

www.elboomeran.com

LA MIRADA DEL OTRO



José Varela Ortega, Fernando R. Lafuente
y Andrea Donofrio (eds.)

LA MIRADA DEL OTRO

La imagen de España, ayer y hoy



fórcola
Señales

Señales

Director de la colección: Javier Fórcola

Diseño de cubierta: Silvano Gozzer

Diseño de maqueta y corrección: Susana Pulido

Producción: Teresa Alba

El presente volumen ha contado con la colaboración de la Secretaría de Estado de Comercio y el apoyo de ICEX.

Detalle de cubierta: «Quijote sobre ruedas», Damián Flores, 2016

© Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón, 2016

© José Varela Ortega, Fernando R. Lafuente y Andrea Donofrio (eds.), 2016

© De la traducción del texto de Joseph Pérez, Amelia Pérez de Villar, 2016

© Fórcola Ediciones, 2016

c/ Querol, 4 – 28033 Madrid

www.forcolaediciones.com

Depósito legal: M-42011-2016

ISBN: 978-84-16247-80-6

Imprime: Sclay Print, S. A.

Encuadernación: José Luis Sanz García, S. L.

Impreso en España, CEE. Printed in Spain

I. IMAGEN Y ESTEREOTIPOS

Introducción, por Fernando R. Lafuente 9

II. HISTORIA DEL ESTEREOTIPO ESPAÑOL

Formación, etapas y variantes del estereotipo de España en el pensamiento occidental, por José Varela Ortega 15

Living nations, dying nations. De la decadencia a la degeneración (1870-1900), por Rafael Núñez Florencio 45

El hechizo de España. La imagen romántica y emocional o la construcción del español apasionado (1790-1860), por José Varela Ortega 67

L'Espagne éternelle. La huella de los románticos franceses en la prensa francesa durante la Guerra Civil española, por Andrea Fernández-Montesinos Gurruchaga 95

No más piedras sobre nuestro propio tejado. La normalización de la imagen de España, por Manuel Lucena Giraldo 109

III. CULTURA E IMAGEN DE ESPAÑA

Hispanismo y literaturas extranjeras. Antropología, por José María Pozuelo Yvancos 121

La pintura española y la imagen de España en Europa, por María de los Santos García-Felguera 139

«... y al loro». Consideraciones fragmentarias sobre el arte y la cultura entre la Movida y la «indignación», por Fernando Castro Flórez 153

IV. TURISMO E IMAGEN DE ESPAÑA

La España querida y la España inventada: viajeros y turistas en la España contemporánea, por Carolina Rodríguez-López 175

V. LA IMAGEN DE ESPAÑA EN EL MUNDO

La mirada inglesa, por Hugh Thomas	191
¿Aún se puede ser hispanista en 2015?, por Joseph Pérez	201
España vista desde Francia en la época moderna, por Bartolomé Bennassar	209
España (y los españoles) vista por los italianos: España en el corazón, por Mercedes Monmany	219
La imagen de España en China y Japón, por José Pazó Espinosa	235
«Es la historia de un amor...»: La presencia de España en Israel, por Ruth Fine	255
De cómo el Oriente musulmán ha contemplado la España contemporánea, por Víctor Morales Lezcano	269

VI. LA IMAGEN ECONÓMICA DE ESPAÑA

Apertura, estabilidad, negociación: un triángulo virtuoso para la economía en democracia, por José Luis García Delgado	301
Arquitectura e imagen de España en el exterior, por Carmen Serrano de Haro Martínez	311
Un país enamorado del fútbol, por Alfredo Relaño	329
La cocina española rompe fronteras, por Carlos Maribona	349
Los medios de comunicación en España: situación y perspectiva, por Andrea Donofrio y Ángel L. Rubio Moraga	361
La proyección internacional del cine español, por Emilio C. García Fernández	381
BIBLIOGRAFÍA	395
NOTAS	401
ÍNDICE ONOMÁSTICO	415

I. IMAGEN Y ESTEREOTIPOS

Corría el año 1992 cuando desde la Fundación José Ortega y Gasset (hoy Fundación José Ortega y Gasset-Gregorio Marañón), y por iniciativa del historiador José Varela Ortega, se organizaron una serie de seminarios y encuentros, diálogos y conferencias, bajo el título de *La mirada del otro. La imagen de España en el extranjero*. Comenzaba así un largo camino de estudio, reflexión y análisis histórico y presente. Estos seminarios y simposios fueron patrocinados por el Banco Santander en el Pabellón de España de la Exposición Universal que se celebró ese mismo año en Sevilla. Exposición que, junto a las Olimpiadas de Barcelona, constituyó si no un cambio radical en el proceso de modernización que, hacía ya años, había emprendido la sociedad española, sí supuso un punto de inflexión en la imagen de España y en su proyección en el exterior. En aquellos encuentros se contó con académicos, intelectuales, periodistas de primer nivel, conocedores y comunicadores de excepción que trataron los muy diversos asuntos que comprende lo que hemos dado en llamar «la imagen de España en el exterior». O, mejor, «la mirada del otro», un título –conviene precisarlo– muy repetido desde entonces, pero que ya había encabezado el curso que, sobre este tema, impartió el profesor Varela en 1987 en el Instituto Di Tella de Buenos Aires, haciéndose eco de una expresión que, por entonces, escuchó a Emilio Lamo de Espinosa –que sepamos, el primero que utilizó tal titular.

