

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD ESPAÑOLA: SÍMBOLOS, MITOS Y TIPOS

Rafael Núñez Florencio

Historiador y filósofo.

RESUMEN

La construcción de la identidad nacional de un país es fruto del devenir histórico, cultural y económico de ese pueblo. El caso español es diferente pues la construcción de esa identidad se inicia en la cúspide del poder español en el siglo XVI y desde entonces fue perdiendo cotas de poder, lo que sumado a los mitos y tópicos fomentados desde el exterior constituyen una visión particular del “ser español” para los propios españoles.

ABSTRACT

The construction of country's national identity is the result of its history, culture and economy. The case of Spain is different. Its creation was at the time of greatest power of Spain. Myths and stereotypes created by other countries created an image of Spaniards who themselves took.

PALABRAS CLAVE: *construcción, identidad nacional, "ser español", tópico, mito*

KEYWORD: *Construction, National identity, cliché, myth*

1.- CONSIDERACIONES PRELIMINARES¹

¹ El texto corresponde a la conferencia dictada en el curso Curso de Verano "" de la URJC. Véanse también los siguientes trabajos de autor: “Cartón piedra. Los españoles pintados por sí mismos”, *La aventura de la historia*, n° 43, mayo 2002, pp. 42-47. “Los hispanistas y la ‘nueva’ España. Del canon al cambio”, *Política Exterior*, n° 88, julio-agosto 2002, pp. 155-162. “Cómo nos ven, cómo nos vemos. ¿Tiene España un problema de imagen?”, *El Noticiero de las Ideas*, n° 13, enero-marzo 2003, pp. 18-26. “Polvo y chinches. Viajes por España en diligencia”, *La aventura de la historia*, n° 55, mayo 2003, pp. 42-48. “La imagen de España en el mundo: la marca España”, en Pereira, Juan Carlos (coord.): *La política exterior de España (1800-2003)*, Ariel Historia, Barcelona, 2003, pp. 187-200. “La nueva España en la vieja Europa, o el triunfo de Almodóvar”, *Cuadernos Europeos de*

Probablemente si esta reflexión hubiera tenido lugar hace exactamente un siglo, su título habría contenido algunas de estas palabras: “alma”, “ser”, “raza”, “espíritu”, “esencia”, “destino”, “carácter”... Por aquellas fechas estaba de moda ese tipo de literatura ensayística aplicada a la nación o la sociedad como si se tratase de

Deusto, n° 32, 2005, pp. 105-124. “La percepción exterior de España durante el franquismo”, *Historia Contemporánea*, 2005 (I), n° 30, pp. 23-48. “La mirada extranjera: ‘El Quijote’, arquetipo español”, en *El Quijote y el pensamiento moderno*, ed. de José Luis González Quirós y José María Paz Gago, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, Madrid, 2005, vol. II, pp. 111-140.

un individuo concreto. En el caso español, en las coordenadas noventaiochistas y regeneracionistas, el tono biológico o médico se nimbaba de connotaciones negativas. Se hablaba así de abandono, enfermedad, abulia, falta de pulso o incluso estado terminal, agonía y muerte, conceptos todos ellos referidos a la situación de España, una de las *dying nations* del escenario político internacional, en terminología popularizada por el primer ministro británico, Lord Salisbury.

Frente al lamento pesimista que era usual entonces y lejos del registro esencialista que era norma en la época, hoy tendemos a enjuiciar estos asuntos desde una óptica menos plañidera y desde un planteamiento más empírico. Simplificando, podría decirse que la historia desplaza a la filosofía, el planteamiento diacrónico a la estabilidad metafísica. Ni las naciones son individuos ni permanecen iguales a sí mismas a lo largo de los tiempos. Son, por el contrario, agrupaciones que van cambiando y adaptándose de acuerdo con las exigencias de cada lapso histórico.

Más aún: como sería iluso suponer que en nuestro tiempo somos inmunes a las modas ideológicas, debemos reconocer que de un tiempo a esta parte, sobre todo desde que el prestigioso historiador británico Eric Hobsbawm popularizó el marchamo de “la invención de la tradición”, se han extendido –hasta la desmesura, digamos de paso– los análisis de este tipo de fenómenos, y en particular de los nacionalismos, en dichos términos. De este modo, las relaciones bibliográficas recientes están saturadas de títulos clónicos que remiten obsesivamente a la formación cultural de nuevas naciones, la fabricación de una historia *ad hoc*, las invenciones de determinadas tradiciones, las construcciones de

mitos, las creaciones o recreaciones de leyendas, etc.

Sin entrar ahora a fondo en el examen de esa tendencia –para orillar las polémicas– digamos que básicamente suscribimos el planteamiento que subyace a esas propuestas. Dicho en plata y para centrarnos ya en lo que aquí nos importa, que la nación no es un ser inmutable sino todo lo contrario, el producto o resultado –cambiante, por supuesto– de lo que quieren por acción u omisión los seres humanos concretos que la integran a lo largo de la historia. Por eso no hemos tenido mucho reparo en situar en el frontispicio de nuestra reflexión el término de “construcción” porque, pese a todos los reparos o matices que se puedan poner, nos parece que refleja básicamente la idea antedicha.

El concepto de identidad plantea otro tipo de conflictos, aunque no de menor envergadura. Hay no obstante un cierto paralelismo con lo antes apuntado: lejos de ser algo dado, estable, “objetivo”, la identidad es también algo que se construye y, por supuesto, que cambia o evoluciona a lo largo del tiempo. Si en el ámbito individual no cabe duda de que nosotros formamos nuestra identidad a partir del momento en que tenemos conciencia, en el marco social la identidad viene dada por una serie de rasgos, actitudes y comportamientos que caracterizan a una determinada colectividad. Pero ¿quién dictamina qué cualidades son relevantes y cuáles no, qué conductas son usuales y cuáles otras excepcionales, qué parámetros son específicos y cuáles otros irrelevantes?

Más aún, ¿puede hablarse –de un modo serio, riguroso, “científico”– de formas de ser de toda una colectividad? Por definición esta se halla compuesta de una

pluralidad de individuos –millones en muchos casos-, cada uno distinto a los demás. Lo que tiene sentido en el aspecto individual –carácter de un determinado sujeto- ¿sirve para un grupo y, peor aún, para esas grandes agrupaciones como son la mayoría de los países? Llegados a ese punto, la respuesta en términos racionales tendría que ser negativa. Y sin embargo...

