaginarios se empiezan a configurar en las postrimerías del siglo XX y se extienden actualmente a partir de los discursos, las imágenes y los relatos que forman parte de la cultura y los medios, intensificados en las redes sociales.

4. Imaginarios sociales para la crisis ecológica

Algunos autores hablan de la emergencia de imaginarios alternativos en relación con el medio ambiente. Según Baeza y Silva, los imaginarios emergentes pueden competir por la hegemonía con los imaginarios dominantes, que comprenden aquello que “un sector social triunfante, una élite, considera adecuado para responder a los desafíos tanto coyunturales como durables de la historia” (Baeza y Silva 2009: 37). Se trataría pues, de romper con determinadas ideas vinculadas a la concepción de la naturaleza desde un punto de vista extractivista, poniendo de manifiesto las fallas de la modernidad, y proponiendo la reflexión hacia otras vías de solución. Según Leff (2010) a través de los imaginarios sociales de la sostenibilidad buscamos pensar las condiciones de vida del ser humano dentro de las condiciones de vida del planeta que habita. Los nuevos imaginarios se convierten en fuente de vida frente a las ideas del mundo que buscaron conquistar la vida desde fuera de la vida, es decir desde la civilización como idea opuesta a la naturaleza, tratando de dominar a la misma.

Fraser y Rahel (2018), desde un punto de vista de la teoría crítica feminista, consideran que la forma de representación de la naturaleza es el resultado de un proceso de construcción social que varía con el tiempo en forma de distintas “naturalezas históricas del capitalismo”. Destacan que el dualismo metafísico entre naturaleza y humanidad es un constructo, o en sus palabras, un “artefacto del capitalismo” y en consecuencia apunta que cabe “desnaturalizar la naturaleza”, ya que lo natural está tan construido como la civilización o la humanidad. Por tanto, fomentar un imaginario con una visión esencialista de la naturaleza o excesivamente idealizada de la misma sería, en cierta medida, caer en esta trampa del imaginario capitalista.

Un imaginario alternativo sería el de Donna Haraway, quien no quiere hablar de antropoceno para eliminar al hombre (en masculino) como figura central de

nuestro imaginario y poder reconectar así con la naturaleza de un modo no-antrópocéntrico. Ella sostiene que la destrucción del planeta merece ser enfrentada y no negada o minimizada, y busca una atrevida salida a través de alianzas multiespecies llegando en su libro *Seguir con el problema* (2019) a construir una narración fantástica acerca de una nueva civilización y nos conmina a ponernos a trabajar para crear ese futuro posible. Haraway reniega tanto de la fe en que las soluciones a los daños perpetrados sobre el planeta puedan ser reparados mediante la tecnología como de la postura derrotista que asegura que ya es tarde para intentar salvarlo. Tras argumentar que el Antropoceno y el Capitaloceno son responsables de la destrucción de la estabilidad ecológica del planeta, defiende la necesidad de crear otros mundos en alianza con otras especies para lograr un repliegue y una disminución de las economías y de los hábitats, única manera de tener una mejor calidad de vida y una mayor libertad para todas las especies. Propone imaginar el Chthuluceno, una era en la que se plantee un compromiso colaborativo interespecies cuyas alteridades les relacionen como parientes y que incluyan las fabulaciones especulativas, las ciencias, el arte, la ciencia ficción y el feminismo.

5. Imaginarios y estética en las redes

Para valorar el papel que juegan las redes sociales y concretamente Instagram en el proceso de creación de nuevos imaginarios medioambientales es necesario entender la producción visual social y la articulación de ésta con las nociones relacionadas como la estética, o la cultura visual. En este sentido, es importante remarcar la relación entre la estética y el activismo, más allá de la producción visual en el ámbito del arte o por actores legitimados dentro de un sistema cultural, artístico o mediático, como hemos mencionado previamente en el caso del cine. Con la idea de producción social nos referimos a la cultura digital participativa, a los creadores y productores de contenidos en las redes sociales, no necesariamente corporativos.

Han sido varios autores que han teorizado esta relación, extendiendo el papel de la estética como disciplina más allá del arte. Susan Buck-Morss insiste no solamente en que la estética contempla la esfera del arte como parte importante de lo sensible sino también en que lo sensible se extiende a la esfera de lo social y, por ende, de lo político (2005: 173), proponiendo una visión más amplia de la cultura donde “el campo original de la estética no es el arte sino la realidad”.

Así, Lipovetsky y Serroy (2015) afirman, que, desposeído el Arte del monopolio de la producción estética, esta última se traslada de un modo omnipresente a las distintas esferas de la vida cotidiana, donde la experiencia estética se sitúa

tanto en la elección de la vestimenta y artilugios tecnológicos, como en la arquitectura, la publicidad o el urbanismo.

En relación con la cuestión medioambiental, Lipovetsky y Serroy apuntan cómo las corporaciones están realizando gestos para cambiar los modelos productivos, construyendo un modelo de legitimidad ante la presión de la crítica ecologista. Sin embargo, a efectos estéticos, si bien se incorpora una dimensión ética (el respeto por el medio ambiente), tampoco se renuncia a la dimensión estética (hedonismo, entretenimiento, belleza, creatividad) que lo constituye en cuanto a capitalismo de consumo. En palabras de estos autores, la hibridación de estética y ética constituye el núcleo de justificaciones del capitalismo transestético (Lipovetsky y Serroy, 2015:106-107).

La noción de capitalismo transestético permite explicar el tránsito a través de los distintos imaginarios que se están desarrollando, ya que parte de una evolución de la propia idea del capitalismo como algo “feo” en su origen que se ha ido envolviendo de una dimensión estética de un modo progresivo. En la actualidad observamos una de estas iteraciones en las imágenes de Instagram sobre el medio ambiente y en el diálogo que proponen con respecto al imaginario de la modernidad.

6. Metodología

La aproximación metodológica que planteamos en el presente trabajo tiene una orientación cualitativa en tanto que nos interesa comprender cómo los imaginarios propuestos por el activismo medioambiental articulan narrativas visuales en las que texto e imagen confieren sentido para sus creadores y audiencias.

