

Anderson y los medios. La fuerza de las “comunidades imaginadas”

Enric Castelló

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

enric.castello@urv.cat

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

Recibido: 05/03/2016

Aceptado: 20/05/2016

RESUMEN

Esta es una nota breve sobre la influencia de Benedict Anderson y, más específicamente, de su concepto comunidades imaginadas, en los estudios sobre los medios de comunicación. El autor hace una revisión divulgativa del concepto en relación con la construcción nacional a través de los medios de comunicación, anota los motivos clave que dieron impulso a las ideas de Anderson, así como las que también se obviaron o dejaron de lado. El texto quiere ser un tributo a la figura del teórico y a las ideas en torno a la identidad nacional, el poder de la cultura y de los medios de comunicación.

Palabras clave: *Medios de comunicación, comunidad imaginada, Benedict Anderson, nacionalismo, conciencia 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 para correspondencia / Corresponding author: Enric Castelló. Universitat Rovira i Virgili. Departament d’Estudis de Comunicació. Av. Catalunya, 35 43002 Tarragona.

Sugerencia de cita / Suggested citation: Castelló, E. (2016). Anderson y los medios. La fuerza de las “comunidades imaginadas”. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 130 (1). 75-80

En diciembre de 2015 murió Benedict Anderson, y esta triste noticia propicia una reflexión acerca de su influencia en los estudios sobre los medios de comunicación. Abordar esta cuestión como es debido en un artículo sería una temeridad, dada la cantidad de autores y trabajos que han usado y discutido las ideas de Anderson. Por ello, esta breve nota es solo un texto divulgativo limitado, a modo de reconocimiento colectivo de los investigadores de la comunicación del concepto de *comunidad imaginada*. Ciertamente, el impacto que provocó la concepción de Anderson sobre la nación y el nacionalismo en su *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Verso, 1983) fue crucial, especialmente en el mundo anglosajón. En España, el autor pasó

muy desapercibido y permanece en un olvido casi absoluto, incluso después de la traducción al español en los años noventa del siglo pasado (FCE, 1993) y de la más reciente al valenciano (Afers, 2005). Hoy, cualquier estudioso que se plantee hacer investigación sobre los medios y la construcción nacional tiene en Anderson un referente ineludible.

El año 1983 fue un año especial para los estudiosos de la construcción nacional, porque aparecieron, además del libro de Anderson, dos obras más para alentar el debate al respecto: *The invention of tradition*, de Eric Hobsbawm (con Terence Ranger), y *Nations and Nationalism*, de Ernest Gellner. Con Gellner, Hobsbawm y Anderson se configuró un magnífico

juego a tres bandas para iniciar un estudio sobre construccionismo e identidad nacional, porque estas obras ponían en solfa un verdadero debate sobre el papel de la ideología nacionalista en la configuración de las naciones tal y como quedaron configuradas al final del patético siglo XX. Con la caída del muro (1989) y la descomposición de la Unión Soviética, la cuestión del nacionalismo tomó un nuevo impulso en la agenda política internacional y Anderson publicó una versión revisada del libro (1991), que es la que usamos aquí y la que usan casi todos los estudios. Por su lado, Hobsbawm publicaba *Nations and Nationalism since 1780* (Verso, 1990) mientras en el corazón de Europa estallaba la vergonzosa guerra de Yugoslavia.

¿Por qué son importantes estas obras? Yo creo que lo son porque derriban definitivamente la idea sacralizada (y esencialista) de la nación como algo situado fuera de una construcción de carácter ideológico-narrativo. El poder narrativo en la configuración de la identidad y el relato nacional fue remarcado, también en los ochenta y principios de los noventa del pasado siglo, por las visiones poscoloniales de autores como Edward Said y, especialmente, de Homi Bhabha (1990), a menudo referenciados por los estudios literarios y culturales. Entre los autores mencionados en el párrafo anterior, Anderson articuló una idea del nacionalismo que implicaría una perspectiva diferente a la de Gellner y Hobsbawm. Para estos últimos, el nacionalismo es una ideología alienante y que desvía los debates centrales del progreso y el conflicto social, como son la modernidad y la industrialización, como bien ha apuntado Sabina Mihelj (2011). Sus ideas son todavía nítidamente modernas, de corte historicista, tal y como hemos apuntado previamente (Castelló 2011), y muy críticas hacia la ideología nacionalista.