Sin embargo, la mente humana necesita comprender la complejidad del mundo que le rodea y, aunque no sea muy científico, necesitamos guías, marcas, símbolos o, por decirlo sin ambages, simplificaciones que nos ayuden a orientarnos. Vistos desde dentro o desde cerca, los españoles nos sentimos diversos, pero la mayor parte de los extranjeros, por ejemplo, reconocen o creen reconocer un carácter o un modo de ser español. ¿Estamos hablando entonces de tópicos o estereotipos? Probablemente sí, pero esas esquematizaciones de la realidad las hacemos todos y, superpuestas a los hechos, no dejan de ser en última instancia otros hechos, inclinaciones o creencias con los que de una u otra forma es preciso contar. Porque existir, existen. Y a veces mueven más voluntades que los propios acontecimientos que llamamos “objetivos”.

Dicho esto, la cuestión de la identidad sigue presentando aristas intrincadas. ¿Qué queremos decir exactamente cuando hablamos de identidad en términos sociales? ¿En qué consiste la identidad, cómo se diagnostica, cómo se mide, cómo se cataloga? Los términos equivalentes no nos ayudan gran cosa. Como decíamos al principio, hoy los científicos sociales rechazan las acuñaciones de carácter, tipo o modo de ser, por sus resonancias esencialistas. No obstante, incluso desde los planteamientos más críticos en este sentido se

sigue hablando del “ser español”, de “ser españoles” y nociones equivalentes. En el fondo, pese a todas nuestras reticencias y reparos, no podemos dejar de hacerlo. Una última y rápida alusión a la segunda parte del título para no hacer más largo este proemio. Conscientes de la dificultad que presenta tratar de la identidad española, hemos procurado ceñir nuestra reflexión a una serie de componentes o factores que sean fácilmente perceptibles y empíricamente demostrables. En vez de referirnos a la identidad en abstracto o en términos campanudos, intentaremos en la medida de lo posible volar sin separarnos demasiado de la tierra firme. La orografía del terreno que pretendemos no perder de vista está constituida por esos símbolos, mitos y tipos que anunciamos desde el propio titular. Todos ellos, entendidos en su vertiente más cotidiana.

Quiero decir que, por ejemplo, puede hablarse de los símbolos oficiales españoles (el himno nacional, la bandera rojigualda, las conmemoraciones solemnes, etc.) pero a nosotros aquí nos serán de más utilidad aquellos otros símbolos que, teniendo un carácter extraoficial, son no obstante –o precisamente por ello- más significativos: los toros, la gastronomía, determinadas costumbres... Y otro tanto cabe decir de los mitos y los tipos. Todos estos elementos contemplados, según he dicho, en su faceta más directa, inmediata o vivencial, nos ayudarán mejor a pergeñar los rasgos de la identidad española en el presente y en el pasado.

2.- EL PESO DEL PASADO

Empezaremos precisamente por esto último, es decir, por el pasado. La razón es bien sencilla y puede expresarse en pocas palabras sin miedo a que la concisión devenga simplificación: sea lo que fuere lo que ahora seamos, lo cierto es que lo que somos es consecuencia de lo que hemos sido. Aunque estemos en el ámbito historiográfico, nadie en su sano juicio nos puede acusar de llevar el agua a nuestro molino por sostener algo que en esencia es casi una verdad de perogrullo, tan cierta en la esfera individual como en la colectiva y aplicable a un sinnúmero de realidades. De hecho, raras veces lo que llamamos presente alberga en sí mismo, sin necesidad de mirar hacia atrás, sus claves explicativas. Además, no es solo el hoy el que necesita el ayer. También lo precisa el mañana. Si no sé de dónde vengo, ¿cómo voy a decidir adónde quiero ir?

Ahora bien, no es eso exactamente lo que nos proponemos desbrozar ahora – para ese viaje, como se dice en plan castizo, no harían falta alforjas-, sino una vertiente específica del pasado. El pasado no es el conjunto de hechos objetivos que hemos dejado atrás. Ni siquiera se parece a ese baúl de los recuerdos donde almacenamos objetos antiguos y fotos descoloridas. El pasado es lo que es para nosotros y significa lo que significa en función de nuestro presente. Somos nosotros los que desde aquí y ahora damos un sentido al pasado, destacando algunos acontecimientos, olvidando otros y trazando un hilo conductor –un sentido- entre todos ellos.

Ello no implica obviamente que neguemos la “objetividad” de los sucesos

del pasado. Por citar un ejemplo elemental, nadie puede negar que los españoles arribaron a América en 1492, pero ese hecho incontrovertible tendrá un significado muy distinto según lo califiquemos de “descubrimiento”, “evangelización”, “conquista violenta”, “explotación” o simple “encuentro” entre culturas.

Se ponga donde se ponga el “nacimiento” de España como nación –a comienzos del siglo XIX, en el reinado de los Reyes Católicos o incluso mucho más atrás-, lo incuestionable es que tenemos detrás de nosotros un pasado riquísimo, una trayectoria compleja, una historia densa. Un camino, en definitiva, susceptible de múltiples interpretaciones y, claro está, otras tantas valoraciones. Para llevar la reflexión al punto que me interesa, diré que en resumidas cuentas ese pasado se nos aparece para las necesidades de nuestro presente como “renta” o “lastre”. O, mejor dicho, como ambas cosas a la vez, dependiendo de la faceta o el ámbito que tratemos.

Llegados a este punto y ante la imposibilidad de tratar el conjunto de aspectos que he ido desgranando, propongo que nos centremos en una determinada perspectiva de la identidad española: las imágenes de la nación que han ido forjando los naturales y los foráneos a lo largo de los siglos. Frente a la acuñación esencialista de “ser” o “carácter”, el concepto de imagen resulta menos pretencioso y, al tiempo, más flexible. Una imagen, como cualquiera puede reconocer sin problemas, es solo eso, una determinada visión de la realidad. Que puede ser injustamente simplificadora, imprecisa, quizá incluso falsa. Y que por ello mismo es cambiante, en función de las circunstancias, de la evolución de la reali-

dad observada o de los propios valores del observador.

Las imágenes nacionales surgen desde el momento en que se forma la nación en sentido político o cultural, es decir, desde el momento en que se puede percibir desde dentro y desde fuera una colectividad con un mínimo grado de unidad o de homogeneidad, suficientemente distinta (distinguible) de sus vecinos. Para no irnos por los cerros de Úbeda, acordemos que esas condiciones en el caso español se empiezan a cumplir cuando tiene lugar en suelo ibérico la unificación de los distintos reinos peninsulares, a finales del siglo XV.

