

Naciones que se leen: consumo de prensa e identidad nacional

Víctor Sampedro Blanco
Profesor de la Universidad de Salamanca

Los estudiantes universitarios extranjeros acuden con regularidad a la sala de prensa de la biblioteca. Leen, a veces durante horas, los diarios de sus países que tienen, al menos, una semana de antigüedad y que relatan acontecimientos que han sucedido a miles de kilómetros de distancia. ¿Dónde reside la finalidad o el sentido de esta lectura? El análisis etnográfico de las audiencias desvela un ejercicio de construcción de identidades nacionales: una práctica cultural que, de forma tácita, también está presente en la recepción cotidiana de otros medios.

1. AUDIENCIAS Y RECEPCIÓN DE HOY EN DÍA

Se conoce muy poco sobre los estudiantes extranjeros como audiencias específicas (Ellison y French, 1958; Adams, 1969; Pierce, 1970). Pero más allá de los sujetos, este caso de estudio nos permite explorar la recepción de la prensa diaria cuando las dimensiones espacio-temporales han sido alteradas de forma drástica. Por otra parte, este contexto dista de ser extraño. La prensa nacional se ve sometida de forma creciente a las contingencias introducidas por los procesos de globalización. Así, con una audiencia, en principio, tan poco representativa tendremos ocasión de explorar tres fenómenos imperantes en la recepción mediática contemporánea: (a) en el nivel de las audiencias, su desenraizamiento de los territorios y de las comunidades de origen; (b) en el nivel del contenido, la tensión entre los mensajes de los ámbitos nacional y extranjero; y, (c) en el plano de los medios, el uso simultáneo de tecnologías con frecuencia variable e incluso contradictoria.

Frente al texto nacional o local de la prensa diaria, se erige el texto global del medio televisivo en tiempo real. Los diarios de prestigio actuales, herederos del periódico burgués del XIX, desempeñan el papel de abastecedores de información y opinión, definiendo, a menudo, la perspectiva del *interés nacional* (McQuail, 1991:33). Dicho de otro modo, estos periódicos expresan, pero también conforman, diferentes identidades nacionales, supuestamente cuestionadas por los flujos comunicativos transnacionales.

La inestabilidad que debe estar originándose en las identidades nacionales de las audiencias tiene repercusiones político-sociales obvias. Los nacionalismos, la xenofobia, los conflictos de raíz étnica, las migraciones y la diáspora de las poblaciones definen, entre otros factores, la política de finales del siglo XX como una cuestión de identidades. Individuos y colectivos buscan puntos de encuentro o de desencuentro, inmersos en las dinámicas contradictorias de lo global y lo local. Adaptando las palabras de Guiddens (1990:64), se han intensificado las relaciones sociales a escala mundial, poniendo en contacto lugares lejanos, de modo que las identidades locales se ven moldeadas por acontecimientos que tienen lugar a muchos miles de kilómetros, y viceversa.

Este contexto de uso de los medios cuestiona la pertinencia de las investigaciones que presuponen el consumo instrumental y racionalizado de los diarios. La perspectiva de los *usos y gratificaciones* (Katz, Gurevitch y Hass, 1973) ofreció una tipología que considera la lectura de diarios como una actividad que permitía obtener información, entretenimiento o establecer relaciones sociales. La relevancia de estos usos provenía de la escasa distancia temporal y espacial entre los hechos relatados, la recepción y la propia audiencia.

Sin embargo, para los estudiantes extranjeros, los usos señalados se presentan inciertos. Con respecto al contenido, no resulta claro su valor informativo: la recepción se ve demorada y desvinculada del entorno de los acontecimientos nacionales, que, además, pueden ser conocidos a través de otros medios extranjeros o por tecnologías comunicativas más rápidas. Con respecto al placer o al entretenimiento que se pudiera obtener de la mera exposición a los medios, las dificultades parecen mayores. Se trata de prensa de calidad, que, desde luego, a *la primera lectura* no ofrece temas o formas de presentación que pretendan divertir. Por último, el consumo de los medios como excusa o contexto de las relaciones sociales parece bastante improbable. El estudiante extranjero se ve privado de la oportunidad de compartir esa información sobre su país, ya que la mayoría de sus compañeros carecen de intereses o conocimientos compartidos. Los usos de los medios y las gratificaciones de las audiencias tradicionales (adquisición informativa, placer de consumo e interacción social) necesitan ser repensados.

En los rasgos de los procesos comunicativos actuales priman la movilidad territorial de las poblaciones, el consumo simultáneo de diferentes medios y la amplia disponibilidad de mensajes audiovisuales de ámbito transnacional. Frente a estos últimos, la prensa de calidad ofrece un relato que, tras renunciar a la inmediatez, ha desterrado el entretenimiento, en favor de contenidos (in)formativos que (re)crean las señas de identidad nacionales. Los estudiantes extranjeros y su proceso de lectura se ofrecen, por tanto, como ejemplos, casi paradigmáticos, de las audiencias y de la recepción de los medios contemporáneos.

