

Anderson i els mitjans. La força de les “comunitats imaginades”

Enric Castelló

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

enric.castello@urv.cat

ORCID: <http://www.researcherid.com/rid/B-2834-2012>

Rebut: 05/03/2016

Acceptat: 20/05/2016

RESUM

Aquesta és una nota breu sobre la influència de Benedict Anderson en els estudis sobre els mitjans de comunicació, i més específicament del seu concepte de “comunitats imaginades”. L'autor fa una revisió divulgativa del concepte en relació amb la construcció nacional a través dels mitjans de comunicació. El text anota els motius claus que van donar volada a les idees d'Anderson entre els estudiosos dels mitjans, així com els raonaments que van ser menys debatuts o obvians. L'article vol ser un tribut a la figura del teòric i les seues idees entorn la identitat nacional, el poder de la cultura i dels mitjans de comunicació.

Paraules clau: *Mitjans de comunicació, comunitat imaginada, Benedict Anderson, nacionalisme, consciència nacional*

ABSTRACT. *Anderson and the media. The strength of “imagined communities”*

This is a brief note on Benedict Anderson's influence and more specifically, on his concept of 'Imagined Communities' and its impact on the media. The author reviews the concept in relation to national construction through the media, noting key reasons why Anderson's ideas either took hold or were passed over. The text pays tribute to Anderson's remarkable contribution to the theory of and ideas on national identity and the sway held by culture and media in fostering this identity.

Keywords: *The Media, Imagined Community, Benedict Anderson, nationalism, national consciousness*

Autor per a correspondència / Corresponding author: Enric Castelló. Universitat Rovira i Virgili. Departament d'Estudis de Comunicació. Av. Catalunya, 35 43002 Tarragona.

Suggeriment de cita / Suggested citation: Castelló, E. (2016). Anderson i els mitjans. La força de les “comunitats imaginades”. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 130 (1). 75-80

El desembre de 2015 va morir Benedict Anderson i la trista notícia propicia una reflexió sobre la seua influència en els estudis sobre els mitjans de comunicació. Abordar aquesta qüestió com cal en un article seria una temeritat, donada la quantitat d'autors i treballs que han usat i discutit les idees d'Anderson. Per això aquesta breu nota només és un text divulgatiu limitat, a tall de reconeixement col·lectiu dels investigadors de la comunicació al concepte de “comunitat imaginada”. Certament l'impacte de la concepció que Anderson va elaborar sobre la nació i el nacionalisme en el seu *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Verso, 1983) va ser crucial, especialment en el món anglosaxó. A l'Estat espanyol l'autor va

restar gairebé ignorat i roman força en l'oblit, fins i tot després de la traducció de l'obra als anys noranta a l'espanyol (FCE, 1993) i de la més recent al valencià (Afers, 2005). Avui, qualsevol estudiós que es planteja fer recerca sobre els mitjans i la construcció nacional té en Anderson un referent ineludible.

L'any 1983 va ser un any especial per als estudiosos de la construcció nacional perquè van aparèixer, a més del llibre d'Anderson, dos obres més per a escalfar el debat al respecte: *The Invention of Tradition*, d'Eric Hobsbawm (amb Terence Ranger), i *Nations and Nationalism*, d'Ernest Gellner. Amb Gellner, Hobsbawm i Anderson es configurarà un fantàstic joc a tres per a encetar un estudi sobre construccionisme

i identitat nacional, perquè aquests autors posaven en solfa un veritable debat sobre el paper de la ideologia nacionalista en la configuració de les nacions tal i com van quedar configurades al final del patètic segle XX. Amb la caiguda del mur (1989) i la descomposició de la Unió Soviètica, la qüestió del nacionalisme prengué un nou impuls en l'agenda política internacional i Anderson publicà una versió revisada del llibre (1991), que és la que fem servir ací i la que usen gairebé tots els estudis. Per la seua banda, Hobsbawm publicava, *Nations and Nationalism since 1780* (Verso, 1990). Al cor d'Europa, esclatava la vergonyosa guerra de Iugoslàvia.