Si tomamos ese punto de partida, debemos forzosamente admitir que nos encontramos con una primera especificidad hispana, dicho sea esta vez sin ninguna connotación peyorativa (¡todo lo contrario!). Nos referimos, si se nos permite la simplificación, a su temprano éxito como una de las primeras grandes naciones del occidente europeo. No solo se trata de una cuestión estrictamente política –la pronta constitución de un Estado moderno– sino, en el caso español, la favorable coyuntura que le permite descollar como el primer poder imperial de la historia moderna (el Imperio donde no se pone el sol) y su expansión territorial más allá del orbe conocido hasta ese momento (descubrimiento y conquista del Nuevo Continente).

Ya dijimos antes algo acerca de los hechos y sus valoraciones. Aplicándolo a este caso, podría decirse que lo bueno o, incluso lo muy bueno, puede terminar siendo malo a la larga. El temprano éxito español entre los siglos XV y XVI (Reyes Católicos, Carlos I, Felipe II) hace que toda la historia de España en los últimos siglos tenga que tomar como punto de

partida esos altos logros conseguidos de forma tan temprana. No debe extrañar por tanto que la valoración de la trayectoria histórica se haga en términos negativos. Si el punto de partida es la cima, todo lo que sigue no puede ser más que descenso, caída, declive, postración o, para decirlo ya con el término fetiche que se repite a lo largo de varios siglos... ¡decadencia! ¡Decadencia! ¡El concepto más usado y repetido al juzgar la historia española durante las épocas moderna y contemporánea! Al decir de sesudos analistas de toda clase y condición (de Cervantes a Cánovas, de Quevedo a Ortega y Gasset) la decadencia es poco menos que el sino español.

Un factor coadyuvante y a la larga igualmente pernicioso para la autoestima hispana será el conjunto de críticas de las potencias rivales que Julián Juderías (ya en el siglo XX) conceptualizará como “leyenda negra”. En el fondo, más que una campaña premeditada, se trataba de una serie dispersa de descalificaciones o simples insidias, generadas por la rivalidad y la envidia que despierta el temprano éxito español. Sin olvidar por otro lado que fueron algunos españoles prominentes (por ejemplo, González Montano, Antonio Pérez o el Padre las Casas) los que con su crítica despiadada de determinados aspectos de la actuación de la Corona y sus representantes dieron pie y argumentos a los extranjeros para que terminasen pergeñando esa imagen de España como nación intransigente, fanática, cruel y sanguinaria.

La Inquisición y sus interrogatorios atroces, las mazmorras imperiales, la conquista de América a sangre y fuego, el sometimiento y tortura de los indios, la religiosidad vivida como renuncia extrema, la persecución de toda disidencia, la expulsión despiadada de grandes minorías (jud-

íos, moriscos) o la represión bárbara de naciones que luchaban por su libertad (Países Bajos), entre otros elementos, pasaron a ser sinónimos de conducta española. Una conducta —o, peor aún, un modo de ser— que se aplicaba a todo el natural de estas tierras y cuyos rasgos preponderantes serían la ignorancia, el orgullo, la obcecación, el fanatismo, la crueldad o el despotismo. En consecuencia, España quedaría representada por tipos como Felipe II, Torquemada, el Duque de Alba, Hernán Cortés...

3.- EL PODER DE LOS MITOS

De este modo se van acuñando los mitos como símbolos interpretativos de una realidad o, en este caso concreto, de un país y una trayectoria histórica. A lo largo de los siglos, para la publicística foránea —incluyendo aquí no solo la propaganda o las estimaciones superficiales, sino hasta los estudios eruditos—, lo español se asocia de manera natural con el atraso, las cadenas (reales y metafóricas), el absolutismo, la brutalidad, la sangre... De nada valen, en este contexto o llegados a este punto, las observaciones ponderadas o las estimaciones ecuanímes que pongan las cosas en su marco adecuado y que expliciten, llegado el caso, que eso mismo o muy parecido sucede en otras latitudes, en otras culturas y en otros países. En contra de lo que suele creerse o, al menos, suele decirse, contra los mitos o contra los tópicos no siempre prevalece la verdad (o, si se prefiere, el juicio sereno e imparcial).

En el fondo, la razón de ello es bien sencilla y en cierto modo ya la hemos adelantado en los párrafos precedentes. La

realidad es siempre más amplia y compleja que nuestra capacidad para entenderla. Necesitamos esquematizaciones, simplificaciones que nos ayuden a comprender el mundo y a ubicarnos dentro de él. No podemos abarcar tantos datos, factores y elementos como nos llegan en cada momento del exterior, no podemos procesarlos. En ese inevitable proceso de simplificación los mitos juegan un papel esencial, no necesariamente en sentido peyorativo sino simplemente como símbolos para entender y representar una realidad.

Hablo aquí, como ya han podido comprobar, de mitos en un sentido amplio y flexible, es decir, como representaciones de una época, una sociedad, un país o, simplemente, un modo de comprender la realidad. Me interesa por ello forzar la continuidad o la línea común que anuda mitos, símbolos y tipos. Así, por ejemplo (confieso que llevando el agua al molino que me interesa) los mitos se nos presentan a veces como personajes que se convierten en arquetipos. ¿De qué mitos, de qué personajes, de qué símbolos estamos hablando en el caso español? Todos los conocemos. En primer término, de Don Quijote y Sancho Panza y de algunos otros elementos que se relacionan con ellos: la Mancha, los molinos, etc. También tendríamos que mencionar a Carmen, la cigarrera, y a otros personajes que de una u otra forma se asocian a ella constituyendo el marco de la España romántica: el bandolero, el gitano, el torero... No podemos olvidar a Don Juan, tan traído y llevado no solo por autores españoles (de Tirso a Zorrilla) sino por grandes creadores europeos (de Molière a Mozart). Podríamos también citar a Fígaro, tan importante en algunas obras del siglo XVIII...

Pero hasta ahora hemos citado exclusivamente a personajes literarios. Sin embargo, si lo pensamos bien, ¿no tendríamos que abrir la mano para dar cabida también a personajes reales que representan o simbolizan una época? Felipe II existió realmente pero cuando aquí y ahora nosotros —y aún en mayor medida alguien de fuera— evocamos la figura del rey prudente, no nos referimos tanto al hombre real que existió hace cinco siglos sino a un determinado modo de ser y de gobernar que representa o simboliza también un período y un momento de España. La España de Felipe II, decimos habitualmente. También decimos la Francia de Luis XIV o la Inglaterra victoriana, pongamos por caso. En todas esas ocasiones los personajes que traemos a colación desempeñan una función representativa que los convierte en símbolos de una época.

