

La nacionalización en España. Una propuesta teórica

*Alejandro Quiroga**

Universidad de Alcalá de Henares

Resumen: El artículo plantea un modelo teórico para el análisis de los procesos de nacionalización en España. El texto está dividido en tres secciones. La primera presenta la nacionalización como un proceso de transmisión de identidades que integra unos mensajes (las narrativas de nación), unos canales (las instituciones de nación) y unos receptores (los individuos nacionales). La segunda parte propone el estudio de los procesos de transmisión de identidades en tres espacios de nacionalización: la esfera pública, la esfera semipública y la esfera privada. El último apartado es una mirada a ras de suelo al proceso de nacionalización, donde se analizan los mecanismos de adquisición y reproducción de identidades nacionales en el ámbito de lo cotidiano.

Palabras clave: nacionalismo, teoría, nacionalización, España, identidades nacionales, narrativa.

Abstract: This article sets out a theoretical model for the study of nationalization in Spain. The paper is divided into three sections. The first part shows nationalization as a process of identity transmission that includes messages (national narratives), channels (national agencies) and recipients (national individuals). The second part of the article explores the transmission of national identities at three different nationalization levels, namely the public, the semi-public and the pri-

* Este trabajo está enmarcado en dos proyectos de investigación: «La nación desde la raíz. Nacionalismo español y sociedad civil en el siglo xx», HAR2012-37963-C02-01, y «La restauración social católica en el primer franquismo», HAR2011-29383-C02-01.

vate spheres. The last section deals with the process of nationalization from below, focusing on the acquisition and reproduction of national identities on a daily basis.

Keywords: nationalism, theory, nationalization, Spain, national identities, narrative.

Introducción

En uno de los capítulos de su novela *Trampa 22*, Joseph Heller narra una conversación entre un joven militar estadounidense y un anciano en un burdel italiano durante los últimos meses de la Segunda Guerra Mundial. Frente a la arrogancia del joven, que alardea de la riqueza de su país y del valor de los soldados norteamericanos, el anciano le pregunta cuánto tiempo cree que van a existir los Estados Unidos. Al fin y al cabo, Persia, Grecia, Roma y España tuvieron sus años de gloria para luego ser destruidos y ninguno estuvo en la Tierra más de los 500 millones de años que las ranas llevan sobre el planeta. Atónito, el joven responde que quizás los Estados Unidos no duren para siempre, ni siquiera tanto como las ranas, pero que es algo por lo que merece la pena morir. El anciano le rebate diciéndole que los países son simplemente «pedazos de tierra rodeados de fronteras artificiales en la mayoría de los casos» y que no hay nación por la que merezca la pena morir¹. Además, añade el italiano, si hay más de cincuenta países involucrados en la guerra parece claro que no puede merecer la pena morir por todos estos países. Alguien se tiene que estar equivocado en su ardor nacionalista.

Lo que planteaba Heller con buenas dosis de humor en este capítulo de su novela era la temporalidad y la artificialidad de las naciones en una fecha tan temprana como 1961, cuando publicó por primera vez *Trampa 22*. Hoy en día muy pocos estudiosos discuten el carácter artificial y temporal de las naciones, así como la naturaleza adquirida, aprehendida, de las identidades nacionales. Parece claro que los individuos no nacen con unas identidades nacionales determinadas sino que las adquieren, junto con otro tipo de identidades, a lo largo de sus vidas. Los individuos se «nacionalizan» en

¹ Cito de la versión en inglés, Joseph HELLER: *Catch 22*, Londres, Vintage, 1994 (1961), p. 283.

tanto en cuanto incorporan la nación como parte de su identidad, y lo hacen mediante complejos procesos históricos en los cuales las identidades nacionales se crean, transmiten y transforman en diversos ámbitos sociales.