Por ejemplo, Gellner consideraba que es el nacionalismo quien «inventa» la nación y siempre terminó señalando los efectos perniciosos de la política nacionalista. Le costaba no poner en el mismo saco a cualquier tipo de nacionalismo, e intentó establecer ideas transversales, pero con poca capacidad para discernir entre nacionalismos impulsados por estados y movimientos independentistas, o los que

se producen en contextos más democráticos frente a los que se dan en contextos autoritarios. En Gellner, el uso de la palabra *invención* situaba la nación como algo artificial, incluso falso, creado en una ideología, alienante; una posición que criticó abiertamente Anderson en su libro. Desde una perspectiva diferente, Hobsbawm también comulgaba con esta visión y articuló el concepto de *invención de la tradición* y tendió a restar importancia a la idea de la nación y a la potencia del nacionalismo. Sin embargo, podríamos afirmar que tanto Gellner como Hobsbawm hacían hincapié en la fuerza de la ideología articulada en los discursos; ambos ven el «mundo de las naciones» como algo en estado de superación.

Anderson, por su parte, concibió la nación como un fenómeno moderno y volátil, insertado en las dinámicas culturales y sociales y lejos de estar terminado. El foco de Anderson en el concepto de *imaginación*, por un lado, y en la sustantivación de la cultura y los procesos creativos, por otra, lo sitúan en una dimensión que conectará con los estudios culturales y de los medios de comunicación. En cierto modo, sin que podamos catalogar a Anderson de posmoderno, podemos decir que el concepto de *comunidad imaginada* enlazó muy bien con los tiempos líquidos que se vislumbraban, con la relevancia de la representación y el imaginario colectivo y con las ganas de desembarazarse de las visiones más ortodoxas que había articulado el marxismo sobre la idea de la nación y la ideología nacionalista. Algunos han relacionado esta visión abierta con el carácter cosmopolita del pensador. Para Anderson, el nacionalismo podía ser destructivo, pero también podía tener una base de construcción social, cultural y de cohesión: dejaba atrás la demonización «de serie». Como ha explicado Özkirimli (2000), Anderson abandonó la idea de que las naciones eran únicamente constructos ideológicos y la asimiló a otras «comunidades» como la religión, o incluso el parentesco; la nación era definida como una comunidad política.

La conceptualización de Benedict Anderson está desarrollada desde el principio de su libro. Define el nacionalismo y la nacionalidad como un «artefacto

cultural» y la idea de *nación* es la de una «comunidad política imaginada, e imaginada doblemente como limitada y soberana» (1991:6).¹ El autor indica que es limitada porque sus miembros consideran que forman parte de esta comunidad que entienden que termina o tiene una delimitación no únicamente territorial; en consecuencia, hay individuos que no forman parte de esta. Aunque sus miembros no se conocen personalmente, sienten que son como una especie de familia finita. Además, es soberana porque la nación es una comunidad que nace para sustituir el poder del monarca, de las dinastías reales; de hecho, Anderson elabora un relato en que las comunidades religiosas clásicas son sustituidas por las naciones modernas.

Esta introducción del libro, en la que Anderson define los conceptos de forma resumida y sucinta, fue una buena estrategia del autor para poner en solfa desde el principio su posicionamiento, pero bajo mi punto de vista tuvo consecuencias en la interpretación de la obra. Por un lado, buena parte de los trabajos que comenzaron a referenciarlo se quedaron en estas primeras seis o siete páginas, usando (y a veces abusando) el concepto para justificar la labor de los medios en la construcción de un «imaginario» nacional. Muchos investigadores dejaron de lado el grueso del trabajo, donde, en mi opinión, hay algunas ideas muy relevantes y sobre las que se ha hecho muy poco hincapié. Por otra parte, otros autores asimilaron el concepto de *imaginación* al de *imaginario* sin hacer una gran distinción, una asociación complicada en la traducción literal, ya que un concepto que en español, francés y catalán puede funcionar muy bien como es *imaginario*, conlleva algunos problemas en inglés. De hecho, *imaginación* nos remite a una especie de «conciencia» transformada en relato, mientras que *imaginario* pide un referente y nos remite a la representación. A menudo, esta relación se dio por supuesta: el «imaginario» crearía entonces una «comunidad imaginada» y entonces ya nos podíamos focalizar en las representaciones que creaban este «imaginario».

Como digo, una parte importante de artículos e investigaciones sobre la construcción nacional y los medios de comunicación se limitaron a hacer referencia al concepto de *comunidad imaginada* en sus apartados teóricos, para dar un salto argumental directo: los medios de comunicación son una herramienta de creación de imaginario. La potencia de la imagen en el medio televisivo alimentó el uso del concepto en los estudios específicamente de televisión y cine. Esto dejaba de lado un debate, en mi opinión muy productivo, sobre el que Anderson trabajó en su libro acerca de los orígenes de la aparición de una «conciencia nacional» colectiva. ¿En qué momento las comunidades posmedievales empiezan a «pensarse» como nación? ¿En qué momento las poblaciones rurales y los ciudadanos toman conciencia de pertenecer a una comunidad nacional de «franceses», «españoles», «catalanes», etc.?