Per què aquestes obres són importants? Jo crec que ho són perquè ensorren definitivament la idea sacralitzada (i essencialista) de la nació com a quelcom fora d'una construcció de caràcter ideologiconarratiu. El poder narratiu en la configuració de la identitat i el relat nacional va ser, també als vuitanta i principi dels noranta, remarcat per les visions d'autors com Edward Said i especialment d'Homi Bhabha (1990), sovint referenciats pels estudis literaris i culturals. Entre els autors esmentats en el paràgraf anterior, Anderson va articular una idea del nacionalisme que implicaria una perspectiva diferent a la de Gellner i Hobsbawm. Per a aquests darrers, el nacionalisme és una ideologia alienadora i que desvia els debats centrals del progrés i el conflicte social, com són la modernitat i la industrialització, com bé ha apuntat Sabina Mihelj (2011). Les seves idees són encara nítidament modernes, de tall historicista tal i com hem apuntat prèviament (Castelló 2011), i molt crítiques envers la ideologia nacionalista.

Per exemple, Gellner considerava que és el nacionalisme que “inventa” la nació i sempre va acabar assenyalant els efectes perniciosos de la política nacionalista. Li costava no posar al mateix sac qualsevol tipus de nacionalisme, i mirà d'establir-ne idees transversals però amb poca capacitat per a discernir entre nacionalismes impulsats per estats, moviments independentistes, o en contextos més democràtics envers els autoritaris. En Gellner, l'ús del mot “invenció” situava la nació com a quelcom

d'artificial, fins i tot fals, creat en una ideologia, alienant; una posició que criticà obertament Anderson al seu llibre. Des d'una perspectiva diferent, Hobsbawm també combregava amb aquesta visió i articulà el concepte de la “invenció de la tradició”; conseqüentment, tendí a treure importància a la idea de la nació i a la potència del nacionalisme. Tot i això, podríem afirmar que tant Gellner com Hobsbawm posaven accent en la força de la ideologia articulada en els discursos: ambdós veuen el “món de les nacions” com quelcom en estat de superació.

Anderson, per la seua banda, va concebre la nació com un fenomen modern i volàtil, inserit en les dinàmiques culturals i socials, i lluny d'estar acabat. El focus d'Anderson en el concepte d'“imaginació”, per una banda, i en la substantivació de la cultura i els processos creatius, per altra, el situen en una dimensió que connectarà amb els estudis culturals i dels mitjans de comunicació. En certa manera, sense que puguem catalogar de cap manera Anderson de postmodern, podem dir que el concepte de “comunitat imaginada” lligà molt bé amb els temps líquids que s'albiraven, amb la rellevància de la representació i l'imaginari col·lectiu, i amb les ganes de desempallegar-se de les visions més ortodoxes que el marxisme havia articular sobre la idea de la nació i la ideologia nacionalista. Alguns han relacionat aquesta visió oberta amb el caràcter cosmopolita del pensador.¹ Per Anderson, el nacionalisme podia ser destructiu, però també podia tenir una base de construcció social, cultural i de cohesió: deixava enrere la demonització “de sèrie”. Com ha explicat Özkirimli (2000), Anderson abandonà la idea que les nacions eren només constructes ideològics i les va assimilar a d'altres “comunitats” com la religió, o fins i tot el parentesc; la nació era definida com una comunitat política.

La conceptualització de Benedict Anderson està desenvolupada des del principi del seu llibre. Defineix

1. Anderson (1936) va nèixer a la Xina, els seus pares eren de procedència anglo-irlandesa i es van traslladar als Estats Units. Anderson es va especialitzar en els estudis del Sudest asiàtic on hi va viure temporades.

el nacionalisme i la nacionalitat com un "artefacte cultural" i la idea nació és la d'una "comunitat política imaginada, i imaginada doblement com limitada i sobirana" (1991: 6).² L'autor indica que és limitada perquè els seus membres consideren que formen part d'aquesta comunitat que entenen que acaba o té una delimitació més enllà del que és territorial; hi ha, per tant, individus que no en formen part. Tot i que els seus membres no es coneixen personalment, senten que són com una mena de família finita. És sobirana perquè la nació és una comunitat que neix per a substituir el poder del monarca, de les dinasties reials; de fet, Anderson elabora un relat on les comunitats religioses clàssiques són substituïdes per les nacions modernes.