2. COMUNIDADES DE COMUNICACIÓN, RITO E IDENTIDAD

Desde el enfoque etnográfico, el consumo de prensa aparece como un proceso que, en sí mismo, adquiere sentido propio. El trabajo de campo pronto reveló numerosas

facetas rituales y simbólicas, presentes en los textos y/o elaboradas por los propios receptores. Bajo una perspectiva ritual, defendida por James Carey (1989), el acto comunicativo no consiste en la transmisión de conocimientos sino en una suerte de *comunidad*: "una situación en la que no se aprende nada nuevo sino que retrata y confirma un modo particular de ver el mundo". La comunicación "no proporciona información sino confirmación; en lugar de alterar actitudes o cambiar mentalidades, representa el orden subyacente de las cosas; en lugar de realizar funciones [prácticas], manifiesta un proceso social frágil e inacabado" (Carey, 1989:35-36).

Con un enfoque próximo, el historiador Benedict Anderson (1991:35-36) se refiere al consumo de la prensa como si se tratase de una nueva *ceremonia de masas*, motor de las incipientes naciones-estado: "el lector de periódicos, al observar que las réplicas exactas de su propio diario son consumidas por sus vecinos en el metro, en la barbería o en el lugar de residencia, adquiere la continua confirmación de que [la nación] está enraizada de un modo visible en la vida cotidiana".

Pero, en principio, los estudiantes extranjeros de nuestro estudio carecen de dicha posibilidad. Su lectura no es la *comunidad* que Carey desarrolla metafóricamente como si se tratase de la misa de los domingos. Se identifica, más bien, con la oración del eremita. Como personajes de una diáspora propia de este fin de milenio, sus identidades nacionales han perdido las raíces histórico-geográficas. El territorio ya no se corresponde con la comunidad, y este dilocamiento confiere inestabilidad al sentimiento de pertenencia patria. La riqueza de nuestros sujetos de estudio reside en sus intentos por reunir las piezas de una identidad bajo amenaza, recomponiéndolas en patrones nacionales (o nacionalistas) a través de la lectura ritualizada del periódico.

Carey y Anderson comparten una visión hasta cierto punto idílica. Cabría añadir que los rituales no sólo proporcionan cohesión y solidaridad de tipo durkheimiano. Debido a que exigen la puesta en escena de normas y reglas básicas para el funcionamiento social, éstas también pueden ser subvertidas (Lukes, 1975). Aplicado a nuestro caso, leer la prensa nacional se convierte en un modo de mantener vivos ciertos valores comunitarios, aunque el lector también pueda llegar a cuestionarlos. Depende del propio receptor y de su contexto, su clase, estatus, sexo, etnia... y, muy en especial, del rol que está llamado a jugar en sus comunidades. Nos interesa, por tanto, el discurso de la identidad nacional, construido y negociado por la audiencia. Y permaneceremos atentos a las descodificaciones *alternativas u oposicionales* (Fiske, 1987), realizadas al margen o en contra de la lectura *preferida o dominante* (Hall, 1980).

Estas ideas se complementan con la escuela histórica de las naciones *imaginadas o inventadas*. El nacionalismo es para Anderson (1991) un acto imaginativo que, como hemos visto, encontró en el periódico uno de sus transmisores culturales más importantes. Para E. J. Hobsbawm (1993), las naciones-estado han sido inventadas a partir del S. XVIII, casi creadas *ex-novo*, sin ningún factor esencialista o a priori que explique de forma satisfactoria su existencia. Ésta, sin embargo, resulta tan *construida* co-

mo *real*. Por tanto, parece factible analizar las audiencias de la prensa en su papel de interlocutores en un discurso nacionalista del cual son portadores los diarios de calidad. Las audiencias negociarían señas de identidad, colectivas pero individualizadas, que resultan tras descodificar creativamente las noticias *nacionales*. Pero ¿cómo analizar un proceso tan difuso?

De forma sumaria, nos encontramos ante una identidad nacional cuando (a) un grupo determinado percibe una identidad común, (b) construida en un espacio social dado, (c) donde tiene lugar la formación de una identidad cultural (Schlesinger, 1987). Estos puntos identifican las preguntas empíricas básicas de nuestro estudio.

- (a) Las comunidades nacionales se basan en identidades comunes, que son el resultado de interacciones. Por tanto, ¿interactúan los estudiantes extranjeros con los contenidos periodísticos para, de algún modo, conformar sus identidades nacionales?
- (b) La construcción de dichas identidades nunca se agota en un período o un territorio jurídico-político. Por tanto, ¿cómo se participa de la cultura nacional propia, desde la distancia y a través de los medios? Y
- (c) los vínculos y las fronteras nacionales se establecen de forma relativamente consciente. ¿Hasta qué punto los estudiantes son capaces de salvaguardar y reafirmar su identidad nacional mediante la lectura de la prensa?

En suma, el concepto de rito nos acerca a la comunicación como acto simbólico, y no sólo representacional. Nos centramos, también, en los aspectos *irracionales* del consumo de los medios, no reducibles a las taxonomías previas del investigador o a las declaraciones racionalizadas de la audiencia. Nuestra premisa es que la lectura de la prensa diaria activa las identidades nacionales y, por tanto, hace posible su formación, las consolida o las subvierte. La metodología aplicada intenta desvelar los significados implícitos en el mismo proceso de lectura, a través de la observación de las audiencias y de sus contextos, para exponer estas sutiles vías de imaginar y participar de la nación.

Se combinaron la observación participante, 8 estudios piloto y 20 entrevistas en profundidad con otros tantos estudiantes de culturas y países muy diversos. La proximidad entre lectura y recogida de datos parece garantizar la validez de las declaraciones. Con este diseño, por supuesto, no pretendo sostener que la lectura de prensa se reduzca a un acto de afirmación nacional. Tampoco cabe argumentar que los resultados sean representativos del conjunto de estudiantes extranjeros de la universidad donde se realizó el estudio. Sin embargo, se recabaron numerosos síntomas y muestras de cómo los lectores interactuaban con los periódicos, adoptando un papel activo y sirviéndose de ellos como vínculo ritual y simbólico con sus comunidades nacionales.