El trabajo de campo empírico está circunscrito al medio digital y se ha realizado entre julio de 2020 hasta la actualidad. En lo que respecta a la recogida de datos, se ha realizado etnografía digital basada en la observación participante y entrevistas en profundidad. El estudio social y cultural de las tecnologías digitales está ya bien establecido desde principios de nuestra era, desarrollándose distintos tipos de aproximación metodológica y de técnicas de investigación en línea (Mann y Steward, 2000), métodos virtuales (Hine, 2005) o métodos digitales (Rogers, 2009). Annette Markham (2004) remarca la dualidad de Internet como campo y método de estudio a la vez, planteando que no sólo es una herramienta de investigación para recopilar datos, también es el campo empírico donde se realiza la investigación, es decir, el contexto social donde las personas (incluida estas investigadoras) se encuentran e interactúan con los y las participantes del estudio. Estos métodos digitales incluyen la adaptación y reformulación de técnicas de investigación convencionales como la observación participante o

las entrevistas adaptándolas a los entornos mediáticos (Kozinets, 2010; Postill y Pink, 2012; eliminado por anonimato, Pink et al. 2016).

6.1. Conceptos y modelo analítico

En estas páginas nuestro objeto de análisis son las narrativas visuales. En términos más generales, el análisis narrativo visual se puede aplicar a instancias muy diferentes de combinaciones de imagen y texto. De un lado, las narrativas son una forma de dispositivo de configuración mediante el cual los actores buscan darle sentido al mundo y ordenarlo de una manera específica. Por el otro, las imágenes juegan un papel activo tanto por sus cualidades icónicas como por sus dimensiones performativas de mostrar y ver.

Con respecto al análisis narrativo, tomaremos como base el modelo de Daiute y Lightfoot entendido como un modo de investigación basado en la narrativa a partir del análisis de sus tres componentes: metáfora raíz, género y discurso. La metáfora raíz hace referencia a cómo los significados se ordenan desde alguna perspectiva teórica (del narrador) es el tema de la historia. El análisis narrativo se basa en identificar los temas, en su mayoría extraídos de la teoría literaria, para explicar las vicisitudes del drama, incluidos el tiempo, la verdad, la belleza, el carácter o el conflicto (Daiute y Lightfoot, 2004:x). Otra dimensión narrativa es el género, es decir, las formas desarrolladas culturalmente de organizar la experiencia y el conocimiento extraído de esa experiencia. Finalmente, las narrativas incluyen formas discursivas específicas, que se presentan como encarnaciones de valores culturales y subjetividades personales; significados culturales que guían la percepción, el pensamiento, la interacción y la acción de la historia.

6.2. Procedimiento y descripción de la muestra

A partir de crear un cuenta de investigación en Instagram, hemos elaborado una muestra teórica (Strauss y Corbin, 1994) formada por 60 cuentas seleccionadas a partir de cinco criterios: a) temática relacionada con el cambio climático, la sostenibilidad y el consumo ecológicamente responsable y preferentemente que tengan un perfil personal identificable; b) máxima variabilidad con el fin de identificar las categorías relevantes y elaborar una tipología fundamentada; b) idioma: dado que el universo de la muestra es global y local, hemos seleccionado perfiles tanto en inglés (30) como en castellano (25), incluyendo otros idiomas como el catalán y el alemán (5); c) volumen de seguidores: consideramos que el número de seguidores es significativo para la definición de "eco-in-

fluencer". Por ello el criterio mínimo seguido es de 1.000 seguidores en el caso de idiomas como el catalán, pero 10.000 parece más adecuado para el caso de los idiomas inglés y castellano, aunque no hay un consenso en la actualidad que establezca un mínimo de seguidores para clasificar un perfil como "influencer".

Como hemos indicado, uno de los criterios de selección, que responde a los objetivos del estudio de influencers, es que los perfiles sean personales; así, la mayor parte de los perfiles de nuestra muestra son personales (82%) mientras que el resto están gestionados por parejas o familias (4,2%), colectivos y organizaciones (8,4%) o marcas dedicadas a la venta o promoción de productos ecosostenibles (5,4%). Además de la observación participante de las cuentas, y de su caracterización, se han realizado 15 entrevistas en profundidad a los y las impulsoras teniendo en cuenta la tipología esbozada.



Gráfico 1. Perfiles de la muestra en porcentajes. Elaboración propia.

El corpus de datos que utilizaremos para el análisis consta de 231 imágenes procedentes de 6 de las cuentas de nuestra muestra, y a cuyos impulsores hemos entrevistado, de manera que el contenido de la entrevista complementa el análisis y la categorización de dichas imágenes. El criterio que hemos utilizado para seleccionar las cuentas a analizar en profundidad en este artículo ha excluido las tiendas y las cuentas que se dedican a difundir consejos, porque en gran medida dichas publicaciones no se adecuaban a nuestros criterios de selección, a saber: a) que el *post* incluya una única imagen, b) que la fotografía se establezca como elemento principal de la narración, aunque pueda ir acompañada de texto o grafismo como complemento, c) que cuenten una historia sobre nuestra relación con la naturaleza (es decir, que compartan una metáfora raíz).

De este modo, las cuentas y las imágenes analizadas son: @laurainwaterland (45 imágenes), @noe_ona (28), @petitapetjada (33), @planetpreserver (73), @publiclandshateyou (14), @vivirsinplastico (38).

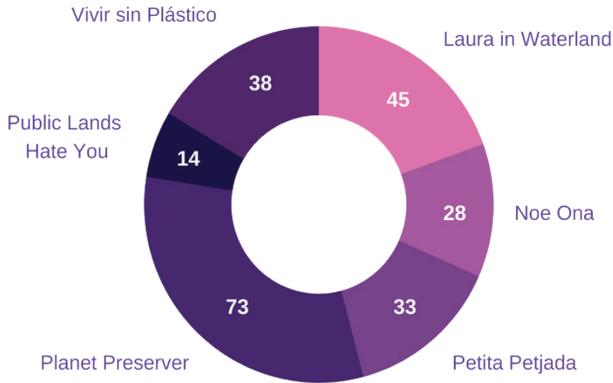


Gráfico 2. Imágenes analizadas por perfil. Elaboración propia.