Nuestra necesidad de esquematización conduce en último extremo a que cada etapa histórica —en sentido amplio— quede simbolizada por un personaje, real o inventado, que guarda con la época en cuestión una curiosa permeabilidad o traspase de rasgos y caracteres. El Cid representa la España medieval. Isabel, la España renacentista. Felipe II, la España imperial. Don Quijote, la España barroca y decadente. Fíguro, la España dieciochesca. Don Juan y Carmen, la España romántica. Franco, el siglo XX. No me resisto a llamar la atención sobre un hecho curioso: si se fijan, la inmensa mayoría de los personajes de ficción son ambivalentes (de Don Quijote a Carmen), mientras que los históricos (de Felipe II a Franco) tienen una clara proyección negativa, por lo menos en la interpretación foránea que ha sido mayoritaria hasta la fecha.

Quisiera destacar igualmente otra peculiaridad que me parece significativa. Los mitos, símbolos o personajes españoles se distinguen por su fuerza, por su contundencia. Nada de sutilezas ni ambigüedades, sino más bien todo lo contrario: nos encontramos aquí con hombres y mujeres de una pieza, para lo bueno y para lo malo. Son la expresión misma de las pasiones más avasalladoras en su estado más puro: amor hasta la muerte, determinación inquebrantable, entrega exaltada a un ideal hasta el fanatismo, arrebatado, autenticidad hasta el desgarramiento... Para los observadores extranjeros el exceso ha sido una de las más llamativas características hispanas. Se atribuye a Nietzsche la caracterización de los españoles como esos hombres... que “quisieron ser demasiado”.

Pero el universo de los mitos presenta otras vertientes que no debemos desestimar. A los mitos, llamémosle indiscutibles, deberíamos añadir otros, como si se tratara de una primera y una segunda división. De la misma manera que se distinguen nombres propios de nombres comunes, deberíamos distinguir mitos personalizados, de perfiles bien definidos, de esos otros mitos de situación o contexto cultural. En general suele emplearse el ambiguo concepto de “tipos”, para designar a elementos que trascienden su individualidad y se convierten en muestras representativas de una determinada manera de ser, sin que tengan un rostro determinado. En este caso, modelos de una manera española de entender la vida.

No pretendo, ni mucho menos, agotar el repertorio, sino más bien todo lo contrario, bosquejar algunos de esos tipos-tópicos que han rondado como sombras recurrentes la estampa hispana.

Tendríamos que empezar con el noble, el caballero, el hidalgo. Pero para hacerlo genuinamente español, habría que precisar que nuestro protagonista indiscutible sería el hidalgo venido a menos, el caballero pobre o incluso francamente arruinado, pero orgulloso y digno. Puede morir de hambre, pero jamás confesará a un extraño su necesidad. Esta actitud se hace extensiva al conjunto de la sociedad española, abarcando hasta al mendigo y al pedigüeño. Todos ellos tienen en común un rasgo que admirará a nuestros visitantes a lo largo de los siglos, eso que denominan la dignidad española.

Los tipos tienen, empero, su envés, del mismo modo que casi todos los refranes tienen otra sentencia que postula lo contrario. Cada Quijote tiene su Sancho, cada idealista tiene su sombra materialista, así como toda alma halla su cuerpo. La otra cara del hidalgo honorable es el pícaro sin principios ni prejuicios. Tan pobre como él, no tiene empacho en hacer alarde de sus bolsillos vacíos si de lo que se trata es de llenar el buche. El pícaro, de tan noble estirpe literaria como el hidalgo, procede también de nuestro Siglo de Oro y, como él, se prolonga en sus diversas variantes hasta nuestros días. Para los extranjeros decimonónicos, por ejemplo, la picaresca española es un pozo sin fondo donde cae el visitante incauto. No dejan de advertir contra los timos de gitanos, venteros, guías turísticos, etc.

La fiesta taurina será una constante fuente de asombro y de emociones para nuestros visitantes. A pesar de nuestras protestas por el reduccionismo que supone la identificación del país con los toros, lo cierto es que los españoles hemos fomentado tal asociación, llenando por ejemplo nuestro paisaje de inmen-

sos toros negros y haciendo de la fiesta una atracción turística de primer orden. No es de extrañar por ello la literatura foránea (de Gautier a Hemingway) haya hecho del torero uno de los tipos más característicos de la condición hispana. O, por decirlo al modo que sustenta ese planteamiento, esa manera tan española de juntar la vida con la muerte. Afrontar la muerte de manera festiva, jugar con la muerte. Los visitantes extranjeros repiten que no hay otro pueblo que haya hecho de la sangre y la muerte un espectáculo semejante.

Aunque en principio no lo parezca, el tipo del guerrillero tiene mucho en común con el anterior. Al igual que el torero, el guerrillero desafía a la muerte en solitario. Como el torero, tiene su cuadrilla, pero lo que le distingue es su individualismo feroz. El guerrillero no se parece en nada al soldado convencional, disciplinado y metódico. Es el combatiente por cuenta propia que, llegado el caso y según las circunstancias, se transmuta en otros tipos característicos: el bandolero, el anarquista, el maquis... Tipos todos ellos que, como dice el tópico del conjunto de los españoles, valoran por encima de todo su libertad personal, su independencia. Uno de nuestros más influyentes visitantes decimonónicos, el británico Richard Ford, dice que en las ventas los mosquitos españoles atacan como es usual en el país, o sea de uno en uno. No se dan cuenta, prosigue, que si se pusieran todos de acuerdo serían invencibles.

Más que seguir desgranando tipos y caracteres diversos nos interesa hallar un fondo común que explicita la identidad española, si es que a estas alturas seguimos pensando que puede hablarse en singular de estas cuestiones. ¿Puede encontrarse, en definitiva, un nexo común que nos aclare

cómo se ven los españoles a sí mismos y cómo es percibida España desde el exterior? A riesgo de caer ahora nosotros en el reduccionismo que antes apuntábamos, podríamos decir que en cierto modo sí. A lo largo de varios siglos nacionales y extranjeros juzgan a España, lo español y los españoles como lo excéntrico respecto a la norma europea (occidental)

Sí, es la especificidad española, la relativa excentricidad con respecto a la norma europea, la excepción de los países del entorno (descontando Portugal que, la verdad sea dicha, nunca ha sido tenida en consideración), eso que nos termina convirtiendo en *Oriente* siendo paradójicamente la punta más occidental del continente. Una vez más conviene recalcar en que no entramos a juzgar si tales valoraciones están o no fundadas, si son justas o injustas; lo que decimos o, mejor dicho, constatamos es simplemente que existen.

Del mismo modo que, con razón o sin ella o, si se prefiere, con notoria simplificación —para decirlo sin ambages— los tipos antedichos se suelen usar no ya solo —como se ha dicho— para simbolizar una época o una sociedad determinadas, sino un supuesto “modo de ser” que se mantiene relativamente inmune a las contingencias históricas. De ahí que algunas de esas concepciones, como quijotismo, donjuanismo (hoy se diría *latin lover*) o la propia etiqueta de *romantic Spain* sirva para caracterizar a España y los españoles de épocas muy diferentes.