3. COMUNIDADES DE LECTORES

El consumo de los medios no respondía a intenciones instrumentales, más bien, permitían participar simbólicamente de los países de origen. Más allá del simple alivio del aislamiento o de la nostalgia, los estudiantes construían y recreaban sus identidades nacionales. La forma más explícita de este proceso fue la construcción de fronteras simbólicas entre las que el individuo podía asentar su identidad. Los estudiantes establecieron lazos imaginarios con sus compatriotas e inventaron fronteras sociales en el seno de sus comunidades.

3.1. Hábitos y rituales

Todos los estudiantes afirmaron que acudían con regularidad, según los hábitos previos de lectura de prensa en sus países o el ritmo de estudio en la biblioteca. La frecuencia dependía, sobre todo, de los intervalos con que se renovaban los ejemplares. Esto constituía, sin duda, un simulacro acumulativo de la compra y lectura diaria. Todos respetaban una frecuencia bastante precisa.

I., de Rusia, afirmaba que su agenda la marcaban las dos semanas que los empleados tardaban en renovar los ejemplares ya leídos. X., de Taiwan, acudía diariamente, tras varias horas de estudio: *"en busca de relajamiento, cuando me siento cansado de leer y estudiar en inglés"*. Cualquiera que fuese la razón, el consumo seguía patrones muy regulares, incluso cuando la razón alegada no era del todo convincente.

W. de Alemania: *"Simplemente se me pasa por la cabeza que ya es hora de enterarme de qué está pasando en Alemania, y por eso vengo cada semana. Tras cierto tiempo es imposible que no te entre la curiosidad por lo que pueda estar ocurriendo en tu país. Además, tengo algunas acciones en la bolsa y echo una mirada a su cotización"*.

El impreciso *"tiempo de enterarse"* sobre *"lo que está pasando en Alemania"* se presenta ligado a un propósito extremadamente racional: permanecer al tanto de las cotizaciones bursátiles. Sin embargo, el mantenerse alerta sobre la marcha del país viene primero y, de hecho, las cotizaciones ofrecidas por el FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG resultaban del todo obsoletas. Para conocer su valor real (es decir, diario) nuestro *broker* leía cada día el WALL STREET JOURNAL.

X. de Taiwan proporciona otro ejemplo en el mismo sentido. Aunque afirmaba que la búsqueda de información era el motivo principal de su lectura, dicha información saciaba necesidades más vagas y profundas. Tras los momentos iniciales de la conversación comentaba: *"Me graduaré muy pronto. ¿Por qué leo los periódicos tan a menudo? Pues porque quiero informarme sobre las oportunidades de empleo; quiero encontrar trabajo a la vuelta"*. Cuando se le preguntó sobre los anuncios de empleo que había leído, resultó que la prensa taiwanesa carece de ellos. Por lo tanto, X. reunía tan sólo una ligera idea de sus futuras oportunidades de trabajo: *"Sólo quiero alguna información general sobre los productores y las empresas"*.

La información, que estaba desfasada o que resultaba demasiado ambigua, era reelaborada por esta estudiante, cargándola de significados personales. Al igual que en el caso de W. de Alemania, la gratificación no provenía de un tipo de noticias concretas, sino del mismo proceso de lectura. Otro estudiante de la India, J., se centraba en los *resultados de cricket*. Apenas ojeaba la primera página, para dirigirse casi de inmediato a la sección de deportes. "*Consigo todas las noticias que preciso gracias a mi padre, no necesito los periódicos para seguir la política india*", afirmaba. "*¿Y qué hay del cricket?*". J. también recibía los resultados casi simultáneamente, a través de un club en el correo electrónico. Pero, "*bueno, el periódico te cuenta las cosas de forma diferente. En el correo electrónico no aparecen los seguidores, ni el ambiente de los partidos, ni los incidentes menores*". Una vez más, el estudiante no encontraba noticias, en el sentido convencional de novedades. Más aún, la prensa no proporcionaba conocimiento factual alguno, sino formas y contenidos narrativos que cumplieran otras funciones. Los *hechos* ya eran accesibles por otros medios.

Las lecturas que se centraban en valores de la bolsa que era preciso actualizar, o en una información económica que (por sí misma) apenas reducía la incertidumbre laboral, o en las noticias de los partidos de cricket cuyos resultados eran ya conocidos, nos remiten al consumo de prensa diaria como actuación o puesta en escena. Con dichas expresiones, el antropólogo Victor Turner define el ritual. Leyendo, los estudiantes *jugaban* a la bolsa, a la búsqueda de trabajo, o adoptaban el rol de espectadores de cricket, al igual que en sus países. "*Desarrollar [un ritual] consiste en desvelar algo, consumir algo, o llevar a cabo una obra, orden o proyecto*" (Turner, 1980:156). La prensa ofrecía la posibilidad de esa experiencia mediada de ritos de clase y nacionales (la bolsa, la búsqueda de empleo, el deporte nacional).