7. Análisis y discusión

A partir del modelo de Daiute y Lightfoot (2004), y de acuerdo con la observación de nuestro corpus seleccionado, identificamos como metáfora raíz compartida la reconexión con la naturaleza como respuesta a la crisis medioambiental producida a lo largo de las últimas décadas. Este es el tema que ordena el conjunto de imágenes y las relaciona con el imaginario social moderno de ruptura entre naturaleza y civilización. En lo que respecta a los géneros, detectamos que estas imágenes en una buena parte presentan una relación con los géneros pictóricos convencionales, es decir, podemos identificar paisajes, naturalezas muertas y retratos en sus distintas variaciones y combinaciones. En tercer lugar, los discursos promovidos por estas narrativas visuales responderían de un modo más específico a nuestra pregunta de investigación de qué maneras estas narrativas visuales dialogan con el imaginario moderno y si aparecen alternativas. De este modo, y como resultado de nuestro análisis, hemos identificado tres estrategias discursivas principales que apuestan o incitan a la reconexión con la naturaleza: 1) re-conexión afectiva con la naturaleza: las imágenes buscan generar un vínculo afectivo a partir de la contemplación, admiración por la naturaleza y/o una aspiración por una vida mejor, en contacto con lo natural; 2) acción humana

positiva: imágenes que buscan revertir, restaurar o equilibrar la ruptura con el entorno; 3) ruptura con la naturaleza: imágenes impactantes que contrastan naturaleza y civilización y que tienen un efecto de denuncia. Para la interpretación adecuada de estas imágenes hemos tenido en cuenta también el texto que las acompaña y las puntúa, ya sea en la propia imagen o en el post. En las siguientes líneas describiremos estas tipologías o formas de reconexión con la naturaleza, así como los subgrupos que emergen a partir del análisis de los diferentes usos de recursos estéticos y retóricos en estas micro narrativas.

7.1. Tipología 1. Reconexión afectiva con la naturaleza

Dentro de este primer conjunto de publicaciones podemos encontrar un patrón que consiste en fotografías de naturaleza que nos proponen una reconexión con lo natural mediante distintos recursos estéticos que dialogan con los géneros pictóricos clásicos: especialmente el paisaje y el bodegón.

En primer lugar, encontramos paisajes en un sentido clásico, que nos incitan a la contemplación y admiración de la naturaleza en su estado “prístino”, remitiéndose, en cierto modo, al paisaje romántico, que nos mostraba la grandeza y el poder de la naturaleza, a partir de la noción de lo sublime, incorporando elementos atmosféricos como la niebla: “Un paisaje desarrollado en la bruma aparece más vasto, más sublime, incita a la imaginación (...) El ojo y la imaginación se sienten más atraídos por lo vaporoso y lo lejano que por lo que se muestra más próximo y claro a la mirada” (Caspar David Friedrich, citado en Argullol, 2006: 1) (figura 1).

Como podemos ver en la figura 1 estas imágenes nos remiten a la grandeza de la naturaleza, destacando en las dos primeras publicaciones expresiones como “lo impresionante del bosque al lado del lago”, o la nebulosa, proyectando en el paisaje esta estética romántica, e invitándonos a la contemplación. La presencia del paisaje desde la añoranza de lo salvaje nos remite al imaginario moderno donde la civilización se expresa como la pérdida de un estado natural.

Donaire y Galí (2011) sugieren que hemos heredado el ideal romántico del consumo individual del paisaje, de manera que cualquier presencia humana supone una distorsión de este ideal. Sin embargo, en el siguiente grupo de imágenes la figura humana aparece integrada en el paisaje, y más que la nostalgia por una naturaleza ajena a la acción civilizatoria humana, lo que observamos es un posicionamiento ante la misma y que corresponde a “no dejar huella” expresando un deseo de habitar esta naturaleza preservándola. El texto de las publicaciones en ambos casos refleja este deseo, que en el caso de la segunda se concreta en “la utopía de no dejar huella en el planeta, de poderlo dejar como lo encontré o un

poco mejor". Esta aspiración introduce el presente: ellas están ahí y nos muestran con su estar que la conexión con el entorno es posible.

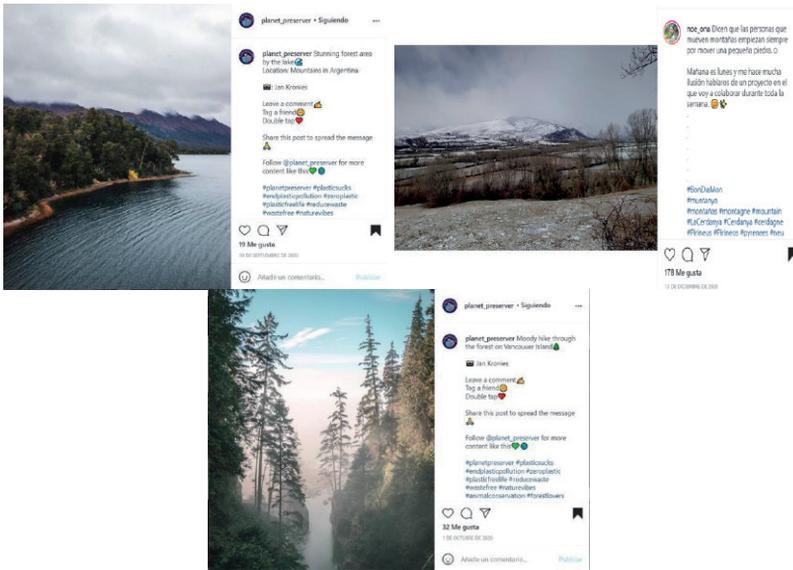


Figura 1. Publicaciones de @planetpreserver (1,3, foto de Jan Kronies) y @noe_ona (3)

