
OpenCourseWare

Estudios Televisivos

Asier Gil Vázquez

Lucía Rodríguez García de Herreros

Roberto Huertas Gutiérrez

Gabriel Doménech González

Identidad nacional



Introducción

Suele distinguirse entre una aproximación cívico-política y otra cultural-identitaria a la idea de nación. En este capítulo, analizamos la vertiente cultural de la identidad nacional, cuyos desarrollos son en ocasiones importantes para impulsar o reforzar la construcción de una nación en sentido político.

Numerosos académicos han investigado los procesos de construcción de la nación, creando un corpus de literatura académica sobre *nation-building*. La televisión, al igual que otros medios de comunicación, puede jugar un rol importante en este sentido, puesto que, como ya se ha subrayado, sus representaciones no solo reflejan la sociedad sino que también contribuyen a construir imaginarios sociales.

Comunidades imaginadas y medios de comunicación

En un famoso texto, Benedict Anderson define las naciones como “comunidades imaginadas”. Esto no significa que sean imaginarias: son comunidades con contornos delimitados, cuya existencia tiene consecuencias muy reales. Significa que son comunidades “proyectadas”, es decir, que, al contrario de lo que ocurre en una comunidad de vecinos, es imposible conocer a todos los miembros del grupo, solo es posible “imaginarlos”.

¿Cómo se genera entonces la cohesión de esa comunidad? Anderson, que se fijaba en el origen de muchas naciones en el siglo XIX, sugiere que esa conciencia de grupo estuvo relacionada con el auge de la burguesía y la secularización de la sociedad (en el Antiguo Régimen, la religión solía ser la “comunidad imaginada” más importante). Para él, los medios de comunicación funcionaron como un potente “pegamento social” en estas nuevas circunstancias, gracias a la unificación lingüística de muchas regiones europeas.

Anderson pensaba sobre todo en los periódicos: gracias a ellos, burgueses de ciudades alejadas entre sí por cientos de kilómetros podían leer las mismas noticias a la vez, lo que les hacía partícipes de un relato común.

Pero las nuevas comunidades nacionales necesitaban también símbolos trascendentes para generar una cohesión realmente comparable a la que había supuesto la religión: himnos, banderas, relatos históricos, discursos grandilocuentes sobre la nación... En este sentido, Eric Hobsbawm estudió la construcción en los siglos XIX y XX de numerosos ritos y tradiciones que se presentaban como ancestrales y que imbuyeron a las naciones de un aura épica, como el protocolo en las coronaciones de la monarquía británica.

Nacionalismo banal y televisión

Sin embargo, esos ritos se caracterizan precisamente por ser excepcionales, por darse ocasionalmente. ¿La nación es, entonces, algo que solo está presente de forma puntual y excepcional en las vidas de la gente común?

Para muchos analistas, la respuesta es no. Existen otras manifestaciones culturales cotidianas, diarias, que deben relacionarse con un nacionalismo subyacente, no siempre explícito, pero muy constante y capaz de generar un marco de “sentido común” para muchas personas. Michael Billig denominó estas expresiones culturales “nacionalismo banal”. Si el nacionalismo explícito se puede identificar con la bandera que ondea en la cabecera de un desfile militar, el nacionalismo banal se podría relacionar con la bandera a la entrada de un colegio público: quizá nadie repare en ella como sí se hace con la del desfile, pero está ahí cada día.

De acuerdo con Billig, respecto al nacionalismo banal son fundamentales a nivel discursivo la construcción de un “nosotros” y los elementos deícticos (el “aquí” y “ahora” implícitos en el discurso, que se dan por descontados en las noticias), además del manejo de estereotipos.