4.- DE LA ESPAÑA ROMÁNTICA A LA ESPAÑA QUIJOTESCA

Las consideraciones anteriores nos obligan a decir algo más sobre esos mitos

del Quijote y el quijotismo, por un lado, y de las *Cármenes*, toreros, gitanos y bandoleros que pueblan el tablado de la España romántica, por otro. Nos gusten o no, esos tipos, personajes, mitos e imágenes se han despertado en la mente de millones de personas a lo largo de los siglos cuando se ha pronunciado el nombre de “España”. Seremos no obstante muy breves, lo más sintéticos posibles, para no alargar en demasía esta exposición.

En los países más avanzados del occidente europeo —singularmente Inglaterra y, en menor medida, Francia— se despierta según avanza el siglo XVIII y se consolida ese movimiento cultural que conocemos como Ilustración, una nueva necesidad formativa, mezcla de curiosidad y aventura iniciática: nos referimos, claro está, a eso que los británicos bautizarán como *Grand Tour*, es decir, el gran viaje educativo por tierras del sur, para ver arte, ruinas y otras formas de vida. Italia, por razones obvias, fue el destino privilegiado para esos esparcimientos de la clase dirigente. Cuando la ruta alpina se hizo rumbo consabido y por ello manido, quedó un hueco para dar un giro y encaminar los pasos allende los Pirineos.

A esas alturas, no hace falta decir que España era la gran desconocida del occidente europeo. Desconocida, claro está, para los que llevaban la voz cantante, política y culturalmente hablando. La Europa más avanzada del momento ignoraba lo que se cocía tras los Pirineos por la sencilla razón de que no le interesaba en lo más mínimo una nación reputada de decadente, atrasada, fanática y sumida en un sopor de siglos. España, indudablemente, estaba a trasmano de Europa. Ninguna de las grandes rutas europeas —en sentido

comercial, pero también en sentido simbólico- pasaba por España.

Lo que descubren esos viajeros foráneos en tierras ibéricas es, como no podía ser de otro modo, lo que habían venido a buscar. Ven lo que sus ojos están predispuestos a ver, la contrafigura de la Europa civilizada. Se puede decir de modo más o menos edulcorado, pero en el fondo es lo mismo. El exotismo hispano (Oriente, pasado glorioso, montañas descarnadas, paisaje desértico, palmeras, despoblados, habitantes rudos y míseros, etc.) atrae y repele al mismo tiempo. Bien es verdad, para no prescindir de algunos factores decisivos, que ese panorama se verá ciertamente alterado, para bien y para mal, con la invasión napoleónica y el levantamiento del pueblo español contra el invasor.

No estaba el león tan dormido como parecía. La reacción de 1808 muestra un pueblo fiero, orgulloso, valiente, generoso, heroico... Los adjetivos encomiásticos se suceden ahora. Y con ellos se incrementa la atracción de lo hispano. A los ingleses y franceses de primera hora se unen ahora europeos de todos los puntos cardinales... Todos quieren apreciar con sus propios ojos cómo es esa España indómita. Si así puede decirse, España se pone de moda según avanza el siglo XIX. Norteamericanos como Washington Irving, italianos como Edmondo de Amicis, alemanes, polacos, rusos..., viajeros (y viajeras, dicho sea de paso) de la más variada nacionalidad y condición hacen la ruta ibérica, con Andalucía como destino predilecto. Los ingleses y franceses son, no obstante, los que crean el arquetipo más perdurable: Richard Ford, Théophile Gautier, Prosper Mérimée...

¿Se sustituye la imagen negativa de España (decadencia, fanatismo, intransigencia, crueldad) por una imagen positiva? Relativamente. Sí y no, al mismo tiempo. Los estereotipos no desaparecen con facilidad. Lo que pasa es que ahora unos rasgos positivos se superponen a aquellos, sin que estos desaparezcan por completos. Dicho de otra manera, se olvida a menudo que esta España decimonónica continúa siendo contemplada como una nación atrasada e inculta, fanática y anárquica, sanguinaria y brutal. Si ahora el país interesa es paradójicamente por la misma razón por la que antes era despreciado: por ser la otra cara de la Europa civilizada. No es España la que cambia, sino la mirada del visitante: la famosa frase que se atribuye a Dumas, “Africa empieza en los Pirineos”, está más viva que nunca, es incluso uno de los grandes tópicos de la época romántica.

La España romántica será una de las grandes invenciones de la cultura decimonónica europea. Presente en multitud de manifestaciones culturales —pintura, poesía, música, teatro, novela-, la estampa de una Iberia de pandereta, que tanto terminará por irritar a los naturales de estas tierras (aunque ellos no estaban libres del *pecado*), perdurará en el imaginario de millones de personas de todos los continentes durante un larguísimo período de tiempo. A este respecto puede decirse sin exageración que esa acuñación tendrá un éxito indiscutible, superior sin duda a cualquier otra formulación, dado que tendrá la virtud de integrar y amalgamar otras caracterizaciones anteriores, como la España imperial, decadente, intransigente, cruel, fanática, etc. Solo que ahora estos rasgos pasan a ser percibidos no como absolutamente negativos sino ambivalentes: la atracción de lo

auténtico, aunque esa autenticidad esté hecha de unos mimbres ambiguos. ¿Cómo la vida misma?

No es menos cierto, por otro lado, que hacia la parte final del siglo (XIX), la estampa romántica termina por cansar, víctima -si así puede decirse- de su propio éxito. Se impone un cambio de paradigma en la interpretación del país y, una vez más, son los forasteros, ayudados por la propia publicística hispana, los que acuñan un nuevo sello. Como en ocasiones anteriores, la “nueva” imagen no anula las anteriores sino que las modula o integra en un nuevo escenario. Para una España que ha perdido el tren del progreso, que aparece como nación desplazada en el escenario internacional, la figura o el símbolo quijotesco aparecía una vez más como el más apropiado.

Los viajeros que llegan a la península en el primer tercio del siglo XX, que son legión, sustituyen el mito orientalizante, sensual y festivo por esta España austera, árida, solitaria, callada. Menos conocido que el capricho de la España romántica, más intelectual, esta nueva quimera alienta multitud de relatos y testimonios de la época (Maurice Barrès, John Dos Passos, Waldo Frank). El canto a la sobriedad del campesino del centro sustituye al elogio del risueño jornalero del sur. Podríamos hablar de una metafísica de la Meseta, por cuanto Castilla desplaza a Andalucía en los esquemas reductivos, es decir, de nuevo una parte, una región, se convierte en exponente del país en su conjunto, en su quintaesencia.