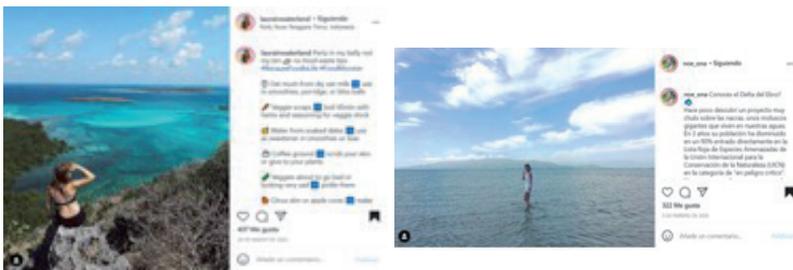


Figura 2. Imágenes de @laurainwaterland y @noe_ona

En nuestro corpus, cuando aparece una figura humana suele tratarse de una protagonista especial; la persona propietaria de la cuenta, la *influencer*. En este caso, la propuesta de reconexión con la naturaleza se individualiza y se concreta, propone a su vez un modelo de relación amable con la naturaleza que se expresa mediante su actitud reposada y contemplativa. En las cuentas familiares o de parejas (figura 3), la figura humana que aparece suele pertenecer a los niños de la pareja, también en actitud contemplativa y reflexiva. En las dos primeras imágenes, el texto que acompaña la publicación plantea, respectivamente, la pregunta de Lluna, la niña que aparece en la primera foto, sobre cómo se podrían llegar a recoger todos los residuos, y en la segunda, la fotografía muestra ese momento clave en las vacaciones familiares que produjo un cambio en su vida: de una actitud consumista y hedonista hacia el cuidado del medio ambiente. En estos casos la imagen narra una toma de posición en el presente y una proyección hacia el futuro, una aspiración por una vida en contacto con la naturaleza que es posible si nos decidimos a hacerlo. Esto se observa especialmente en la última imagen en la que los niños establecen contacto visual y de diálogo con el animal, hecho que nos remite al imaginario de interespecies de Dona Haraway.

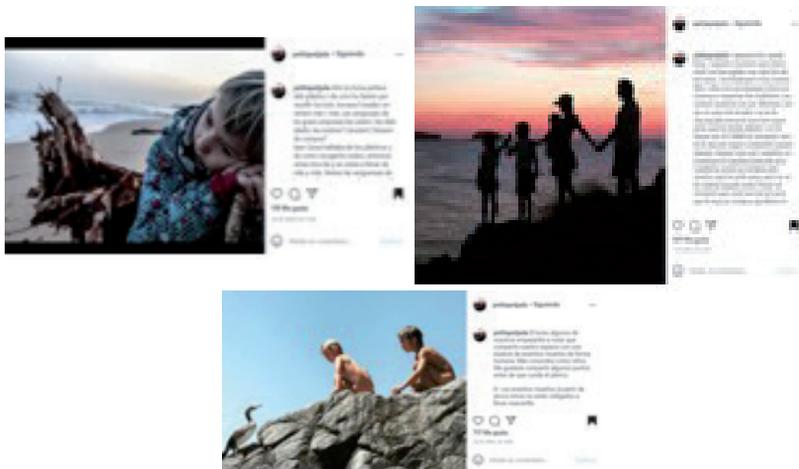


Figura 3. Imágenes de @petitapetjada

Dentro de esta categoría también encontramos animales. Estas imágenes pueden ser contemplativas o tratan de establecer un contacto visual mirando

directamente a cámara, como si de un retrato se tratasen. En este proceso de subjetivación, las imágenes de los animales también presentan una estética muy cuidada e impactante que pone de manifiesto la insignificancia de la humanidad, como es el caso del submarinista al lado del escualo en la imagen posteada por @planetpreserver. La primera imagen, en su pie, nos propone la idea de camuflarse con la naturaleza sin dejar huellas, la segunda acercarse a jugar con el fotógrafo, y la tercera, nos plantea una reconexión del submarinista con el tiburón mediante un contacto físico sanador.

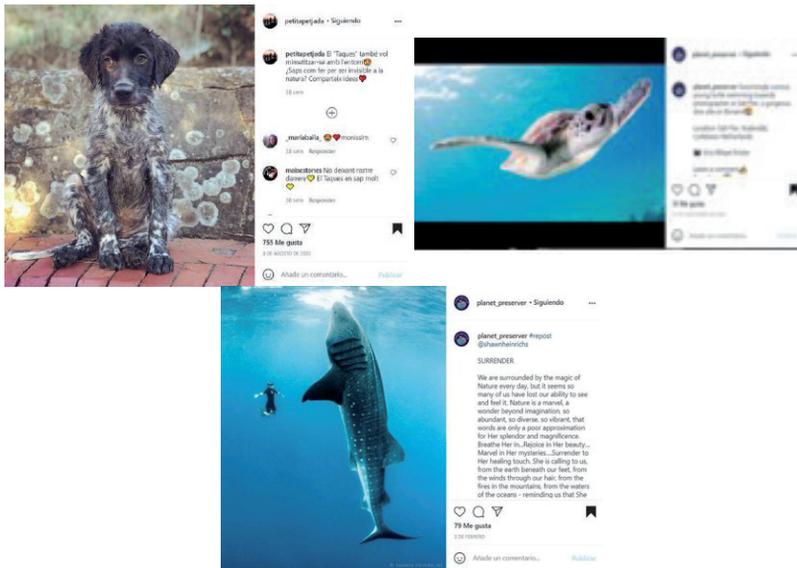


Figura 4. Imágenes de @petitapetjada y @planetpreserver (2,3)

Un tercer subgrupo en esta categoría nos muestra la conexión con la naturaleza a partir del mundo vegetal, representado a través de bodegones y composiciones con verduras, legumbres y otros elementos naturales. En este último caso el diálogo que se produce con el género pictórico del bodegón es dual, ya que, de un lado, se conecta a través de la comida y la mejora de la salud mediante el consumo de productos naturales: lo natural entra en el cuerpo. Por otro lado, al contrario de las *vanitas* que nos mostraban la fugacidad de la vida (Bialostocki, 1973) en lo percedero de la comida, este significado se invierte en modo positivo, puesto que lo natural, por su capacidad de degradación, no deja residuo en la Tierra (figura 5).

Finalmente, identificamos un conjunto de imágenes que, respondiendo a este patrón, de alguna manera lo subvierten para desarrollar un argumento crítico. Para ello se recurre a juegos visuales que buscan un cierto contraste. La imagen es estéticamente bella, sin embargo, hay un elemento en ella que llama la atención y no encaja... o encaja demasiado bien: es un plástico, la huella de la acción humana que degrada el medio ambiente. La tercera imagen eleva este nivel de 'trampá', como indica su pie, "puede parecer una imagen de película, pero son los incendios de California, no solo destruyen casas, sino que también ponen en peligro humanos y vida salvaje". Así pues, tras una estética agradable, hay un contenido que no lo es tanto (figura 6).