La televisión puede jugar un rol crucial en el despliegue de estas formas de nacionalismo banal. Por ejemplo: la representación del mapa del tiempo es una visión cotidiana de la nación que a menudo se refuerza con el uso de la

primera persona del plural en el discurso meteorológico (“*tendremos* temperaturas de entre...”: este discurso contribuye a que la nación sea algo que “se da por sentado”). Numerosos programas refuerzan ciertos imaginarios a través del uso de estereotipos: por ejemplo, la representación de la España rural en programas como el *Grand Prix del Verano* (TVE, 1995-2005, 2023-presente; FORTA, 2007-2009; TVE, 2023-presente) (pasodobles, vaquillas, etc.).

Caso de estudio: cocina e identidad nacional

Un buen ejemplo de cómo la televisión contribuye a construir ese sentido cotidiano de la identidad nacional son los programas de cocina. Asier Gil Vázquez ha analizado el caso de *Con las manos en la masa* (TVE, 1984-1991).

La comida y la cocina pueden apelar a la audiencia de forma muy personal, puesto que tienen el potencial para despertar recuerdos y representar prácticas del día a día con las que nos identificamos. Pero, por otro lado, estamos hablando de representaciones que muy frecuentemente apelan a la tradición: las recetas típicas activan la memoria colectiva y refuerzan la sensación de pertenencia. Además, la gastronomía se presenta muchas veces como recurso útil para abarcar la diversidad cultural y geográfica de un país.

Por estos motivos, en este ámbito se pueden entrelazar perfectamente lo cotidiano y personal con lo colectivo y nacional. La cocina es un interesante elemento de nacionalismo banal porque es algo con lo que nos identificamos y que a la vez nos inserta en una comunidad.

Con las manos en la masa era un programa de 30 minutos presentado por Elena Santonja, que aunaba el didactismo en la explicación de las recetas con momentos de distensión a través de la interacción con un invitado famoso que ayudaba a Santonja a cocinar y de paso cantaba, explicaba anécdotas personales relacionadas con el plato, etc.

El decorado remitía a una cocina tradicional española, y los ingredientes se presentaban como típicos de las diferentes regiones de una España diversa. Los recuerdos que el plato del día traía al invitado eran muchas veces la excusa para realizar un ejercicio de memoria histórica; por ejemplo, la escasez de la posguerra en relación con algunos ingredientes humildes.

Esos ejercicios de memoria histórica y de representación de la diversidad del país contribuyeron a reforzar la hegemonía cultural de los gobiernos socialistas durante los años 80, que se esforzó por promover una nueva identidad nacional a todos los niveles. Hasta ahora se han analizado más las consecuencias de esa hegemonía cultural en ficciones, contenidos culturales, etc., pero sus implicaciones en los programas de entretenimiento dejan también claro que el nacionalismo banal recibe este nombre por ser un fenómeno cotidiano y muchas veces implícito, pero eso no quiere decir que sea una expresión cultural frívola o intrascendente.

Conclusiones

La identidad nacional es representada en televisión, y esa representación no es un mero reflejo sino que forma parte de los procesos de *nation-building* en sentido cultural. Se puede considerar que no solo los contenidos solemnes y explícitos contribuyen a esto, sino también muchos contenidos cotidianos en los que las representaciones de lo nacional pasan desapercibidas.

Bibliografía

Anderson, B. (2006). *Comunidades imaginadas*. Fondo de Cultura Económica de España.

Billig, M. (2014). *Nacionalismo banal*. Capitán Swing.

Gil Vázquez, A. (2020). Herencia cultural, memoria y modernidad: la receta de la identidad nacional en *Con las manos en la masa* (1984–1991). En *Cine y cultura popular en los 90: España-Latinoamérica*. Peter Lang.

Rueda Laffond, J. C. (2015). Nosotros somos así: socialización y españolismo banal en el ocaso del Franquismo. *Pensar la historia desde el siglo XXI: actas del XII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*, Universidad Autónoma de Madrid.

Rueda Laffond, J.C. (2018). De *Cuéntame* a Podemos: narrativas banales de la nación. En *Ondear la nación. Nacionalismo banal en España*. Comares.