Una estudiante inglesa apuntaba al propio medio y a la misma actividad de lectura como razones últimas. Un lunes, dos semanas más tarde de la fecha de impresión del SUNDAY TIMES que leía, L. se congratulaba:

"Es muy agradable sentarse aquí y leer el SUNDAY, porque en Londres lo consigo cada mañana. Y además estoy familiarizada con el periódico, sé dónde están los artículos... Y lo leo tal como hago en casa: hojéo el dominical y luego paso al diario".

El periódico proporciona un escenario *familiar* y próximo que permite encontrar las noticias *allí donde se supone que deben estar*: "*En el CHICAGO TRIBUNE resulta imposible dar con las noticias entre tal cantidad de anuncios y propaganda. Cuando encuentras lo que buscabas ya te has perdido*". L. también afirmó haber leído casi las mismas secciones y en idéntico orden a como lo hacía en Londres. Incluso se detenía en los reportajes de variedades y espectáculos, a los cuales, lógicamente, no había podido (ni podría) asistir.

Según estas declaraciones, la prensa ofrece al lector un ámbito ordenado, que narra y estructura la realidad, tal como *nosotros* (los ciudadanos de la nación) la entendemos. La experiencia del encuentro con el texto periodístico guarda una estrecha relación

con la de *sentirse en casa*. La mayoría de los estudiantes llevaban a cabo un ritual, cuya utilidad y sentido se encontraban en el propio proceso de consumo de prensa. Como en una ceremonia, la audiencia actualizaba sus roles (generalmente de espectadores) frente a los sucesos y los relatos nacionales que, una vez más, eran contados.

3.2. Viejas noticias, buenas noticias

Resulta obvio que los números atrasados de los periódicos no podían informar de modo apropiado. Las quejas sobre este punto eran omnipresentes. Una estudiante belga señalaba que el correo electrónico era *"más rápido y fiable"*. Pero ella tampoco podía renunciar al hábito de leer la prensa, en ocasiones alargado hasta el exceso. O. de Tanzania afirmaba: *"En casa sólo leía uno o dos artículos. Pero ahora me los leo casi todos. No puedo evitar leerme todo el periódico gubernamental, y después comienzo con el de la oposición"*.

El italiano F. señalaba una significativa alteración en su patrón de lectura. *"Es interesante cómo he cambiado. Hago justo lo contrario que en Italia. Aquí voy de la primera a la última página, y en Italia lo hacía al revés"*. En casa ya conocía la primera página por la radio o la televisión. Ahora, las portadas, ordenadas cronológicamente, proporcionaban una panorámica semanal. Además, la limitada disponibilidad de medios alternativos influía negativamente en su valoración de la prensa, permitiéndole constatar cuán incompleta era. *"Me parece mucho peor el periódico. Desde que sólo leo tres a la semana me doy cuenta de lo poco que cuentan. En Italia los otros medios no me dejaban enterarme de lo realmente malos que son los diarios"*.

Críticas aparte, se trata del estudiante que mayor tiempo había empleado, dedicándose en exclusiva a varios ejemplares del *CORRIERE DELLA SERA* durante más de una hora y media. Cuando se le preguntó qué había estado leyendo con tanto interés, F. respondió:

"En política nacional todo sigue exactamente igual: la misma gente diciendo las mismas cosas. No tengo la sensación de que nada haya cambiado y, de verdad, me relaja... lees que han descubierto otro escándalo más, que los viejos partidos siguen controlando todo el cotarro... es reconfortante. En serio, se tiene la certeza de que cuando uno vuelva todo continuará igual. De acuerdo con que las noticias debieran ser mejores: 'el desempleo ha bajado', 'la inflación no sube', 'surge una nueva clase política'... pero no espero encontrarme eso cuando leo el periódico. No pienso renunciar a sentirme bien: las cosas no se han puesto peor o siguen tan mal como siempre".

F. apuntaba que la gratificación provenía del hecho de que la prensa se ocupaba de *"la misma gente diciendo las mismas cosas"*. Viejas noticias, buenas noticias. La familiaridad procede de la presentación de personajes conocidos que desarrollan papeles también conocidos. El escepticismo casi cínico del estudiante italiano se completa con el sarcasmo próximo de la estudiante británica, L.:

"Mientras leo la prensa tengo la impresión de que todo es igual. Estaría preocupada si realmente algo hubiese cambiado. Cuando leo los titulares no me encuentro con nada que me haga exclamar: '¡Oh, Dios mío!, ¿qué ha ocurrido?'. Si algo realmente serio hubiese sucedido sentiría: '¡Te lo perdiste!'. Pero los escándalos políticos..., quiero saber en qué ha metido la pata John Major esta vez".

Los fraudes en el sistema de partidos italianos o los escándalos británicos no provocaban sorpresa. Al igual que tampoco sorprende el discurso diario de los medios: relajante en sí mismo, porque es emitido por los mismos portavoces y trata sobre los mismos actores, con los mismos patrones de enunciación y exposición. Confirmar que el curso del país continúa inalterado conlleva cierto grado de desaliento. Pero el que también se presenta inalterable confiere una considerable seguridad a la audiencia. Tal como afirmaba L., la relectura (más que lectura) del relato nacional certificaba que el lector no se había perdido nada *importante*. No había sido excluido de la audiencia. Se confirma, así, la visión de Carey. El encuentro diario con la prensa persigue, sobre todo, la *confirmación*, y no tanto la *información*. Pero, ¿qué se confirma?, ¿por qué motivos y de dónde teme el lector resultar excluido?