En este artículo pretendemos esbozar un modelo teórico para el análisis de los procesos de nacionalización en España desde la perspectiva histórica. El artículo está dividido en tres secciones. La primera define el objeto de estudio y presenta la nacionalización como un proceso de transmisión de identidades que integra unos mensajes, «las narrativas de nación»; unos canales, las «instituciones de nación», y unos receptores, los «individuos nacionales». La segunda parte del texto propone el estudio de los procesos de transmisión de identidades en tres espacios de nacionalización: la esfera pública oficial, la esfera semipública y la esfera privada. El último apartado del artículo es una mirada a ras de suelo al proceso de nacionalización y recoge una serie de reflexiones sobre los mecanismos de adquisición y reproducción de identidades nacionales a nivel individual en el ámbito de lo cotidiano.

Mensajes, canales y receptores

El objeto de estudio del proceso de nacionalización de masas es la creación, transmisión y asimilación del concepto de nación y las ideas asociadas a éste. En nuestro caso de análisis particular, el objeto de estudio es la creación, transmisión y asimilación de las identidades nacionales españolas y subestatales en España. Partimos aquí de un concepto de nación como narración, es decir, como un conjunto de metáforas e imágenes que se producen y reproducen en el ámbito discursivo. Este conjunto de metáforas e imágenes se fue configurando desde finales del siglo XVIII en distintas narrativas maestras que elaboraron un pasado nacional para distintos territorios y comunidades políticas en toda Europa². Estas narrativas maestras nacionales fueron a su vez simplificadas y diseminadas por medio de libros de texto, prensa, literatura y pintura, entre otros, en escuelas, bares, museos, clubes y hogares du-

² Stefan BERGER: «The Power of National Past: Writing National History in Nineteenth- and Twentieth- Century Europe», en Stefan BERGER (ed.): *Writing the Nation. A Global Perspective*, Basingstoke, Palgrave, Macmillan, 2007, pp. 30-62.

rante el siglo XIX. A éstos se les vinieron a sumar la radio, el cine y la televisión, entre otros medios de transmisión de narrativas nacionales, en el siglo XX³. En España, los historiadores ilustrados fueron los primeros en crear una narrativa nacional moderna que posteriormente fue reelaborada y propagada por los liberales a principios del siglo XIX⁴. A partir de entonces las diversas ideas de nación española se desarrollan en continua dialéctica con varios «otros», tanto externos (francés, inglés, marroquí...) como internos (carlistas, liberales, republicanos, nacionalistas cubanos, catalanes, vascos...)⁵. Se trata de estudiar las ideas de España en relación con los diversos «otros» para entender los procesos de construcción discursiva de las identidades nacionales.

En primer lugar, nos centramos en el análisis del uso de las ideas de España como nación. Entendemos aquí que el lenguaje y los símbolos de la nación, el discurso nacional si se quiere, modela la conciencia nacional de aquellos individuos que hablan, escuchan y visualizan este tipo de lenguaje y simbolismo. La participación en un discurso nacional, como emisor y como receptor, crea una identidad nacional, de la misma manera que el lenguaje de clase genera una conciencia política y social de clase entre los grupos que comparten ese lenguaje⁶. Se trata, por lo tanto, de estudiar el vocabu-

³ Stefan BERGER: «Introduction. Narrating the Nation. Historiography and other Genres», en Stefan BERGER, Linas ERIKSONAS y Andrew MYCOCK (eds.): *Narrating the Nation. Representations in History, Media and the Arts*, Nueva York, Bergham, 2011, pp. 1-16.

⁴ Javier FERNÁNDEZ SEBASTIÁN: «Provincia y Nación en el discurso político del primer liberalismo. Una aproximación desde la historia conceptual», en Carlos FORCADELL y M.^a Cruz ROMEO: *Provincia y Nación. Territorios del liberalismo*, Zaragoza, Institución «Fernando el Católico», 2006, pp. 11-47, y Pedro RUIZ TORRES: «La historia del primer nacionalismo español: Martínez Marina y la Real Academia de la Historia», en Ismael SAZ y Ferran ARCHILÉS (eds.): *Estudios sobre nacionalismo y nación en la España contemporánea*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2011, pp. 19-53.