El visitante hallará más inspiración en los místicos que en los gitanos. Más que Don Juan y *Carmen* interesarán El Greco o Zurbarán. El tipo del pueblo

llano, sobrio, senequista, ocupará el papel del torero o del salteador de caminos. No se pierde la perspectiva histórica sino que, como hemos dicho, se integra a la perfección en este nuevo entramado. España se asocia a la muerte (nunca había dejado de estarlo, ni incluso cuando se exaltaba la vida: recuérdese la “fiesta nacional”). La fe católica, la religiosidad popular o incluso el martirio que tanto habían recreado las grandes paletas del Siglo áureo aparecen ahora con un extraño nimbo intelectual.

Con todo, la España romántica más clásica tenía tal predicamento y raíces tan poderosas que se resiste a morir. Más aún, la vemos presta a resurgir a las primeras de cambio. Gerard Brenan representa en este primer tercio del siglo XX el visitante que busca... lo mismo que en el fondo habían ido buscando (y encontrando) sus predecesores decimonónicos: el paraíso de la autenticidad, la vida en su estado más puro frente al acartonamiento y la artificialidad del progreso europeo.

Salvando las distancias, la guerra civil constituirá un nuevo revulsivo, como lo había sido el levantamiento de 1808. Este pueblo seguía estando vivo, se levantaba en armas para defender su dignidad e independencia. Entonces fue contra el más poderoso ejército de Europa. Ahora era contra las garras del fascismo o contra la zarpa comunista, dependiendo de la ubicación ideológica de cada cual. En cualquiera de los casos, era una vez más la nación española, entendida en un sentido mítico y esencialista, la que se alzaba con dignidad y heroísmo frente a un enemigo exterior mucho más poderoso.

Todos los tópicos y estereotipos acerca de Don Quijote y el quijotismo, el toro y el torero, el pueblo puro, el ansia de

libertad, el individualismo y la violencia se daban de nuevo cita en las interpretaciones más extendidas fuera de nuestras fronteras. El Hemingway de *¿Por quién doblan las campanas?*, potenciado luego por el *Star System* de Hollywood convirtió la guerra civil en un combate épico inseparable del atractivo rostro de Gary Cooper. Algunos, como el griego Kazantzakis hablaban del conflicto fratricida como si fuera una gigantesca y trágica corrida de toros.

5.- EL FRANQUISMO, LA TRANSICIÓN Y LA ESPAÑA ACTUAL

A estas alturas, ya debemos estar curados de espanto acerca de la perdurabilidad y versatilidad de los mitos como muletas interpretativas de la realidad. El triunfo y sobre todo la consolidación franquista en el contexto de una Europa occidental mayoritariamente democrática fue percibido y juzgado como una nueva anomalía hispana, tanto más asumida cuanto que, como suele decirse, “llovía sobre mojado”. Por si fuera poco, el propio régimen contribuyó en no escasa medida a esa percepción tratando de llevar el agua a su molino con el famoso eslogan de *Spain is different*.

Así las cosas, Franco representaba para la mayoría la vuelta a la España negra, la de Felipe II, la represión y la intransigencia, la España de la Inquisición y Torquemada. En el mejor de los casos, las miradas más comprensivas hacia el régimen sustentaban también una cierta dosis de especificidad o excepcionalidad hispana en el contexto del occidente europeo: Franco como salvador de España, como paladín de los valores cristianos, equiparable por tanto a

otros personajes míticos de la historia española, como el Cid o los Reyes Católicos.

Desde este punto de vista era usual que España fuera considerada poco menos que nación ingobernable —como no fuera a costa de emplear “mano dura”— y los españoles en general cargaban con los estereotipos derivados de las acuñaciones anteriores: perezosos, jaraneros, refractarios a la ciencia y al progreso, individualistas, apasionados, violentos, desmesurados, indisciplinados, chapuceros, etc. Como predominaban, como puede apreciarse, los rasgos negativos, nada tiene de extraño que los más agoreros pronosticasen a la muerte de Franco una situación de anarquía o incluso una nueva guerra civil.

Estas expectativas pesimistas resultan determinantes para entender el impacto positivo de la transición a la democracia. Frente a todos los pronósticos, el paso de la dictadura a un régimen de libertades se hizo de modo modélico, según la inmensa mayoría de los observadores. En paz, de manera ordenada y haciendo del pacto, la moderación y el consenso las normas de comportamiento político. ¿Era esto España? ¿Ahora resultaba que era un país “normal”?

Puede parecerles que exagero hasta la caricatura, pero me limito a constatar y registrar lo que dejan escrito los observadores foráneos, entre la sorpresa y la incredulidad. De hecho, el paradigma de la “normalidad”, así, como suena, se convierte en categoría de análisis, incluso en trabajos académicos e historiográficos. Con menos sutileza todavía, otros analistas hablan de éxito español donde antes hablaban de fracaso y hay quienes van más allá y utilizan el concepto de “milagro”, que no es precisamente un término muy

científico. Así podíamos seguir en múltiples vertientes y matices. La secular decadencia —otro de los vocablos fetiche— se difumina y se trueca en modernidad avasalladora. La postración se transforma en vitalidad exultante. Con tantos cambios, no son pocos los informes, reportajes o libros que hablan de la “nueva España”. El rey Juan Carlos, Pedro Almodóvar, Ferran Adrià, Javier Bardem, Calatrava o Nadal son los nuevos representantes de la marca España.

Marca España es precisamente la nueva acuñación para hablar del país fuera de nuestras fronteras. Una “marca” que se reconoce o quiere reconocerse en elementos novedosos, con una clara voluntad de cortar amarres con una historia o una tradición que se ven como un pesado fardo. Nada de volver la vista atrás, nada que recuerde lo que éramos hasta hace bien poco (o, si se prefiere, cómo se nos veía hasta ayer mismo). Ahora somos ricos —algunos dirán maliciosamente “nuevos ricos”— y, como tales, no nos gusta que nos recuerden las miserias del pasado. Soporamos una de las más largas dictaduras del occidente europeo, sí, pero ahora gozamos de libertad. Tanta o más que en cualquier país de nuestro entorno. Algunos no se paran en barras y echan las campanas al vuelo: somos los más modernos de Europa.