Aquesta introducció del llibre on Anderson defineix els conceptes de forma resumida i succinta va ser una bona estratègia de l'autor per a posar en solfa des del principi el seu posicionament, però, sota el meu punt de vista, va tenir conseqüències en la interpretació de l'obra. Per una banda, una part part de treballs que van començar a referenciar-lo es van quedar en aquestes primeres sis o set pàgines i va usar (i a vegades abusar) del concepte per a justificar la tasca dels mitjans en la construcció d'un "imaginari" nacional. Molts investigadors van deixar de costat el gruix del treball, on hi ha al meu entendre algunes idees molt rellevants i sobre les quals s'ha fet molt poc èmfasi. Per altra banda, altres autors van assimilar el concepte d'imaginació al d'imaginari sense fer massa discerniments, una relació complicada en la traducció literal, ja que un concepte que en espanyol, francès i català pot funcionar molt bé com és "imaginari", comporta alguns problemes en anglès. De fet, "imaginació" ens remet a una mena de "consciència" transformada en relat, mentre que "imaginari" demana un referent i ens remet a la representació. Sovint aquesta relació es va donar per suposada: l'"imaginari" crearia llavors una "comunitat imaginada" i aleshores ja podríem focalitzar en les representacions que creaven aquest "imaginari".

2. La traducció és nostra.

Com dic, una part important d'articles i investigacions sobre la construcció nacional i els mitjans de comunicació van limitar-se a fer referència al concepte de "comunitat imaginada" i van fer un salt argumental directe: els mitjans de comunicació són una eina de creació d'imaginari. La potència de la imatge en el mitjà televisiu alimentà l'ús del concepte en els estudis específics de televisió i cinema. Això deixava de banda un debat, al meu parer, molt productiu sobre el qual Anderson va treballar en el llibre respecte als orígens de l'aparició d'una "consciència nacional" col·lectiva. En quin moment les comunitats postmedievals comencen a "pensar-se" com a nació? En quin moment les poblacions rurals i els ciutadans prenen consciència de pertànyer a una comunitat nacional de "francesos", "espanyols", "catalans", etc.?

La resposta d'Anderson recau justament en l'aparició de la impremta, la definició de llengües nacionals —i l'abandonament progressiu del llatí com a vehicle de coneixement—, i la distribució cultural massiva; en definitiva, en la modernitat. La nació "imaginada" és un constructe de la modernitat, i no un mite petrificat que prové de l'obscuritat dels temps. La importància no és històrica, només, sinó també tecnològica: la disponibilitat d'una nova tecnologia de producció cultural fixà una llengua nacional, de poder —envers altres llengües vernacles—, i generà una base per al creixement d'una consciència nacional. Anderson tenia una base ideològica anticolonial i veié en això no únicament un exercici de poder polític i cultural de les metròpolis envers territoris subjugats, sinó també una oportunitat emancipadora perquè en el seu pensament les nacions són orgàniques. De fet, considerà que el primer nacionalisme és el de les comunitats criolles americanes envers els estats imperials.

Per als estudis sobre la televisió, i més recentment sobre Internet i les possibilitats de construir una idea de "comunitat imaginada", la potencialitat d'aquest plantejament és inqüestionable. Així, la disponibilitat o no de la tecnologia (la televisió i la xarxa de distribució) al servei d'una idea específica de la nació (Espanya, França, Regne Unit..., Catalunya, Escòcia, etc.), implicava la possibilitat o la impossibilitat de

l'articulació d'una consciència nacional. El concepte s'aplica molt bé per a explicar la configuració durant la segona part del segle XX dels mapes de consciència nacional a Europa dels estats-nació en relació amb el treball de les “televisions nacionals públiques”: BBC, RAI, TVE, etc. La creació i la distribució d'un determinat “imaginari” nacional es trobava en la base de la construcció d'una “comunitat imaginada” específica que ressaltava determinats trets (llengua, història, herois, símbols, etc.) i en descartava d'altres.