⁵ Varios ejemplos del papel de los «otros», internos y externos, en la formación de la identidad nacional española en Xosé M. NÚÑEZ SEIXAS y Francisco SEVILLANO CALERO: *Los enemigos de España. Imagen del otro, conflictos bélicos y disputas nacionales (siglos XVI-XX)*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2010.

⁶ Ruth WODAK et al.: *The Discursive Construction of National Identity*, Edimburgo, Edinburgh University Press, 1999. La construcción de la identidad regional a través del lenguaje en Pierre BOURDIEU: *Language and Symbolic Power*, Cambridge, Massachusetts, Polity Press, 1991, pp. 220-228. Para el caso de la creación de una conciencia de clase por medio del lenguaje, Thomas CHILDERS: «The Social Lan-

lario y los símbolos referentes a la nación española no sólo como reflejos de una identidad nacional preexistente, sino como creadores de esa misma identidad española. Porque es mediante el análisis del lenguaje cotidiano y sus símbolos como podemos delinear las conciencias nacionales de los españoles, conciencias nacionales que, conviene recordar, han sido variadas, han ido cambiando y han respondido históricamente a muy diversas ideas de España. Esta pluralidad de conciencias nacionales españolas no deja de ser, además, un producto de los múltiples discursos de España y sobre España generados en los dos últimos siglos. Y esta variedad de discursos, por su parte, es reflejo de la fortaleza de la difusión social de la identidad española en los siglos XIX y XX, y no de su debilidad como sostenían los defensores de la tesis de la débil nacionalización⁷.

Ahora bien, no todo es narración y lenguaje en los procesos de nacionalización. El análisis de las instituciones propagadoras de esa narrativa maestra de la nación tiene que formar parte de un estudio integrado de la nacionalización en España. El funcionamiento de las instituciones oficiales (sistema educativo, servicio militar, transportes públicos, administración del Estado...) y de determinadas instituciones privadas (como partidos políticos, sindicatos, Iglesia católica y asociaciones culturales, por citar unas cuantas) es determinante a la hora de transmitir, reproducir y modificar las diversas narrativas de la nación. Porque vinculada a la construcción del Estado moderno en toda Europa estuvo la aparición de instituciones «nacionales», ya fueran éstas públicas o privadas. Y ligado al surgimiento de estas instituciones nacionales emergió un «público nacional», con su opinión pública nacional, su prensa nacional y su ámbito cultural y de espectáculos nacional⁸. La mayor o menor efectividad de las agencias oficiales y privadas a la hora de transmitir una identidad sigue siendo un elemento importante, en tanto en cuanto determina en muchos aspectos hasta qué punto los persona-

guage of Politics in Germany: The Sociology of Political Discourse in the Weimar Republic», *The American Historical Review*, vol. 95, 2 (1990), pp. 331-358.

⁷ Carlos FORCADELL, Pilar SALOMÓN e Ismael SAZ: «Presentación», en Carlos FORCADELL, Pilar SALOMÓN e Ismael SAZ (eds.): *Discursos de España en el siglo XX*, Valencia, Publicacions Universitat de València, 2009, p. 12.

⁸ Geoffrey ELEY y Ronald G. SUNY: «Introduction: From the Moment of Social History to the Work of Cultural Representation», en Geoffrey ELEY y Ronald G. SUNY (eds.): *Becoming National: A Reader*, Oxford, Oxford University Press, 1996, p. 9.

jes que viven en esa comunidad imaginada llamada nación están nacionalizados y cómo lo están.