Figura 5. Imágenes de @virisinpastico

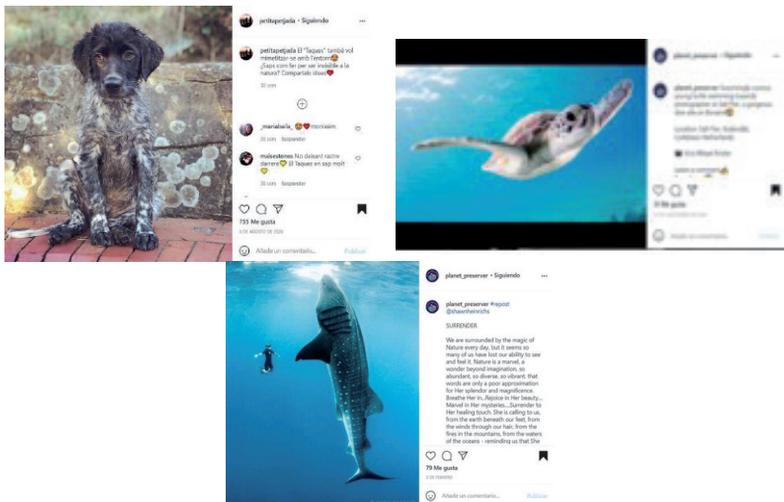


Figura 6. imágenes de @petitapetjada, @noe_ona y @planetpreserver

7.2. Tipología 2- Acción humana positiva

Esta segunda tipología sigue un patrón consistente en mostrar la posibilidad de reconectar con la naturaleza a partir de imágenes que nos muestran la acción humana en positivo, hecho que revierte, restaura o equilibra la ruptura con la naturaleza propia de las consecuencias del capitalismo y la industrialización. Esta tipología representa una mano extendida a la posibilidad de cambiar el mundo mediante la acción individual, pero también colectiva; decisiones personales, de los gobiernos, de las empresas, innovaciones tecnológicas, que muestran, por una parte, que la tecnología no es necesariamente mala, y por otra, que el progreso tecnológico no tiene por qué estar basado en la dominación de la naturaleza. En este caso, la reconexión con la naturaleza no es contemplativa, sino que se establece mediante una acción en el mundo.

Un primer subgrupo dentro de esta clasificación lo conforman las imágenes que muestran un primer plano de las manos después de un gesto, como por ejemplo la limpieza de una playa. En los siguientes ejemplos observamos una composición armónica acompañada de un texto sobre el papel contaminante de los plásticos y su posterior conversión en microplásticos. La acción de recoger los plásticos junto con datos científicos que apoyan las imágenes en la publicación refuerza la necesidad de emprender dicha acción ‘hay más piezas de microplásticos en el océano que estrellas en la Vía Láctea’ (primera imagen) ‘Estas bolitas de plástico son indestructibles’ (segunda imagen). La tercera imagen pone de manifiesto de un modo más claro, con un autorretrato, como la narrativa personal de las *influencers* nos muestra un posicionamiento activo, no solo contemplativo ante los recursos naturales, @laurainwaterland, destaca que su pequeña acción diaria, se suma a la de otros, hasta que se consiga crear un movimiento (figura 7).

Un género no presente en la tipología anterior, es la “noticia” donde se nos informa con datos de avances tecnológicos que van a favor del medio ambiente, como en este caso la instalación de paneles solares. Este tipo de imágenes se pueden relacionar con un tipo de ecologismo que Fraser (2018) denomina de transición tecnológica, que en el fondo es extractivista, hacia sociedades parecidas a las que conocemos, pero con una mayor conciencia, por ejemplo, en la emisión de carbono. Las publicaciones tienen un carácter informativo, pero a la vez nos interpelan, nos preguntan nuestra opinión sobre estos avances. Así pues, estas imágenes están alineadas con la tecnología en el imaginario moderno, aunque se produce un cierto interrogante sobre la tecnología como posible aliada de la naturaleza (figura 8).



Figura 7. Imágenes de @laurainwaterland (1,3) @petitapetjada (2)

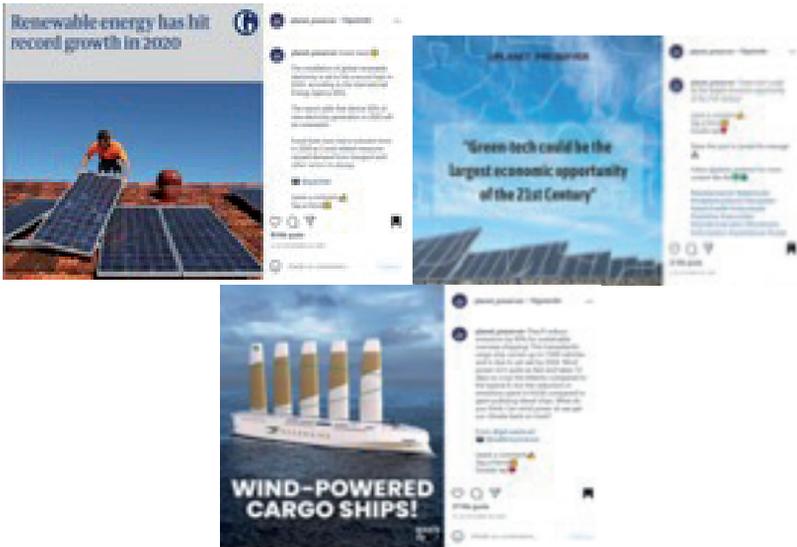


Figura 8. Imágenes de @planetpreserver

Finalmente, encontramos imágenes que nos plantean cómo podemos hacer algo creativo con los desperdicios recogidos; un brazalete, un collar, un mosaico. Las composiciones con elementos encontrados en la playa son un género en sí mismo ya que aparecen en una buena parte de las cuentas de las *influencers*. En ellas opera el contraste, de la misma manera que en los paisajes que esconden basura, en este caso los residuos se pueden convertir en un objeto artístico. Estas narrativas contienen la potencia de mostrar lo antiestético y pernicioso de un modo agradable, proporcionando un sentido positivo a las acciones humanas.