Los medios pueden servir de pretexto para establecer una cierta forma de relación primaria, proporcionando la ilusión de un contacto cara a cara con los personajes y las audiencias del relato periodístico.

P., de Grecia, aportó el ejemplo más vívido. Aquel día, se centró en un reportaje social sobre la tardía edad en la que los hijos abandonan la familia. Admitía que no le habría prestado mayor atención si su provincia de origen no figurase en el titular como la que arrojaba la media de edad más alta.

"Es divertido que estando tan lejos pueda tener la sensación de estar en casa (...). El artículo hace referencia a cosas y personas que conozco, porque soy de allí. El periódico se refiere a un tío de 32 años, que tenía una relación desde los 20, y que se casó hace nada. Inmediatamente pensé en mi ciudad, Atenas, en la gente que conozco y que se está casando. Fíjate qué coincidencia, mi hermana mayor se casó apenas hace un año... ella y su marido son también bastante mayores".

Estas palabras indican que la prensa es abundante materia prima para que las audiencias desplieguen fuertes lazos imaginarios. La identificación del lector, al igual que en la telenovela, es posible debido a su *posición flotante* (Ang, 1985:76). En este caso, la posición flotante de la audiencia es casi real, porque se ha desplazado al extranjero; se siente, por tanto, predispuesta y libre para establecer casi cualquier lazo ilusorio. ¿Es ésta una función de los medios en auge, entre poblaciones cada vez más desligadas de espacios territoriales concretos?

La lectura de un reportaje sociológico como si se tratase de un álbum familiar de fotos revela algo más que un intento de contrarrestar la nostalgia. También muestra que las descripciones periodísticas responden a narrativas que permiten transmutarlas en melo-

dramas personales. Los medios de información son también descodificados en términos de familia y nación, que, por tanto, deben estar, de algún modo, presentes en el relato periodístico. Las noticias ponían en contacto a individuos *reales* a través del tiempo y el espacio. Pero, como veremos pronto, los periódicos también eran usados para inventar comunidades a un nivel más alto. Los estudiantes establecieron otros encuentros cara a cara e imaginarios con la gente de sus naciones. Ésta fue y continúa siendo una fase imprescindible en la creación de las identidades nacionales (Anderson, 1991).

4. COMUNIDADES NACIONALES

Una vez desligada la nación de la *comunidad de Espíritu*, resultado de la *Voluntad Divina* o de la *Historia*, surge el debate de las fronteras, no siempre coincidentes con las geográficas. Como se ha apuntado, la escuela histórica de la *invención del nacionalismo* subraya la importancia de *imaginar* (Anderson, 1991) o *fabricar* (Hobsbawn, 1983, 1993) los límites que distinguen el territorio de una nación y a sus miembros. Estas fronteras se erigen para que desarrollen funciones exclusivas e inclusivas (Schlesinger, 1987).

Las fronteras exclusivas son definiciones de signo negativo, ya que construyen una nación catalogando ciertos colectivos humanos y territorios bajo la etiqueta de *los otros*. En el polo opuesto, las fronteras también desempeñan una función inclusiva, ya que las poblaciones y los espacios que abarcan son considerados como *los nuestros*. La comunidad nacional adquiere su sentido en términos de diferencia: *ellos y nosotros*. Mientras leían los periódicos de sus países de origen, los estudiantes ponían en práctica estas distinciones. Por una parte, construían fronteras defensivas como la interpretación crítica de la cultura y de la sociedad estadounidenses. Pero de modo aún más intenso luchaban para emplazarse dentro de las fronteras inclusivas de su nación. Los medios de comunicación se convierten en imaginarios geográficos que subrayan diferencias y aún semejanzas; todas ellas, ¿cómo no?, inventadas.

4.1. Fronteras exclusivas

La mayoría de los sujetos del estudio hacían referencia, de un modo u otro, a su condición de extranjeros y al hecho de que la prensa les recordaba y confirmaba dicha condición. Pero sólo unos pocos pusieron en evidencia que los textos de la prensa nacional erigen y permiten erigir fronteras exclusivas. Esto se manifestaba, sobre todo, en una lectura crítica de la información proporcionada por los medios estadounidenses. El estudiante ruso, que cursaba Ciencias Políticas, se mostró extremadamente crítico con la prensa convencional de los Estados Unidos:

"Cuando comparas los diarios rusos y norteamericanos se tiene la impresión de que los segundos están más controlados, que las opiniones de Clinton no se critican del modo en que esto ocurre en los periódicos rusos... leyendo estas noticias intento evaluar los hechos que he leído antes en la prensa norteamericana. Y puedo decirte que el resultado es bastante triste".

Las declaraciones anteriores se completan con un uso consciente de la prensa nacional como *más especializada*, mientras que los contenidos *actuales* pueden ser proporcionados por medios ajenos a la cultura del receptor. A. de la India:

"Utilizo el NEW YORK TIMES para conseguir información actualizada y utilizo éstos [ejemplares del BOMBAY TIMES] para conseguir la clase de información que no me puede dar el NEW YORK TIMES. Estos periódicos son más valiosos por su carácter especializado".