No queremos proponer con esto un estudio de la nacionalización en España centrado únicamente en las instituciones transmisoras y recreadoras de identidad nacional. Junto al mensaje —la «narrativa de la nación»— y los canales de comunicación —las «instituciones nacionales»—, debemos tener en cuenta al receptor, el «individuo nacional». Un análisis completo de los procesos de nacionalización debe abarcar la experiencia personal de los sujetos. Debemos centrarnos aquí en rastrear lo que Ferran Archilés ha denominado «experiencias de nación», es decir, las vivencias por las cuales un individuo adquiere una identidad nacional, ya sea en casa leyendo una novela histórica, en unas vacaciones con la familia o en el colegio durante una clase de geografía⁹. Porque es en el ámbito del sujeto donde se experimentan las identidades nacionales. El individuo es el receptor del mensaje nacional y, como tal, decodifica y conforma su significado¹⁰. Así, el individuo no es un mero sujeto pasivo sometido a un mensaje radiado desde las altas esferas y desvinculado de la realidad de su experiencia, sino que desempeña un papel autónomo a la hora de dar sentido a su identidad nacional.

Para poder llevar a cabo un análisis en el que seamos capaces de integrar el mensaje —«la narrativa de nación»—, los canales —las «instituciones de nación»— y el receptor —el «individuo nacional»— a lo largo de un número considerable de años necesitamos estudiar un colectivo relativamente pequeño. La ventaja del estudio de una pequeña comunidad es doble. Por un lado, como proponen los historiadores del denominado «giro local», es en el espacio local donde la nación se hace presente para los ciudadanos por medio de canales de nacionalización como la escuela, el ayuntamiento, la oficina de correos, el casino, la sede del partido o la parroquia. La nación llega a los individuos mediada por las institu-

⁹ Para las «experiencias de nación», Ferran ARCHILÉS: «¿Experiencias de nación? Nacionalización e identidades en la España restauracionista», en Javier MORENO (ed.): *Construir España. Nacionalismo español y procesos de nacionalización*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2007, pp. 127-151, e íd., «Vivir la comunidad imaginada. Nacionalismo español e identidades en la España de la Restauración», *Historia de la Educación*, 27 (2008), pp. 57-85.

¹⁰ Stuart HALL: «Encoding/Decoding», en Stuart HALL *et al.* (eds.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, Londres, Routledge, 1980, pp. 128-138.

ciones locales y ese proceso de intermediación la hace más cercana a los ciudadanos¹¹. Junto a su labor mediadora, lo local también proporciona el marco para que se desarrolle un conjunto de prácticas que están directamente vinculadas con la reproducción de la identidad nacional¹². Nos referimos a prácticas políticas y culturales que se realizan en el ámbito local, como votar en unas elecciones generales o ir al cine a ver una película española, pero que remiten a un marco nacional. En este sentido, lo local no sólo es el depositario intermediado de lo nacional, sino que se convierte en el espacio generador de identidad nacional.

Es quizás en el ámbito de la microhistoria donde mejor podemos analizar la nacionalización de masas. En el modelo que proponemos a continuación, el seguimiento de la transmisión de identidades se puede hacer con mayor precisión si el marco de estudio es un pueblo o un barrio. Concebimos aquí la historia local como un modo de hacer «historia total» o, al menos, «historia total» de los procesos de creación, transmisión y asimilación identitaria. El pueblo o el barrio se analizan como espacios en los que podemos vincular lo local con lo nacional, con lo regional y con lo provincial, a la vez que nos permiten adentrarnos en el día a día de la comunidad estudiada y las interacciones horizontales de sus miembros.