Cal destacar, per tant, la rellevància que, per a les denominades “nacions sense estat”, tenia l'accés a la tecnologia i el seu ús en l'establiment d'aquesta comunitat imaginada i la distinció que calia fer respecte a la disponibilitat de la tecnologia (per exemple, una televisió pública), i el contingut simbòlic que vehiculava (una mera rèplica de la comunitat imaginada nacional-estatal, una comunitat imaginada subordinada a una comunitat nacional “superior”, una comunitat nacional pròpia amb el mateix rang que la nació legitimada per un estat). El lector podrà situar de forma intuïtiva el paper de les televisions autonòmiques en el si de l'estat espanyol, o el de les televisions a les “regions and nations” britàniques, o de les televisions a les comunitats francòfones i flamenques de Bèlgica, de les comunitats hispanes als Estats Units, o de la influència de la televisió russa a Ucraïna, etc.

Anderson va donar una importància especial a la premsa de masses en l'origen i l'establiment d'una consciència nacional. La venda massiva d'exemplars en un sol dia implicava compartir un mateix missatge, en un mateix moment a milions de persones; a més, aquesta pràctica cultural estava directament relacionada amb el mercat. Per a ell, el capitalisme imprès (*print-capitalism*) generà una nova forma de repensar la comunitat, que estableix un “nosaltres” (el mercat intern) i uns “altres” (el mercat exterior). Parlem d'un mecanisme que es generava en una rutina, quotidiana. Aquestes idees van ser complementades pel concepte de nacionalisme banal de Michael Billig (1995), que propugna que el nacionalisme és consumit i reproduït en la

quotidianitat de forma gairebé inadvertida. Quin mitjà no podria banalitzar de forma tant potent un imaginari nacional com era la televisió? Quin mitjà no podia tenir una potència específica a través de productes culturals massius com són les telesèries, els documentals, les ficcions?

Dit això, cal però realitzar amb cautela la transposició directa d'Anderson a l'anàlisi televisiva i dels mitjans. De fet, l'autor gairebé no esmenta els mitjans de comunicació massius audiovisuals, la ràdio o la televisió, com a eines de creació d'aquesta comunitat. Anderson estava més focalitzat a reflexionar sobre l'aparició de la idea de nació, i no tant sobre la seua reproducció en un món mediatitzat. Una prova d'això és que en la introducció que l'any 1996 va fer del recull de textos sobre nacionalisme *Mapping the Nation*, ni tan sols esmentà l'impacte dels mitjans ni inclogué una visió més “mediacèntrica”. Al contrari, les contribucions al volum planen per la història, l'economia, la geopolítica, la filosofia, les relacions internacionals, i fins i tot les relacions de gènere, però no pels mitjans de comunicació. Per tant, quan usem l'autor, hauríem de cobrir aquest salt de forma convincent.

Una manera d'instal·lar un pont és la que habitualment s'ha fet i aquí hem comentat: “La televisió com a constructora d'imaginari nacional”. Però una altra, que potser encaixa millor amb la proposta d'Anderson, és la idea d'un sistema comunicatiu com a part d'un capitalisme de reproducció simbòlica; la generació d'una indústria cultural, el pas d'un capitalisme-imprès (“print-capitalism”) a un capitalisme-de-pantalla (“screen-capitalism”?). Si en el primer cas es van estandaritzar les normes d'una llengua comuna, en el segon s'estableixen normes d'una imatge col·lectiva; un nacionalisme “banalitzat”, a la vegada que tot un sistema econòmic que gira al seu entorn. Aquesta dinàmica implica no només les representacions en els informatius o en les ficcions, sinó també l'establiment d'un veritable “nacionalisme de consum” que circula per la publicitat, per les botigues de records, pel món de l'esport, pels espectacles musicals, pels concursos cinematogràfics, pels mons dels videojocs, als emojis...