A. cursaba estudios de postgrado en un departamento de Radio, Televisión y Cine. Aplicaba, al igual que el caso precedente, su formación para juzgar el contenido y discriminar el uso de los medios. También el consumo simultáneo y poliglota de medios de distintas nacionalidades podría favorecer lecturas críticas y selectivas. Las diferencias culturales que, de este modo, se hacen explícitas pueden ser múltiples. Tal como señalaba T. de Corea del Sur:

"Leyendo temas sociales en la prensa de mi país puedo saber qué está pasando con nuestro vecino en Corea [del Norte]. Puedo también darme cuenta de los problemas de mi nación. Pero también puedo comparar a los coreanos y a los norteamericanos cuando leo el CHICAGO TRIBUNE. Así, logro sacar conclusiones sobre las diferencias entre estas naciones y la mía".

En un mundo multipolar, permeado de flujos informativos globales, las audiencias reconocen una variedad de identidades en conflicto: aquéllas que tienen una relevancia local-nacional (Corea del Norte - Corea del Sur) pero que están definidas respecto a una potencia de ámbito mundial (Estados Unidos). Esta última puede servir como marco de referencia para reconocer y diferenciar las primeras. Nuestro lector claramente construía las identidades nacionales de las dos Coreas en relación a la de Estados Unidos: el CHICAGO TRIBUNE les confería significado.

Cabría argumentar que las audiencias con competencia lingüística en varios idiomas podrán consumir los medios de forma selectiva y negociar una pluralidad de identidades nacionales de forma más consciente. Sin embargo, también surge el riesgo de que las identidades nacionales con presencia mediática más consolidada (en este caso, la estadounidense) se conviertan en único punto de referencia para identificar al resto. Sólo nos reconocemos en la medida en que podemos señalarnos como distintos en la imagen que proyecta el espejo mediático más potente. Quienes que no se distinguen de las sombras o del fondo de ese reflejo verán debilitadas sus identidades.

4.2. Fronteras inclusivas

Los estudiantes demostraron una mayor capacidad para trabar lazos imaginarios con sus compatriotas que para marcar distancias respecto a la cultura estadounidense. Mientras leían, se reencontraban con sus orígenes culturales, con sus grupos pri-

marios, con sus filiaciones políticas o con sus clases sociales. "Leer periódicos rusos es mantener viva mi ascendencia", afirmó I. Por su parte, T. de Corea del Sur se preocupaba por *seguir en contacto* con la gente joven de su país:

"[...] ha habido muchos cambios. No sólo en política sino también en la sociedad. Una de las cosas es que las generaciones jóvenes han evolucionado un montón desde los últimos cinco años en que yo no he estado allí. Con el cambio de Gobierno y de política, la vida de los estudiantes también ha cambiado. La política ya no es nuestro principal interés. Puedo leerlo en los periódicos y ver que siento lo mismo que la gente de mi edad. También se nota cómo ha cambiado el aspecto de la gente joven".

Los periódicos coreanos proporcionaban pistas para identificarse generacionalmente, en los aspectos más profundos (*intereses*) y en los más triviales (*aspecto*). Esas cambiantes fronteras constituían un marco a tener en cuenta ("*puedo leerlo [...] y ver que siento lo mismo*"). I. de Rusia declaraba algo semejante en relación al concepto de la pertenencia nacional:

"Quizás, de un modo sutil me viene a la cabeza que sin leer estos periódicos estaría arriesgando el no poder reconocer mi país nunca más. Aunque nada tan trágico va a ocurrir del día a la noche, Rusia se está transformando de forma drástica. Desde luego que tengo ese miedo del que hablaba".

A pesar de ser capaces de celebrar que "*todo sigue –y probablemente seguirá– igual*", los estudiantes enfatizaban el riesgo de perder contacto con sus *realidades* nacionales. Otro italiano, M., lector asiduo del diario comunista *IL MANIFESTO* tenía que conformarse con una realidad incómoda, proporcionada por el único periódico disponible:

"Odio este diario, es demasiado conservador, pero aún así me lo trago. Evito las columnas de opinión. Bueno, me leo el primer párrafo hasta que me entero de la clase de mentiras que cuentan. Pero parece que están ocurriendo tantas cosas en Italia..., a lo mejor más de lo que a primera vista se podría pensar. En Italia estamos en un momento crítico e incluso si este periódico da cuenta de una pequeña porción de lo que ocurre es mejor que nada. No sé por qué candidato voy a acabar votando, el sistema político ya parece otro. ¿Qué digo?, si no podemos votar por co-reo... Es igual."

El reconocimiento de hallarse excluido del proceso electoral no desactivaba una lectura marcada por la filiación ideológica. De algún modo, las críticas al *CORRIERE DELLA SERA* recuerdan algunas discusiones políticas a pequeña escala, todavía frecuentes en el Sur de Europa. Aún sin reconocerlo de forma explícita, M. tomaba parte y, al tiempo, emitía quejas sobre su papel de elector *de piedra* en unos comicios que considera-

ba *trascendentales*. Las que aquí se nos presentan como limitaciones impuestas (la disponibilidad de un solo medio, de tendencia contraria a la de la audiencia, y el hecho de no poder votar, siquiera por correo), están presentes, con mayor o menor intensidad, en otros procesos de recepción más habituales. También en éstos la participación política es vicaria, se ve sometida a numerosas trabas y está mediada por una prensa no siempre acorde con la orientación ideológica de las audiencias. No obstante, los medios emplazan a los lectores en un grupo de votantes: frontera que segmenta la identidad nacional y cuyo carácter imaginario no le resta trascendencia política.