¹¹ Umut ÖZKIRIMLI: *Contemporary Debates on Nationalism. A Critical Engagement*, Basingstoke, Palgrave MacMillan, 2005, pp. 49-50. Para el vínculo entre la construcción de identidades locales, regionales y nacionales en España, Ferran ARCHILÉS: «La construcción de la región con a mecanismo nacionalizador i la tesi de la débil nacionalització espanyola», *Afers*, 48 (2004), pp. 265-308; Manuel J. MARTÍ y M.ª Cruz ROMEO: «El juego de los espejos o la ambivalente relación del territorio y la nación», en Carlos FORCADELL y M.ª Cruz ROMEO (eds.): *Provincia y Nación...*, pp. 51-72; Ángel DUARTE: «El municipio republicano: sostén de la democracia y refugio en la tempestad (Algunas consideraciones catalanas yampurdanesas)», en Carlos FORCADELL y M.ª Cruz ROMEO (eds.): *Provincia y Nación...*, pp. 101-119, y Luis CASTELLS: «Celebremos lo local, celebremos lo nacional. (La política estatutaria en el País Vasco, 1860-1923)», en Mariano ESTEBAN DE VEGA y M.ª Dolores DE LA CALLE VELASCO (eds.): *Procesos de nacionalización en la España contemporánea*, Salamanca, Ediciones de la Universidad de Salamanca, 2011, pp. 355-378.

¹² Alon CONFINO y Ajay SAKARIA: «The Local Life of Nationhood», *National Identities*, vol. 4, 1 (2002), pp. 9-10. Los estudios pioneros en el caso español son los de Manuel J. MARTÍ y Ferran ARCHILÉS: «La construcción de la nación española durante el siglo XIX: logros y límites de la asimilación en el caso valenciano», *Ayer*, 55 (1999), pp. 171-190, y Ferran ARCHILÉS: «Una nacionalización no tan débil: patriotismo local y republicanismo en Castellón (1891-1910)», *Ayer*, 48 (2002), pp. 283-314.

bros¹³. Se trata, en definitiva, de minimizar el campo de estudio para poder seguir los procesos de transmisión y recepción de identidades a nivel estatal, local e individual.

Las tres esferas de la nacionalización

Para estudiar los procesos de transmisión de identidades proponemos el análisis de tres espacios de nacionalización: la esfera pública oficial, la esfera semipública y la esfera privada¹⁴. La *esfera pública oficial* es aquella en la que actúan las instituciones oficiales, ya sean estatales, regionales, provinciales o municipales. Estas agencias nacionalizadoras son la escuela, el servicio militar y los diversos servicios de funcionarios, como correos, el sistema judicial o los transportes públicos. Estos funcionarios son los encargados de transmitir la idea oficial de nación, tanto en un aula contando una determinada versión de la historia de España, como en la plaza del pueblo celebrando el Día de la Hispanidad. Esta esfera pública oficial es la que ocupa la mayoría del análisis del clásico de Eugen Weber *Peasants into Frenchmen* y responde a un esquema descendente, de «arriba abajo»¹⁵. No obstante, también hay que tener en cuenta que las ideas de España transmitidas en esta esfera oficial cambian con el tiempo y los agentes locales que tienen que transmitir la idea oficial de nación tienen un margen para la adaptación de ésta a la realidad de la comunidad a la que se le trasmite el mensaje. Es decir, no sólo la historia de España enseñada en las escuelas varía según el periodo y el tipo de escuela, sino que, además, el temario elaborado por el ministerio o la consejería de educación de turno es parcialmente adaptado por los maestros a la hora de ponerlo en práctica en sus localidades, lo que constituye un proceso de «negociación» de identidades entre el funcionario y la población local¹⁶.

¹³ Deborah NEILL y Lisa M. TODD: «Local History as Total History», *German History*, vol. 20, 3 (2002), pp. 373-378.

¹⁴ Algunas de las ideas expuestas a continuación sobre las tres esferas de la nacionalización y el consumo de la nación las he tratado con anterioridad en Alejandro QUIROGA: «Les tres esferes. Cap a un model de la nacionalització a Espanya», *Segle XX. Revista catalana d'història*, 4 (2011), pp. 145-162.