Es decir, ¿cómo se contempla España por ahí afuera? Y para entenderlo mejor, viajar en el tiempo y desentrañar los pasajes ignorados o desconocidos de ese formidable trayecto en el tiempo, ¿cómo se vio España a través de los siglos? Entre otros, cabe

destacar la presencia por aquellos días sevillanos de Carlos García Gual que trató, con la solvencia a la que nos tiene acostumbrados, sobre un estereotipo recurrente y la imagen de España en la Antigüedad; Francisco Javier Faci se adentró, con maestría y difícil ecuanimidad, en los recovecos de la imagen de España en las centurias medievales, tan polémicas para anteriores generaciones; María Victoria López Cordón presentó una ponencia espectacular y sabia sobre la proyección de los estereotipos españoles en la Europa moderna; continuaba Ana Guerrero con la visión crítica de los *philosophes* del siglo XVIII, un tema central en este largo proceso en la fabricación de la imagen de España. Más tarde, Vicente Cacho Viu –el que fuera gran maestro sobre aquella época– estudiaba el impacto que significó el fin de siglo XIX para España, tras la pérdida de sus últimas posesiones ultramarinas; tanto Enric Ucelay-Da Cal como Javier Tusell describían, de forma original y estimulante, los pormenores de la proyección internacional de España en los años de la Guerra Civil (1936-1939); y concluía Charles Powell –autor de un libro clásico sobre el período– con los bienaventurados años de la denominada Transición política de la dictadura a la democracia. Este apartado de reflexión histórica se completaba con las diversas visiones que de España se tenían, en aquel preciso momento de 1992, desde Inglaterra, a cargo de Raymond Carr, Tom Burns Marañón, David Mitchell, David Searl; Extremo Oriente, con sendas presentaciones de Noritaka Fukushima y Tatiana Fisac, y la imagen turística, aspecto esencial, que expuso Hervé Poutet, un clásico del tema. Román Gubern abordó el fascinante apartado de cómo el cine, de manera particular el hollywoodiense, había presentado a España ante millones de espectadores de todo el mundo, entre otras colaboraciones.

Desde entonces, las transformaciones de la imagen de España en el exterior, y la mirada del otro, han sufrido una serie incontable de variaciones, en función de la situación política, económica y cultural no sólo de la propia España sino del decurso internacional. El presente volumen –que ha contado con la colaboración de la Secretaría de Estado de Comercio y el apoyo de ICEX– se remite, por razones obvias de espacio y utilidad, a la secuencia contemporánea comenzada en el siglo XIX y su deriva posterior,

sin que por ello renunciemos en la Fundación a dar salida a las excelentes ponencias que en este tomo se nos han quedado en el tintero. Los autores han hecho hincapié en la actualidad, procurando conservar la referencia de los trabajos ya realizados en 1992. No se trata de una mera adecuación al presente, sino de una reflexión que se enmarca tanto en el cuadro histórico como en los días presentes. Ello revela una doble intención: contextualizar de dónde se viene, dónde se está y hacia dónde deben dirigirse los trabajos encaminados a lograr que «la mirada del otro» se adecue a la realidad de hoy en España, sin ignorar estereotipos pero salvando tópicos y lugares comunes.

Inevitablemente, en un libro de estas características la parte histórica se ha reducido a lo imprescindible: que ya es bastante, porque, como nos decía Enric Ucelay-Da Cal en aquellas jornadas sevillanas de 1992 –y decía bien–, vivimos abrumados por una indeleble y repetida colección de «cromos históricos». Pues la imagen de España en el exterior ni es una pintoresca entelequia ni una precipitada reinención, en la medida en que España forma parte de un restringido grupo de naciones que ha generado una fuerte y marcada imagen en su dilatada historia: tiene –escribió José Carlos Mainer hace tiempo– «ese privilegio y esa condena». El tópico español, que ocupa un lugar preferente en la cultura occidental, ha combinado, hasta anteaer, el folclore tradicional, los restos borrosos de la memoria histórica y diversas peculiaridades recientes surgidas del proceso de modernización emprendido en las últimas décadas.

Tras el final de la profunda anomalía histórica que fue la dictadura franquista, la consolidación de la monarquía parlamentaria resultó un modelo de éxito de una nación. El proceso de la Transición política española retomaría una tradición ocultada de comportamientos cívicos. Y ésa es la tradición que debe conjugarse con la actual realidad en la proyección internacional de la imagen de España.

¿Se corresponde esa realidad española con la imagen que se percibe, o se sospecha, en el exterior? La imagen que el conjunto de la nación proyecte en el exterior no sólo es esencial sino decisiva de cara a su posición en el mundo.

Valga sólo un dato: la inversión española en el exterior en estos últimos años se ha multiplicado por veinticinco. España ha pasado de ser una nación que salía más allá de sus fronteras para buscar inversores que se instalaran aquí, a ser una nación que sale al exterior para instalar sus inversiones allí. La transformación, además de extraordinaria, constituye un camino sin retorno en cuanto a la imagen que de España se tenga por las anchas y ajenas tierras. Los datos sobre la expansión de la lengua española confirman el momento especial.

La nueva imagen de España, la del umbral del siglo XXI, ha de servir de soporte de los activos y la acción española en el exterior. Así, esa imagen en los círculos culturales, políticos y económicos no será ya sólo una referencia intelectual sino un activo –o un pasivo– en el balance final del peso de España en el mundo. La imagen que de una determinada nación se tiene en el exterior también es tangible y puede evaluarse con mayor o menor presencia en los foros internacionales, no estrictamente políticos, y constituye una marca genérica que define y se extiende a un universo, casi infinito, de actividades. Y para coda, un anhelo: lo cabal es que todas estas acciones se coordinen bajo un interés común, que, además, es general.