Es verdad que, se mire como se mire, el concepto de España, la imagen del país, la identidad española o la caracterización de los españoles, ha sufrido una profunda transformación en los últimos tiempos. No es de extrañar. Los cambios han sido fenomenales, aunque nos falte todavía la perspectiva histórica para calibrarlos en su justa medida. Pero de lo que no cabe duda es que se han producido alteraciones

sustanciales en elementos determinantes de la identidad nacional. Baste pensar que los paradigmas reiteradamente citados de atraso, decadencia, pobreza, ignorancia, fanatismo, opresión, despotismo, religiosidad, anarquía, etc., han sido sustituidos por otros que casi se puede decir que representan los polos opuestos: democracia, libertad, tolerancia, modernidad, tolerancia, laicismo, creatividad, progreso, hedonismo...

¿Es cierto entonces que las pautas de identidad cambian? ¿Cambian las imágenes de las naciones? ¿Cambian también los estereotipos? Por supuesto, las respuestas son afirmativas en los tres casos. ¿Entonces, es falso lo que hemos afirmado en algún momento acerca de la vigencia de tales caracterizaciones? Es aquí donde nos gustaría introducir algunas matizaciones. El estudio de nuestra trayectoria histórica, el aprendizaje del pasado, nos debería alertar sobre la inconveniencia de lanzar las campanas al vuelo con excesiva despreocupación. Hemos alertado, en efecto, acerca de la persistencia de las imágenes nacionales. Como el Guadiana, siguen una vida subterránea cuando parecen que han desaparecido, prestar a reaparecer en el momento más inopinado. El peso del pasado, como hemos dicho. Para lo bueno y para lo malo.

Pese a los cambios, España sigue siendo reconocible para millones de personas en todo el mundo por una serie de rasgos que vienen de los estereotipos anteriores, de la España imperial, la España romántica o la España quijotesca. Incluso en el mejor de los casos, cuando la imagen es francamente positiva, no debe olvidarse que millones de los turistas que anualmente nos visitan identifican el país exclusivamente con el ocio barato, la diversión sin

trabas, la permisividad absoluta, los excesos éticos, las fiestas populares... Dicho de otro modo, la imagen o caracterización de España es buena en ocio, gastronomía, fiestas, diversión, manifestaciones artísticas o creatividad, pero es mala o muy mala en eficiencia, seriedad, rigor, trabajo cotidiano, investigación, ciencia, universidades, empresas, industrias, tecnología, etc. Eso significa que la marca España *vende* bien o muy bien determinados productos pero mal o muy mal otros. Y entre estos otros hay algunos, por no decir muchos, que son los que caracterizan como puntero, avanzado o influyente a un determinado país.

Por eso no tiene sentido contestar en un solo sentido a la pregunta de si es buena o mala la imagen de España en el mundo. Tendríamos que precisar en qué puntos concretos es buena y en qué otros sectores no lo es tanto, o es mejorable o es directamente mala. También depende, obviamente, de cuál sea nuestro baremo. Decir que una caracterización es positiva o negativa implica, cuando menos implícitamente, un contexto y unas comparaciones. Siempre dependerá de quiénes sean nuestros competidores, es decir, en qué nivel queremos estar. También es fundamental la perspectiva diacrónica. Nuestro futuro e incluso nuestro presente ha de ser establecido en relación con nuestro pasado. En este sentido es de justicia reconocer que, sea cual sea la vara de medir, estamos hoy mejor que ayer. La España moderna, democrática, integrada en Europa, pese a todas sus deficiencias, es incomparablemente mejor que la *España diferente* de hace unas pocas décadas.

La identidad se construye con factores heterogéneos, incluso contradictorios. Suelen darse mezclas extrañas. El resultado nunca es unívoco. Para ser con-

cretos y no irnos por consideraciones muy campanudas, piénsese por ejemplo en los símbolos que definen a España. No los símbolos oficiales, naturalmente, el himno, la bandera, los emblemas oficiales, etc., sino los símbolos populares. Mal que nos pese a muchos españoles, el país sigue siendo identificado mayoritariamente, abrumadoramente, con el toro, los toros, la fiesta nacional... España... ¡olé! Los cuernos, las banderillas, el capote, la plaza..., todos los elementos que integran la fiesta por antonomasia, se nos aplican a los españoles y, entre nosotros, forman parte del lenguaje cotidiano.

Después, por otro lado, complementariamente, España es sol y playas, diversión y siesta, paella y sangría, palmas y flamenco. Aunque existe, se ha dejado tradicionalmente en un segundo plano un turismo más selecto, que sea capaz de apreciar y admirar nuestro arte, nuestra cultura y nuestra lengua. Todo esto tiene repercusiones importantes a la hora de valorar al país y de valorarnos a nosotros mismos. La estima y la autoestima son, como hemos apuntado antes, dos caras de la misma moneda.

El español sigue teniendo un problema de autoestima, que se manifiesta en su susceptibilidad ante la crítica foránea y que, en otro orden de cosas, trata de compensar torpemente con un orgullo impostado: "somos lo mejor del mundo", "como aquí en ninguna parte", "nos tienen envidia" y exabruptos similares. El complejo de inferioridad del español no ha desaparecido, del mismo modo que determinados síntomas, como su renuencia a viajar al extranjero o dominar idiomas (¡ay, el fracaso del inglés en nuestra enseñanza!), siguen poniendo de manifiesto que queda mucho camino por recorrer.

Otro factor ha venido a enturbiar los avances conseguidos en los últimos tiempos: el resurgir del particularismo, un viejo mal hispano, ahora como tendencia política centrífuga que reniega del ser español para reivindicar en exclusiva las identidades locales o nacionalidades alternativas (catalán, vasco, gallego). Hoy en día se cuentan por millones los españoles que no quieren serlo o que directamente no se sienten tales. No se trata por tanto tan solo del hecho de que a los españoles les cueste reconocerse en símbolos comunes, sean los oficiales o cualesquiera otros. La cuestión es más grave y profunda: son ya cientos de miles (¿millones quizá?) los que cuestionan o simplemente niegan la identidad española, sobre todo en determinadas zonas con lengua propia distinta al castellano como Cataluña o el territorio vasco.

El paso siguiente lo dan quienes confiesan sentir odio hacia España, concebida nuevamente en las antípodas de madre patria, como madrastra opresora. De entre estos últimos una parte nada despreciable hace alarde de sus sentimientos anti-españoles cada vez que se le presenta la menor ocasión y cada vez con mayor virulencia. Con esos mimbres es difícil esperar de los demás —quiero decir de los foráneos— una estima, una consideración y un respeto en tanto que españoles. Todos los esfuerzos que se han hecho para potenciar una marca España y una imagen renovada de España quedan minados en su base por tales fenómenos. Así las cosas, se comprenderá mejor que nos resistamos a poner punto final a este somero repaso histórico a la identidad española con un tono abiertamente positivo. Es verdad, es mucho lo que se ha conseguido en las últimas décadas pero, como en tantos otros momentos

de nuestra historia, corremos el riesgo de tirarlo todo por la borda.