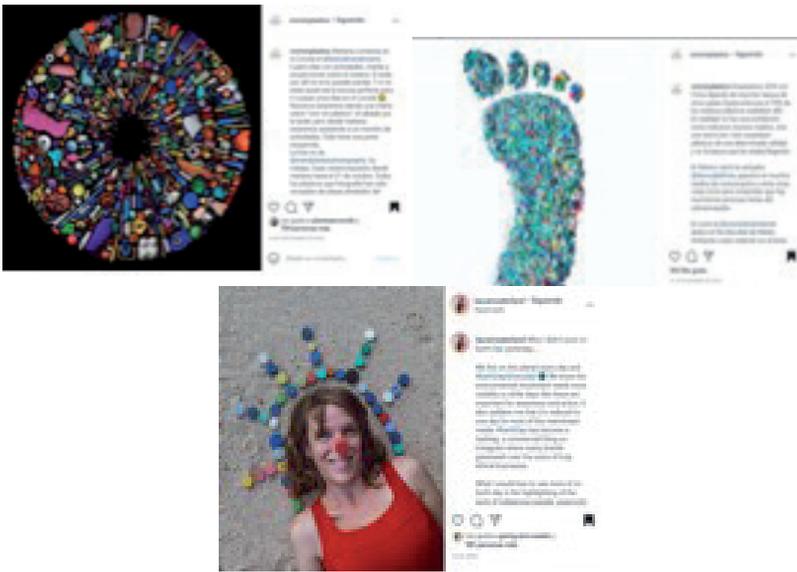


Figura 9. Imágenes de @vivirusinplastico y @laurainwaterland

7.3. Tipología 3. Ruptura con la naturaleza

Esta última tipología es la que trata de buscar la reconexión con la naturaleza precisamente a partir de una ruptura con el entorno, mostrando elementos impactantes que generan una emocionalidad negativa. Se trata de imágenes que buscan denunciar la contaminación medioambiental, que nos muestran el sufrimiento de animales y plantas, la degradación del planeta, la deforestación, etc. Hay relativamente pocas que siguen este patrón en nuestra muestra porque no

encajan con la lógica de instagramabilidad (*instagramability*) y la mayoría son de @publiclandshatesyou, que ya por su *nickname* se anuncia como un perfil “hater” creado con la intención de denunciar actos incívicos y destructivos con el entorno de los parques naturales en los EEUU.

Un primer grupo de imágenes dentro de esta categoría serían los paisajes “mancillados” por las personas. Un ejemplo son las imágenes en las que se aprecia pintadas sobre las rocas, o la corteza de un árbol con iniciales grabadas a cuchillo. La intención en este caso es confrontarnos con determinadas actitudes, a partir de un sentimiento de rabia o frustración por estos hechos. El impulsor de la cuenta ha emprendido una cruzada con aquellos que se comportan mal, señalándolos públicamente e intentando hacerles ver lo equivocado de sus acciones, creando un registro de usuarios y conversaciones mantenidas al respecto, como nos cuenta en la entrevista. En la primera imagen interpela a su comunidad “¿es esto lo que queremos?” o “esto es el equivalente a grabar tus iniciales en tu cuerpo con un cuchillo sucio” en la segunda.



Figura 10. imágenes de @publiclandshateyou

Esta intención de denuncia se aprecia muy claramente en la figura 11, reposteadas por la misma cuenta, donde encontramos fotografías bellas de personas felices e integradas con la naturaleza. Sin embargo, el texto que las acompaña revela con estupefacción que en dichas fotografías se han incumplido varias leyes de protección medioambiental norteamericana, ‘estoy sin palabras’, nos dice el hater medioambiental al presenciar cómo se están pisando campos de amapolas en épocas de floración. Desde esta cuenta se señala a usuarios que tienen un comportamiento vergonzante y que pueden generar un efecto de imitación negativo para el medio ambiente, y a la vez, intenta instruir en las leyes de protección natural vigentes, tratando de evitar el consumo del paisaje como cultura materialista y hedonista de la felicidad que hunde sus raíces en los valores democráticos surgidos de la ilustración (Lipovetsky, 2015: 105).



Figura 11. Imágenes de @publiclandshateyou

Un tercer grupo de narraciones visuales de denuncia de una ruptura son aquellas que nos interpelan directamente a partir de un texto diegético que puede ser un cartel, una sobreimpresión sobre una camiseta u otras maneras. Hay un desplazamiento del “yo” hacia el “tú”, llamando a una conversión, a cambiar nuestra actitud y contribuir a una mejorar en la cuestión medioambiental. La primera imagen es significativa de esta llamada a la acción de un modo individual, señalando la letra U, (la u se pronuncia igual que *you*, tú en inglés), como el agente que ha de impulsar los cambios en los próximos años si queremos evitar la destrucción total. “¿qué falta?” You (tú), comparte para expandir el mensaje”.



Figura 12. imágenes de @planetpreserver y @laurainwaterland

Finalmente, encontramos un subgrupo de imágenes basadas, como en las dos tipologías anteriores, en la narrativa personal de las *influencers*: “Estoy en un lugar, como un vertedero de Gambia, y hago un directo desde allí. Quiero que se vea qué está pasando y que parte de la responsabilidad es nuestra” (noe_ona).

Su testimonio en espacios contaminados funciona como un elemento referencial, de verdad y de autenticidad y su presencia refuerza la denuncia al mostrar esos paisajes sucios y mancillados. Según nos cuentan en las entrevistas, las imágenes donde ellas están presentes generan muchos más *likes* y comentarios que aquellas en las que no aparecen. Las dos primeras imágenes (figura 15) nos hablan de la implicación de las personas en la reducción de residuos, e incluso incluye una cita de M. Mead “un pequeño grupo de personas comprometidas puede cambiar el mundo”. En la tercera imagen de @petitapetjada, la fuerza narrativa está en los niños, tanto en la imagen como en el texto que acompaña, y es capaz de provocar una emocionalidad mucho mayor: “Mi hijo mayor me pregunta: ¿cómo no hemos solucionado esto antes? ¿cómo no hemos hecho nada?”