La respuesta de Anderson recae justamente en la aparición de la imprenta, la definición de lenguas nacionales (y el progresivo abandono del latín como vehículo de conocimiento) y la distribución cultural masiva; la modernidad. La nación «imaginada» es un constructo de la modernidad y no un mito petrificado que proviene de la oscuridad de los tiempos. La importancia no es solamente histórica, sino también tecnológica: la disponibilidad de una nueva tecnología de producción cultural fijó una lengua nacional, de poder (frente a otras lenguas vernáculas), y generó una base para el crecimiento de una conciencia nacional. Anderson tenía una base ideológica anticolonial y vio en ello no solo un ejercicio de poder político y cultural de las metrópolis sobre territorios subyugados, sino también una oportunidad emancipadora, porque en su pensamiento las naciones son orgánicas. De hecho, consideró que el primer nacionalismo es el de las comunidades criollas americanas respecto a los estados imperiales.

Para los estudios sobre la televisión y, más recientemente, sobre internet y las posibilidades de construir una idea de *comunidad imaginada*, la potencialidad de este planteamiento es incuestionable. Así, la disponibilidad o no de la tecnología (la

1. La traducción es nuestra.

televisión y la red de distribución) al servicio de una idea específica de la nación (España, Francia, Reino Unido... Cataluña, Escocia, etc.) implicaba la posibilidad o imposibilidad de la articulación de una conciencia nacional. El concepto se aplica muy bien para explicar la configuración, durante la segunda parte del siglo XX, de los mapas de conciencia nacional de los estados-nación en Europa en relación con el trabajo de las «televisiones nacionales públicas»: BBC, RAI, TVE, etc. La creación y distribución de un determinado «imaginario» nacional estaba en la base de la construcción de una «comunidad imaginada» específica que resaltaba determinados rasgos (lengua, historia, héroes, símbolos, etc.) y descartaba otros.

Así pues, es necesario destacar la relevancia que tenía para las denominadas *naciones sin estado* el acceso a la tecnología y su uso en el establecimiento de esta comunidad imaginada, así como la distinción que había que considerar respecto a la disponibilidad de la tecnología (por ejemplo, una televisión pública) y el contenido simbólico que vehiculaba (una mera réplica de la comunidad imaginada nacional-estatal, una comunidad imaginada subordinada a una comunidad nacional «superior», una comunidad nacional propia con el mismo rango que la nación legitimada por un estado). El lector podrá situar de manera intuitiva el papel de las televisiones autonómicas en el Estado español, el de las televisiones en las *regions and nations* británicas, el de las televisiones en las comunidades francófonas y flamencas de Bélgica y en las comunidades hispanas en Estados Unidos, la influencia de la televisión rusa en Ucrania, etc.).

Anderson otorgó una importancia especial a la prensa de masas en el origen y establecimiento de una conciencia nacional. La venta masiva de ejemplares en un solo día implicaba compartir un mismo mensaje, en un mismo momento, a millones de personas; además, esta práctica cultural estaba directamente relacionada con el mercado. Para él, el capitalismo impreso (*print-capitalism*) generó una nueva forma de pensar la comunidad, estableciendo un «nosotros» (el mercado interno) y un «otros» (el mercado exterior). Hablamos de un mecanismo que se generaba en una

rutina, cotidiano. Estas ideas fueron complementadas con el concepto de *nacionalismo banal* de Michael Billig (1995), que propugna que el nacionalismo es consumido y reproducido en la cotidianidad de forma casi inadvertida. ¿Qué medio no podría banalizar de forma tan potente un imaginario nacional como era la televisión? ¿Qué medio no podía tener una potencia específica a través de productos culturales masivos como son las teleseries, los documentales, las ficciones?

Dicho esto, es necesario ser cauteloso al realizar la transposición directa de Anderson al análisis televisivo y de los medios. De hecho, el autor casi no menciona a los medios de comunicación masivos audiovisuales, la radio o la televisión, como herramientas de creación de esta comunidad. Anderson estaba más centrado en reflexionar sobre la aparición de la idea de *nación*, no tanto en su reproducción en un mundo mediatizado. Una prueba es que en la introducción que en 1996 hace de la colección de textos sobre nacionalismo *Mapping the Nation*, ni siquiera mencionó el impacto de los medios ni se incluyó una visión más «mediacéntrica». Por el contrario, las contribuciones que aparecen en el volumen se ocupan de la historia, la economía, la geopolítica, la filosofía, las relaciones internacionales e, incluso, las relaciones de género, pero no de los medios de comunicación. Por lo tanto, cuando usemos al autor, deberíamos cubrir este salto de forma convincente.