Com apunta Özkirimli (2000), la visió d'Anderson sobre la nació, el nacionalisme i la consciència nacional no és aproblemàtica. L'autor també va ser criticat pels que consideraren la seua aproximació com a reduccionista en tant que limitada a la cultura, pel seu relat sobre la substitució de les comunitats religioses i els reialmes per la comunitat nacional, o per la seua interpretació dels moviments anti-colonials. Entre els autors de pes que van discutir aquesta qüestió també podríem esmentar l'aportació de Manuel Castells (1997), que plantejava si les nacions més que "comunitats imaginades" construïdes al servei del poder —si fem servir el concepte d'Anderson—, no serien el producte d'una història, expressat en imatges comunals, a partir de la llengua i la cultura compartides. En un món interconnectat, la idea de l'exercici de poder per part d'una elit o d'un poder polític en una dinàmica "up-bottom" és difícil d'assumir d'una forma senzilla. D'aquesta forma, existeix una resistència a assimilar fàcilment una influència tal en la configuració de consciències nacionals.

Per altra banda, de l'obra d'Anderson se'n va fer ús i abús, especialment per part dels corrents d'influència postmoderna. La idea d'imaginari col·lectiu i d'imaginació va ser explotada per aproximacions culturals i discursives que l'han citada molt alegrement junt amb autors com Michel Foucault o d'altres

postestructuralistes. La veritat és que Anderson era un pensador atípic i de difícil catalogació, cosa que, al meu entendre, el fa més interessant. Si bé la seua idea de nació com a "comunitat imaginada" ens pot portar a fixar-nos en el discurs com a eina o àmbit epistemològic, Anderson encaixa millor en les visions historicistes de la identitat. El seu llibre és un repàs històric de la formació de les nacions, sobre la base d'un comentari sobre casos molt diversos en què es parla d'imperialisme, racisme, llengües nacionals, cultura, censos, mapes, poder polític, moviments de població, etc. El focus no és l'anàlisi de la representació cultural de la nació, i encara menys el discurs nacional, tot i que dóna rellevància a la construcció i la transmissió de la "consciència nacional" a través de la llengua i de la cultura.

Vist en perspectiva, i amb motiu de la lamentable notícia de la desaparició, cal reconèixer la potència del concepte de "comunitat imaginada" i la riquesa en l'exposició que va fer Benedict Anderson. L'obra va sembrar una llavor al subsòl: la recerca en comunicació i nacionalisme la faria florir en innombrables textos d'assaig, recerca i pensament. El temps supera sempre el pensament, però el llegat d'Anderson va ser dels que generen avenç, discussió i aixequen debats que, en el món de les tauletes i els telèfons intel·ligents, encara són molt pertinents.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Anderson, B. (1991 [1983]). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Edició revisada. Londres: Verso.
- Bhabha, H. (ed.) (1990). *Nations and Narrations*. Nova York: Routledge.
- Castells, M. (1997). *The Power of Identity. The Information Age. Vol II*. Blackwell Publishing: Cambridge (MA). Trad. cat. de Marta García Madera: *El poder de la identitat. Vol II. L'era de la informació*. Barcelona: Editorial UOC, 2003.
- Castelló, E. (2008). *Identidades Mediáticas. Introducción a las teorías, métodos y casos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gellner, E. (1983). *Nations and Nationalism*. Nova York: Cornell University Press.
- Hobsbawm, E. J. & Ranger, T. (Eds.). (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobsbawm, E. J. (1991). *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mihelj, S. (2011). *Media Nations. Communicating Belonging and Exclusion in the Modern World*. Basingstoke/Nova York: Palgrave MacMillan.
- Özkirimli, U. (2000). *Theories of Nationalism. A Critical Introduction*. Nova York: MacMillan.

NOTA BIOGRÀFICA

Enric Castelló és professor del Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili i doctor per la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat investigador convidat a la Glasgow Caledonian University i a Loughborough University. Forma part del Grup de Recerca en Comunicació Asterisc. És autor de llibres i articles de recerca sobre identitat nacional i mitjans de comunicació. Actualment, és el coordinador del Màster en Comunicació Estratègica en la Societat del Risc de la URV.