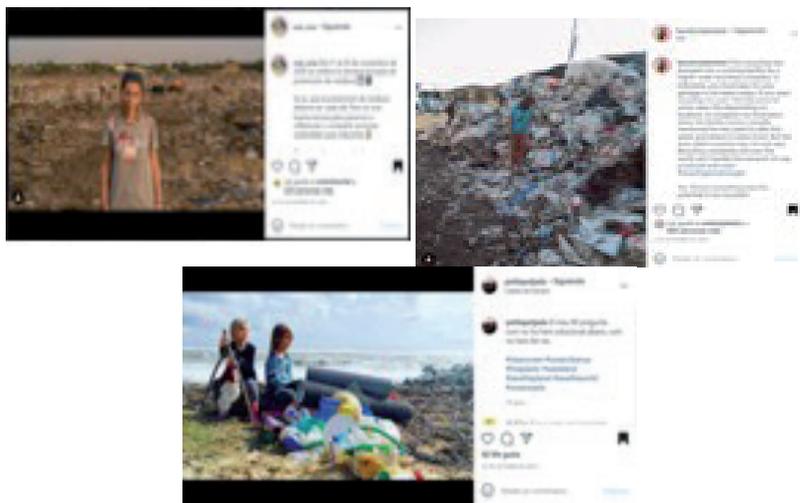


Figura 13. Imágenes de @noe_ona, @laurainwaterland, @petitapetjada

Por último, no podemos obviar un subgrupo que, aunque sigue un patrón minoritario en nuestra muestra, es el que más refleja y de un modo más explícito la muerte y las acciones devastadoras del humano en la tierra. Son las imágenes menos abundantes, posiblemente por su encaje en la plataforma, como hemos mencionado anteriormente, pero también no se corresponde con el tipo de narrativas e imaginarios que estos activistas quieren construir en positivo y hacia el futuro. En los dos ejemplos siguientes vemos imágenes de animales muertos,

hicular estas historias construyendo un imaginario medioambiental desde su subjetividad, proponiéndose como ejemplo con el objetivo de educar a su comunidad.

Adentrándonos en el imaginario que nos proponen estas publicaciones en Instagram constatamos que en la muestra seleccionada se ponen de manifiesto tres estrategias de reconexión con el medio ambiente que se utilizan para vincular afectivamente a la audiencia movilizand o diferentes emociones y sentimientos. Podemos observar, de un modo progresivo, como la primera tipología nos invita a la admiración y el embelesamiento. La segunda nos impele a la acción a partir de la empatía e identificación con pequeñas historias que nos comunican que hay solución, que podemos hacer algo, y la tercera tipología activa nuestra rabia, el dolor empático y el enfado. En este sentido, podemos afirmar que en estas historias la emoción se plantea como camino para mover a la acción y tomar partido en esta causa.

La importancia de las emociones en los movimientos sociales ha sido destacada por Jasper (1998:420), quien apunta la necesidad de entender el papel de las emociones en la acción política más allá del ámbito individual y psicológico, y de dejar de considerarlas sólo en tanto útiles para la manipulación y la demagogia. Como nos dice Sara Ahmed, es fundamental entender las emociones como afectos que nos vinculan y que median entre lo individual y lo colectivo, como parte inherente de nuestro habitar en el mundo "con" otros (Ahmed, 2004:28). Las emociones no son solo un asunto privado, que va desde "dentro" hacia "fuera" (afectamos), sino que también actúan de afuera hacia dentro (nos afectan). Nuestro análisis muestra cómo las emociones se inscriben en las fotografías y textos compartidos por los y las activistas, formando micronarrativas que dialogan con el imaginario moderno proponiendo rupturas y continuidades.

En este sentido, observamos algunos elementos del imaginario moderno que permanecen activos, pero con ciertas modificaciones. De un lado, la nostalgia por el pasado en el que existía un vínculo con la naturaleza se convierte en una proyección a futuro. Se trata pues, de un movimiento que se posiciona desde el presente hacia el futuro: no mira hacia el pasado, no hay emoción o sentimiento de nostalgia por un mundo perdido, sino aspiración y esperanza por un futuro posible, que ya se entrevé en el presente, mediante la reconexión contemplativa con la naturaleza. De otro lado, la tecnología, vista como el progreso en las sociedades, no se rechaza, sino que se sigue manteniendo, por ejemplo, mediante la incorporación de las energías renovables, para superar el actual estado de cosas. De la misma manera, se produce una inversión de la valoración dicotómica naturaleza-civilización, en la que vivir en contacto con la naturaleza es reivindicado en positivo, no como un signo de atraso o de "salvajismo". Así pues, podemos afirmar que este imaginario rompe con la oposición primitivo/civilizado propia de la modernidad (eliminado por anonimato).

Además, observamos claros signos de ruptura con el imaginario moderno por el cual el humano forma una categoría aparte del resto de animales y podríamos decir que se conectan con la aparición de un nuevo imaginario posthumanista, próximo al desarrollado por Haraway. En este imaginario del activismo medioambiental, la humanidad es reintegrada al reino animal y se equipara con cualquier otro ser vivo, rompiendo con el antropocentrismo propio de la modernidad, para favorecer un diálogo interespecie; no hay distinción entre ser humano, animal o planta, todos somos seres vivos, sensibles, sufrientes, capaces de comunicarnos. Integra la ciencia y la tecnología como parte de una acción humana que puede ser positiva o negativa, dependiendo de nuestra actitud hacia el mundo.

Así pues, ¿Cuál es el imaginario social propuesto por el activismo ambiental en Instagram?

Este imaginario social conlleva una ideología política en tanto que construye una visión del mundo y una propuesta para cambiarlo y refuerza las dos características principales del activismo medioambiental que hemos encontrado en nuestro estudio: 1) una visión positiva y esperanzadora sobre el cambio basada en la reconexión con la naturaleza, 2) un mensaje a través de narrativas visuales que se dirige hacia el comportamiento individual.