Una estudiante peruana, C., expresaba una preocupación de otra índole: sentirse extranjera entre gente de su estatus educativo:

"No quiero perder contacto. Por ejemplo, si vuelvo de visita y me encuentro con que no tengo contexto, no tengo conocimiento de lo que ha ocurrido... Ya sabe, no quiero que, por ejemplo, me sea imposible participar en conversaciones... no sentirme capaz de hacerlo porque no me haya enterado. No es que ahora esté al tanto de lo último, pero al menos sé algo. Simplemente tampoco tengo otra forma de informarme [...]. No quiero sentirme ajena a mi gente".

R. de Senegal expuso de forma palmaria la confirmación de los lazos de clase a través (o con la excusa) de la prensa. Mientras leía prestó mucha atención a una noticia sobre un político que conocía en persona, y que aseguraba a los periodistas que no concurriría a las próximas elecciones:

"Había hablado con su hija, que está en Washington D.C., y ella me dijo que, en realidad, él está pensando en liderar una nueva facción política con gente del Gobierno. Es muy divertido, ya sabes. Hoy por la noche le llamaré de nuevo, y también a otros amigos de Senegal que están en los Estados Unidos. Somos muy pocos y nos conocíamos ya antes de venir. Cuando volvamos, todos seremos capaces de participar activamente en nuestro país. La información fluye, ¿sabes?"

Estas declaraciones constituyen un excelente resumen de cómo los medios alimentan otros procesos comunicativos, sin aportar novedad alguna. Las llamadas telefónicas entre R. y sus amigos reproducían en el seno de su clase social el rumor propio de los círculos de poder. El chismorreo activado por una lectura ritualizada de la prensa ilustra las palabras de Elliot (1980:610): *"el rito no es tanto una comunicación sobre la realidad social como la actividad acostumbrada que confiere expresión simbólica a las relaciones sociales"*.

El texto mediático como tierra común a compartir y que acentúa el sentido de pertenencia a la comunidad era un tema recurrente. La inglesa L. declaró que su lectura del SUNDAY TIMES constituía *"una forma de estar en contacto porque, en caso de des-*

conocer algo relevante que haya ocurrido, volvería a casa sin una especie de trozo de mente que, sin embargo, estará en la otra gente". En pocas ocasiones se expresó de modo tan plástico la construcción de la identidad nacional, mediante los trozos de mente que proporcionan los medios y que, en mayor o menor medida, han de estar presentes en todos los ciudadanos del país. Incluso R. de Senegal, a pesar de saberse miembro de la elite, cuando se le preguntó cómo se sentiría en caso de no poder leer la prensa, afirmó: "Sería como la cárcel. No sabría lo que pasa fuera. Cuando estás preso lo único que deseas es salir, formar parte de la sociedad".

Después de todo, los estudiantes extranjeros estaban preocupados por la vuelta a casa, por poderse instalar de nuevo en sus comunidades. Algo que se reproduce cotidianamente en otras audiencias aquejadas de crisis de identidad. El consumo diario de los medios de comunicación podría servir de alivio. Pero las declaraciones recogidas demuestran que no satisface plenamente la necesidad de interactuar con los compatriotas. Por ello, los estudiantes sentían que debían seguir construyendo la misma comunidad imaginaria que los suyos. Si les faltaba un trozo mental (una información relevante), corrían el riesgo de chocar contra los muros internos de sus comunidades, fuera de su grupo generacional, educativo o de clase. Las señas de identidad nacionales y las fronteras que las componen se habrían transformado en los muros de una prisión. Las fronteras inclusivas serían, entonces, exclusivas.

5. DEBATE

Una escena de *El cielo sobre Berlín*, de Wim Wenders, podría haberse filmado en la hemeroteca en la que se realizó esta investigación. Los dos principales personajes, ángeles caídos bajo la amenaza de convertirse definitivamente en seres humanos, vagabundean por la Biblioteca Central de Berlín. La banda sonora registra un intenso murmullo en diferentes lenguas, que procede del pensamiento de los numerosos lectores que allí se reúnen. No se escuchan las páginas escritas sino un torrente de ilusiones, gozos, ansiedades... Los lectores leen su propia identidad, la que quisieran tener, o aquélla de la que quisieran escapar. Los estudiantes de nuestra investigación componían una Babelia semejante. Los viejos diarios de calidad traídos de todo el mundo servían como textos para imaginar una comunidad cultural y nacional. Ésta era algo más que una reserva emotiva que paliaba la escasa interacción social del grupo de extranjeros.

He sostenido que el consumo de prensa (y, por ende, de casi cualquier otro medio) puede entenderse, en gran parte, como un hábito que ha llegado a transformarse en rito. Este ritual permite llevar a término tres funciones simbólicas, necesarias para el mantenimiento de una identidad nacional. En primer lugar, la audiencia celebra que "todo sigue –y probablemente seguirá– siendo lo mismo" en la comunidad de origen. La comunicación no consistía en la transmisión de nuevos conocimientos, sino en la puesta en común de imaginarios compartidos. El devenir constante de sucesos y declaraciones de rango público adquiere, así, estabilidad y permanencia: propiedades que

se transmiten a las identidades de los receptores. El continuo cambio y metamorfosis de la nación se reifica en textos periodísticos que proporcionan a los lectores una imagen familiar, imprescindible para inventar o recrear su sentido de pertenencia.