¹⁵ Eugen WEBER: *Peasants into Frenchmen. The Modernization of Rural France, 1870-1914*, Stanford, Stanford University Press, 2007 (1976).

¹⁶ Los diversos modelos de historia de España en los siglos XIX y XX en Carolyn

La *esfera semipública* es aquella en la que actúan instituciones privadas en espacios públicos. Nos referimos a partidos políticos, sindicatos, asociaciones culturales, grupos deportivos e instituciones religiosas¹⁷. Se trata de agentes fundamentales en el proceso de nacionalización, ya que pueden reproducir el discurso oficial pero también crear espacios de sociabilidad distintos a los oficiales, donde se transmiten identidades nacionales muy diversas y en ocasiones abiertamente enfrentadas a las oficiales. Las instituciones que operan en la esfera semipública, además, vinculan la adquisición de identidades nacionales a procesos de politización y de adquisición de identidades, culturales, religiosas o deportivas. En muchos casos, la intensidad del proceso de nacionalización depende más del nivel de politización de estas agencias de sociabilidad no oficiales que del buen funcionamiento de las agencias estatales. Si hay instituciones alternativas que son capaces de crear y reproducir otra idea de nación con sus mitos, sus ritos y su iconografía, entonces la fortaleza de las instituciones estatales es secundaria para el proceso de nacionalización. El caso del carlismo es significativo: si la idea de nación se reproduce en la parroquia, en los espacios de sociabilidad cultural, en las procesiones y en la prensa, entonces se puede crear una identidad nacional española antiliberal abiertamente contraria a la que promovían las instituciones estatales liberales¹⁸.

Las instituciones culturales y laborales en la esfera semipública se convierten en un espacio de nacionalización alternativo funda-

BOYD: *Historia patria. Politics, History and National Identity in Spain, 1875-1975*, Nueva Jersey, Princeton University Press, 1997, y María del Mar del POZO ANDRÉS: *Curriculum e identidad nacional. Regeneracionismos, nacionalismos y escuela pública (1890-1939)*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2000. Los procesos de adaptación de mensaje oficial y de negociación de identidades entre funcionarios y población local en Mary Kay VAUGHAN: *Cultural Politics in Revolution. Teachers, Peasants, and Schools in Mexico, 1930-1940*, Tucson, University of Arizona Press, 1997. Los límites de la acción nacionalizadora estatal en educación en Lauren BROCKLISS y Nicola SHELDON: *Mass Education and the Limits of State Building, c. 1870-1930*, Basingstoke, Palgrave-Macmillan, 2012.

¹⁷ Como estudió George Mosse para el caso de Alemania en su clásico *The Nationalization of the Masses. Political Symbolism and Mass Movements in Germany from the Napoleonic Wars through the Third Reich*, Ithaca, Cornell University Press, 1991 (1975).

¹⁸ Jordi CANAL: *El carlismo. Dos siglos de contrarrevolución en España*, Madrid, Alianza Editorial, 2000, y Ander DELGADO: *La otra Bizkaia. Política en un entorno rural durante la Restauración (1890-1923)*, Bilbao, UPV, 2008.

mental, en particular durante periodos dictatoriales. Cuando la promoción pública de otras ideas de España y de otras naciones distintas a la española se prohíbe y el régimen dictatorial ocupa todos los mecanismos oficiales de transmisión de identidad nacional, los procesos de nacionalización alternativos se producen en instituciones privadas. En los últimos años del franquismo, por ejemplo, ciertos espacios de convivencia cotidiana, como las fábricas, los bares, las peñas, las cooperativas y los locales de las asociaciones de vecinos, se convirtieron en lugares en los que se fue generando una identidad colectiva democrática. En estos espacios de micro-movilización cotidiana, los españoles fueron creando una interpretación colectiva de los acontecimientos y adquiriendo una percepción generalizada de las injusticias creadas por el régimen. Además, a medida que aumentaron los conflictos sociales y con éstos la represión de la dictadura, esta identidad colectiva antifranquista se fue agudizando entre la población¹⁹.