Si bien se podría argumentar que el énfasis en lo individual responde a una acción política neoliberal (en tanto no cuestiona ni propone un cambio en el modelo de sociedad o de organización política, social o económica) no nos es posible generalizar en este punto, ya que cada *influencer* tiene distintos posicionamientos ideológicos sobre los cuales incluso no quieren pronunciarse abiertamente en las entrevistas. Esta ambigüedad no responde tanto a una despolitización como a un intento de alcanzar una máxima audiencia. Como dice uno de nuestros entrevistados: “llegar a ser mainstream”.

Sostenemos sin lugar a duda que se trata de un movimiento social a escala global y que tienen una agenda política más allá del éxito individual. La acción individual no está en detrimento de la colaboración con los demás, sino en su base. La idea que transmiten es la de la necesidad de ser un “buen ciudadano”; pero extendiendo la *polis* al planeta Tierra, en el sentido de Donna Haraway y su noción de Terrapolis (Haraway, 2019). No hay pues una negación de la lucha política, sino una adaptación de su mensaje al sujeto “hedonista” contemporáneo, a las condiciones actuales del capitalismo tardío y al activismo digital, en red, y adaptado a cada plataforma, en este caso a Instagram. Un activismo basado en la persona, “de tu a tu” (eliminado por anonimato). Apelan a una falta de moralidad individual (no tanto al capitalismo y a la especie humana en abstracto), donde cada persona importa y es nuestro egoísmo y despreocupación lo que nos impide ver lo que estamos haciendo al planeta. En esta dirección, encontramos una denuncia moral al comportamiento individualista y al consumismo en la mayoría de las cuentas

estudiadas y que hemos confirmado mediante las entrevistas. En las entrevistas nos explican el deseo de implicar a la audiencia en su lucha y la construcción de un “nosotros” colectivo, esto es, lograr un movimiento social basado en la suma de las voluntades individuales.

Estas narrativas sobre la sostenibilidad, pues, plantean la posibilidad de construir futuros posibles en el reencuentro entre los imaginarios y los deseos de vida con la potencia recuperable de la productividad ecológica, y la imaginación y la creatividad para inventar nuevos mundos posibles.

9. Bibliografía

- Ahmed, S. (2004). Collective feelings: Or, the impressions left by others. *Theory, culture & society*, 21(2), 25-42.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Appadurai, A. (2013). *El futuro como hecho cultural*. Fondo de Cultura Económica.
- Argullol, Rafael. 2006. La Atracción del Abismo: Un itinerario por el paisaje romántico. Barcelona: Acantilado.
- Baeza, M. A. y Silva, G. 2009. Imaginarios sociales del Otro: el personaje del forastero en Chile (de 1845 a nuestros días). *Sociedad Hoy*, 17, 29-38.
- Bialostocki, J. (1973). Arte y Vanitas. En *Estilo e iconografía. Contribución a una ciencia de las artes*, 185-226. Barral Editores
- BUCK-MORSS, S. (2005). *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Interzona
- Castoriadis, C. (1987) *The Imaginary Institution of Society* (trans. Kathleen Blamey). MIT Press.
- Daiute, C., y Lightfoot, C. (2004). *Narrative analysis: Studying the development of individuals in society*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412985246>
- Donaire, J. A., y Galí, N. (2011). La imagen turística de Barcelona en la comunidad de flickr. *Cuadernos de turismo*, (27), 291-303.
- Fraser, N. y Jaeggli, R.I. (2018), *Capitalism. A Conversation in Critical Theory*, edición de Brian Milstein. Polity.
- Giraldo-Luque, S., Fernández-García, N. y Pérez-Arce, J.C. (2018). La centralidad temática de la movilización #NiUnaMenos en Twitter. *Profesional de la Información*, 27(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.09>
- Gualda, E., Borrero, J.D. y Carpio, J. (2015). La ‘Spanish Revolution’ en Twitter (2): Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *Redes: Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(1), 1-22.
- Haraway, D. J. (2019). *Seguir con el problema: Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni.
- Hine, C. (2005). *Virtual methods: Issues in social research on the Internet*. Berg Publishers.
- Huyssen, A. (1984). Mapping the Postmodern. *New German Critique*, 33, 5-52.

- Jasper, J. M. (1998). The emotions of protest: Affective and reactive emotions in and around social movements. *Sociological forum*, 13(3), 397-424.
- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage Pub.
- Lacan, J. (1971). *El estadio del espejo como formador de la función del yo ["je"] tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica*. Siglo XXI.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama, 31-107.
- Lizcano, E. (2006). *Metáforas que nos piensan: Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Traficantes de Sueños/Ediciones Bajo Cero.
- Lowenthal, D. (1995). The forfeit of the future. *Futures*, 27(4), pp. 385-395. [https://doi.org/10.1016/0016-3287\(95\)00017-0](https://doi.org/10.1016/0016-3287(95)00017-0)
- Mann, C., y Stewart, F. (2000). *Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online*. Routledge.
- Markham, A. (2013). Remix cultures, remix methods: Reframing qualitative inquiry for social media contexts. In 8th International Congress of Qualitative Inquiry, pp. 63-81. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315428093-3>
- Mayorga Rojel, A. J., del Valle Rojas, C. y Browne Sartori, R. (2013). El imaginario social de la acción colectiva de protesta y la crisis Argentina de 2001, en el discurso de la prensa en Chile. *Polis*, 12(34), 491-518.
- Mead, M., y Métraux, R. (Eds.). (2000). *The study of culture at a distance* (Vol. 1). Berghahn Books.
- Mitchell, W. J. T. (2015). *Image science: iconology, visual culture, and media aesthetics*. University of Chicago Press.
- Murphy, K. (2004). Imagination as Joint Activity: The Case of Architectural Interaction. *Mind, Culture, and Activity*, 11(4), 267-278, https://doi.org/10.1207/s15327884mca1104_3
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., y Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. Sage Pub.
- Postill, J., y Pink, S. (2012). Social media ethnography: The digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145(1), 123-134. <https://doi.org/10.1177/1329878X1214500114>
- Rogers, R. (2009). *The end of the virtual: Digital methods*. Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789056295936>
- Strauss, C. (2006). The imaginary. *Anthropological theory*, 6(3), 322-344.
- Strauss, A., y Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology: An overview. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*, pp. 273-285. Sage Publications.
- Taylor, C. (2002). Modern Social Imaginaries. *Public Culture*, 14, 91-124.