6.- UN DECÁLOGO A MODO DE CONCLUSIONES

1. No se puede preparar el futuro ni entender el presente sin contar con el pasado. El pasado es un lastre o una renta o, lo que es más frecuente, ambas cosas a la vez.

2. Nos gusten o no, las caracterizaciones nacionales siguen teniendo una importancia fundamental en nuestra época y más en este mundo globalizado. Las simplificaciones y los tópicos son inevitables y en el fondo necesarios para orientarnos.

3. España tiene una imagen fuerte (es decir, claramente diferenciada), tanto para lo bueno (ocio, hedonismo) como para lo malo (chapuza, anarquía).

4. Fuerza y persistencia de los estereotipos: los estereotipos pueden estar latentes o se transforman pero, en la mayor parte de los casos, no mueren del todo. El caso español es paradigmático en este aspecto.

5. Las calificaciones o conceptualizaciones nacionales, como tantas otras cosas, son una cuestión de poder: quien tiene el poder o una posición hegemónica tiene también la posibilidad de crear, transmitir y difundir imágenes de los demás, sean colectivos nacionales o de cualquier otra índole.

6. Las decisiones políticas tienen una importancia fundamental en la acuñación de las estimaciones colectivas, pero no

son las únicas. No hay nunca que minusvalorarlas, pero tampoco se las debe magnificar. A veces los aspectos sociales y culturales pueden ser más importantes. Por poner un ejemplo, piénsese en la imagen de España en determinados ámbitos extranjeros en relación con los animales y el maltrato a estos, desde los toros a las fiestas populares.

7. Es un hecho que España gestiona mal o de modo insuficiente su potencial cultural, su idioma y su presencia en el escenario internacional.

8. Presencia de altibajos cíclicos. Por lo que respecta a las valoraciones recientes, la llamada Transición y los fastos del 92 limpiaron el mal poso de la dictadura franquista. Luego, tras unos años dorados, la crisis económica ha vuelto a empeorar nuestra imagen (recuérdese el acrónimo PIGS).

9. Necesidad de superar la desmesura y los extremismos (en contra de lo que suele decirse y acostumbra a oírse en nuestros lares no somos ni lo mejor ni lo peor del mundo). Necesidad de sustituir los chispazos y arrebatos con el trabajo cotidiano y paso a paso.

10. La valoración foránea es muy dependiente de la valoración propia, como un juego de espejos. La apreciación de España y de los españoles es al mismo tiempo un asunto interior y externo, y ello es así tanto para lo positivo como para lo negativo. Históricamente, las críticas e insidias que han circulado allende nuestras fronteras han tenido su origen entre nosotros. Complementariamente puede decirse, por ejemplo, que no creerán en nosotros si no confiamos en nosotros mismos.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Álvarez Junco, José (coord.): *Las historias de España. Visiones del pasado y construcción de la identidad. Historia de España vol. 12*, Crítica/Marcial Pons, Barcelona, 2013.
- Azaña, Manuel; Ortega y Gasset, José: *Dos visiones de España*, Galaxia Gutenberg, Madrid, 2005.
- Balfour, Sebastian y Quiroga, Alejandro: *España reinventada. Nación e identidad nacional desde la Transición*, Península, Barcelona, 2007.
- Ballester Rodríguez, Mateo: *La identidad española en la Edad Moderna (1556-1665). Discursos, símbolos y mitos*, Tecnos, Madrid, 2010.
- Bergasa, Víctor; Cabañas, Miguel; Lucena Giraldo, Manuel y Murga, Idoia (eds.): *¿Verdades cansadas? Imágenes y estereotipos acerca del mundo hispánico en Europa*, CSIC, Madrid, 2009.
- Boixareu, Mercè y Lefere, Robin (eds.): *La historia de España en la literatura francesa. Una fascinación...*, Castalia, Madrid, 2002.
- Boyd, Carolyn P.: *Historia Patria. Política, historia e identidad nacional en España*, Pomares, Barcelona, 2000.
- Burns Marañón, Tom: *Hispanomanía*. Plaza-Janés, Barcelona, 2000. 2ª ed., ampliada, Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2014.
- Fusi, Juan Pablo: *España. La evolución de la identidad nacional*. Temas de Hoy, Madrid, 2000.
- García Cárcel, Ricardo: *La herencia del pasado. Las memorias históricas de España*, Galaxia Gutenberg/Círculo de lectores, Barcelona, 2011.
- González-Varas, Santiago: *España no es diferente*, Tecnos, Madrid, 2002.
- Kamen, Henry: *Del Imperio a la decadencia. Los mitos que forjaron la España moderna*, Temas de Hoy, Madrid, 2006.
- Marías, Julián: *España inteligible. Razón histórica de las Españas*, Alianza, Madrid, 1985. Nueva ed., Alianza, Madrid, 2014.
- Marías, Julián: *Ser español. Ideas y creencias en el mundo hispánico*, Planeta, Barcelona, 2000.
- Morales Moya, Antonio; Fusi Aizpurúa, Juan Pablo; Blas Guerrero, Andrés de (eds.): *Historia de la nación y del nacionalismo español*, Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores, Barcelona, 2013.
- Moreno Luzón, Javier y Núñez Seixas, Xosé M. (eds.): *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*, RBA, Barcelona, 2013.
- Noya, Javier: *La imagen de España en el exterior. Estado de la cuestión*, Real Instituto Elcano, Madrid, 2002.

Noya, Javier: *Visiones del exterior*, Tecnos, Madrid, 2012.

Núñez Florencio, Rafael: *Sol y Sangre. La imagen de España en el mundo*, Espasa Calpe, Madrid, 2001.

Palacio Atard, Vicente (ed.): *De Hispania a España. El nombre y el concepto a través de los siglos*, Temas de Hoy, Madrid, 2005.

Schulze Schneider, Ingrid: *La leyenda negra de España. Propaganda en la guerra de Flandes (1566-1584)*, Complutense, Madrid, 2008.

Schubert, Adrian: *A las cinco de la tarde. Una historia social del toreo*, Turner, Madrid, 2002.

Townson, Nigel (ed.): *¿Es España diferente? Una mirada comparativa (siglos XIX y XX)*, Taurus, Madrid, 2010.

Vega Cernuda, M. A. y Wegener, H. (eds.): *España y Alemania. Percepciones mutuas de cinco siglos de historia*, Complutense, Madrid, 2002.

Villanueva, Jesús: *Leyenda negra. Una polémica nacionalista en la España del siglo XX*, Los Libros de la Catarata, Madrid, 2011.