Un modo de tender un puente es el que habitualmente se ha hecho y aquí hemos comentado: «La televisión como constructora de imaginario nacional». Pero otro modo, que quizá encaja mejor con la propuesta de Anderson, es la idea de un sistema comunicativo como parte de un capitalismo de reproducción simbólica; la generación de una industria cultural, el paso de un capitalismo impreso (*print-capitalism*) a un capitalismo de pantalla (*screen-capitalism*). Si en el primer caso se estandarizaron las normas de una lengua común, en el segundo se establecen normas de una imagen colectiva; un nacionalismo «banalizado», a la vez que todo un sistema económico que gira a su alrededor. Esta dinámica implica no solo las representaciones en los informativos o en las ficciones, sino también

el establecimiento de un verdadero «nacionalismo de consumo» que circula por la publicidad, por las tiendas de recuerdos, por el mundo del deporte, por los espectáculos musicales, por los concursos cinematográficos, por los mundos de los videojuegos, por los emoji...

Como apunta Özkirimli (2000), la visión de Anderson sobre la nación, el nacionalismo y la conciencia nacional no es imbatible. El autor fue también criticado por los que consideraron su aproximación como reduccionista en tanto que limitada a la cultura, por su relato sobre la sustitución de las comunidades religiosas y los reinos por la comunidad nacional o por su interpretación de los movimientos anticoloniales. Entre los autores de peso que discutieron esta cuestión también podríamos mencionar la visión de Manuel Castells (2003),² que proponía la idea de si las naciones, más que «comunidades imaginadas» construidas al servicio del poder (usando el concepto de Anderson), no serían más bien el producto de una historia, expresado en imágenes comunales, a partir de la lengua y la cultura compartidas. En un mundo interconectado, la idea del ejercicio de poder por parte de una élite o de un poder político en una dinámica *up-bottom* es difícil de asumir de una forma sencilla. Así, existe una resistencia a asimilar fácilmente una influencia de este tipo en la configuración de conciencias nacionales.

Por otra parte, se usó y abuso de la obra de Anderson, especialmente por parte de las corrientes de influencia

postmoderna. La idea de *imaginario colectivo* y de *imaginación* fue muy explotada por aproximaciones culturales y discursivas que la han citado muy alegremente junto a autores como Michel Foucault u otros posestructuralistas. Lo cierto es que Anderson era un pensador atípico y de difícil catalogación, lo que en mi opinión lo hace más interesante. Si bien su idea de nación como «comunidad imaginada» nos puede llevar a fijarnos en el discurso como herramienta o ámbito epistemológico, Anderson encaja mejor en las visiones historicistas de la identidad. Su libro es un repaso histórico de la formación de las naciones, a partir de un comentario sobre casos muy diversos en los que se habla de imperialismo, racismo, lenguas nacionales, cultura, censos, mapas, poder político, movimientos de población, etc. Su foco no es el análisis de la representación cultural de la nación, ni mucho menos el discurso nacional, aunque da relevancia a la construcción y la transmisión de la «conciencia nacional» a través de la lengua y de la cultura.

Visto en perspectiva, y con motivo de la triste noticia de su desaparición, hay que reconocer la potencia del concepto de *comunidad imaginada* y la riqueza en la exposición que hizo Benedict Anderson. La obra sembró una semilla en el subsuelo: la investigación en comunicación y nacionalismo la haría florecer en innumerables textos de ensayo, investigación y pensamiento. El tiempo supera siempre el pensamiento, pero el legado de Anderson fue de los que generan avance, discusión y provocan debates que, en el mundo de las tabletas y los teléfonos inteligentes, aún son muy pertinentes.

2. Aquí usamos la traducción al catalán, de 2003, pero la edición original en inglés es de 1997.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. (ed. revisada). Londres: Verso.
- Bhabha, H. (Ed.). (1990). *Nations and Narrations*. Nueva York: Routledge.
- Castells, M. (2003). *El poder de la identitat. Vol II. L'era de la Informació*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castelló, E. (2008). *Identidades Mediáticas. Introducción a las teorías, métodos y casos*. Barcelona: Ediuoc.
- Gellner, E. (1983). *Nations and Nationalism*. Nueva York: Cornell University Press.

- Hobsbawm, E. J. y 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 y Nueva York: Palgrave McMillan.
- Özkerimli, U. (2000). *Theories of Nationalism. A Critical Introduction*. Nueva York: McMillan.

NOTA BIOGRÁFICA

Enric Castelló es profesor del Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili y doctor por la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha sido investigador invitado en la Glasgow Caledonian University y en la Loughborough University. Forma parte del Grup de Recerca en Comunicació Asterisc. Es autor de libros y artículos de investigación sobre identidad nacional y medios de comunicación. Actualmente, es el coordinador del Màster en Comunicació Estratègica en la Societat del Risc de la URV.