También las identidades nacionales demostraron su naturaleza relacional, de forma muy significativa en las otras dos funciones suscitadas por la lectura de periódicos: la construcción de fronteras exclusivas e inclusivas que, respectivamente, conforman los rasgos divisivos y cohesionadores de una nación. La prensa funcionaba como una plataforma en la que los lectores desplegaban imaginarios desencuentros (con los extranjeros) y encuentros (con los compatriotas). Los medios eran empleados para enfatizar las diferencias con otras identidades nacionales o para subrayar una supuesta identidad común.

Pero este proceso también arroja un considerable margen de incertidumbre. Los sentimientos de inclusión de seguridad en las comunidades imaginarias estaban acompañados del miedo al aislamiento y a la alienación. La prensa de calidad celebraba comunidades concebidas como inmanentes y que, sin embargo, están sometidas a cambio perpetuo. De ahí, la imperiosa necesidad de realizar lecturas que reconstruyesen o erigiesen fronteras en las que instalarse. ¿En qué medida se reproducen estos procesos en el consumo cotidiano de los informativos audiovisuales o del periódico? Se trata de una cuestión abierta, pero los resultados obtenidos indican que la comunicación de masas activa y comporta algo más que conocimientos e informaciones. Es también (¿prioritariamente?) una celebración ritualizada, que pone en escena significados simbólicos de orden comunitario.

Las identidades nacionales que se desvelaron no sólo separaban el *nosotros* (compatriotas) del *ellos* (extranjeros), también trazaban o borraban diferencias entre *los nuestros*. Esto nos remite a una última cuestión clave: la tensión existente entre la comunidad nacional impuesta desde arriba y la compartida por los de abajo. En otros términos, se trata de la tensión entre el nacionalismo de las elites y el nacionalismo popular (Hobsbwan, 1993). El título de este trabajo, "*Naciones que se leen*", ofrece dos variantes que se complementan. La primera (alguien nos lee) se refiere al proceso de (des)codificación de los textos mediáticos que realiza un reducido grupo de notables. Éstos definen, consolidan e imponen una identidad común a la diversidad individual. Es la lectura realizada por unos pocos, como la del sacerdote en la antigua liturgia católica: a partir de las escrituras en latín y de espaldas a los fieles. A ella sólo acceden los propietarios del texto, los conocedores del código. Se trata de una lectura dirigida, cerrada en su origen y en su destino, de significados pretendidamente unívocos.

La segunda acepción, *nosotros leemos*, se presenta como un proceso de descodificación individual, pero que se realiza en comunidad, por gentes cuya identidad sobrevive y permanece unida gracias a ello. Se trata de una lectura nacionalista caracterizada por significados abiertos, plurales, creativos e, incluso, subversivos. Es probable que las primeras sectas protestantes o las incipientes comunidades de patriotas ilustrados se nutriesen de patrones de consumo cultural semejantes. Los textos clásicos eran traducidos y, de hecho, traicionados.

Unos pocos gozan del privilegio de definir una nación a través de los medios. No sólo porque sean sus propietarios, sino porque han sido encumbrados al rango de *personalidades de alcance nacional*, con actividades y declaraciones que constituyen un contenido mediático que se alimenta a sí mismo (y a ellos). Sin embargo, los contados productores del texto nacional necesitan de los muchos lectores, sin los cuales la patria inventada resulta inexistente. En la capacidad de provocar lecturas alternativas también reside la tarea de una (re)construcción nacional.

NOTAS

REFERENCIAS:

- ADAMS, D. (1969): "Reaction to U.S. magazines among Latin American students", *JOURNALISM QUARTERLY*, Vol. 46:142-144.
- ANDERSON, B. (1991; o.v. 1983): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres. Verso Editions.
- ANG, I. (1982): *Watching Dallas*. Londres. Methuen.
- CAREY, J. (1989): *Communication as Culture...* Unwin Hyman.
- ELLIOT, PH. (1980): "Press Performance as Political Ritual", *SOCIOLOGICAL REVIEW MONOGRAPH*, Basil Blackwell: 583-612.
- ELLISON, J. Y FRENCH, PH. (1958): "What Foreign Students Think of the Press", *JOURNALISM QUARTERLY*, Vol. 35: 183-185.
- FISKE, J. (1987): *Television Culture*. Londres. Methuen.
- GIDDENS, A. (1990): *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- HALL, S. (1980): "Encoding / Decoding" en HALL; S. et al. (Eds.) *Culture, Media, Language*. Londres. Hutchinson.
- HOBBSAWN, E. Y RANGER, T. (1983 eds.): *The Invention of Tradition*. Cambridge. Cambridge University Press.
- HOBBSAWN, E. (1993): *Nations and Nationalism Since 1780. Programme, Myth and Reality*. Cambridge. Cambridge University Press.
- KATZ, E., GUREVITCH, M. Y HASS, H. (1973): "On the Use of the Mass media for Important Things", *AMERICAN SOCIOLOGICAL REVIEW*, 38: 164-181.
- LUKES, S. (1975): "Political Ritual and Social Integration", *SOCIOLOGY*, Vol.9; No.2, May.
- MC QUAIL, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- PEIRCE, F.N. (1970): "Why Foreign Students Like or Dislike American Advertising", *JOURNALISM QUARTERLY*, Vol. 47: 560-564.
- SCHLESINGER, PH. (1987): "On national identity: Some conceptions and misconceptions criticized", *SOCIAL SCIENCE INFORMATION*, Vol 26: 219-264.
- TURNER, V. (1980): "Social Dramas and Stories about Them" en MITCHELL, W.J.T. (ed.) 1980-81. *On Narrative*. Chicago. University of Chicago Press.