Las mismas instituciones privadas actuando en la esfera semi-pública sirvieron como instrumentos de reproducción y propagación de identidades alternativas a la española. Cabe aquí recordar el papel de la Iglesia católica, las asociaciones de montañismo y el F. C. Barcelona como instrumentos diversos pero importantes en la transmisión de una identidad catalanista durante la dictadura de Primo de Rivera. De un modo parecido, durante el tardofranquismo, las asociaciones culturales para la promoción del idioma y el folclore catalán actuaron como instrumentos de nacionalización en unos ambientes represivos que no dejaban espacio para la disidencia política²⁰. En Euskadi, fueron las asociaciones de vecinos, los clubes de montañismo y los grupos parroquiales las instituciones encargadas de la transmisión y reproducción del nacionalismo vasco en los años sesenta y setenta del siglo pasado²¹.

¹⁹ Óscar J. MARTÍN GARCÍA: *A tientas con la democracia. Movilización y cambio político en la provincia de Albacete, 1966-1977*, Madrid, Catarata, 2008; Xavier DOMÈNECH: *Clase obrera, antifranquismo y cambio político: pequeños grandes cambios, 1959-1969*, Madrid, Catarata, 2008, y Pamela RADCLIFF: *Making Democratic Citizens in Spain: Civil Society and the Popular Origins of the Democratic Transition, 1960-1978*, Basingstoke, Palgrave-Macmillan, 2011.

²⁰ Xosé M. NÚÑEZ SEIXAS: «Nuevos y viejos nacionalistas: El renacimiento de la cuestión territorial en el tardofranquismo, 1960-1975», *Ayer*, 72 (2008), pp. 59-87.

²¹ Alfonso PÉREZ-AGOTE: *The Social Roots of Basque Nationalism*, Reno, University of Nevada Press, 2006.

La *esfera privada* abarca el entorno familiar y de las amistades del individuo. En este ámbito, los individuos adquieren una identidad nacional por medio de los denominados «instrumentos de personalización de la nación», es decir, canales de comunicación por los cuales las personas se van creando una idea de lo que es la nación. Estos «instrumentos de personalización de la nación» se dan mayoritariamente en la infancia y la juventud de los individuos y no todos ellos pertenecen a la esfera privada, también los hay que actúan en las esferas públicas y semipúblicas. Como ha señalado Fernando Molina, los «instrumentos de personalización de la nación» nos remiten a una serie de experiencias directas (excursiones escolares y familiares, vacaciones y episodios de ocio) e indirectas (asimilación de los significados oficiales y familiares concedidos en una determinada cultura al paisaje a través de la geografía, la literatura y las artes plásticas) que actúan como forjadores de la lealtad nacional²². De un modo complementario, la narración de la nación en el ámbito familiar ocupa también un lugar preeminente en el proceso de nacionalización del individuo, aunque éste pueda, años más tarde, cuestionar el relato sobre la nación que oyó en su casa durante su infancia. Es precisamente durante la infancia y la adolescencia cuando el individuo aprende una gran cantidad de mitos que promueven estereotipos e identidades vinculados a la memoria familiar, esto es, a las historias que se cuentan en casa sobre antepasados²³. Esta memoria familiar creadora y transmisora de mitos e identidades es especialmente relevante en una sociedad como la española, donde sucesivas guerras y conflictos políticos contribuyeron a forjar diversas memorias colectivas que traspasaron los muros de las viviendas y tomaron asiento en los hogares²⁴.

El análisis de la esfera privada nos facilita el acercarnos al individuo en el proceso de nacionalización. Conviene tener en cuenta que la mayoría de los individuos produce y reproduce la nación de un

²² Fernando MOLINA: «El historiador ante el “homo nationalis”. Reflexiones sobre biografía e identidad nacional (1960-2010)», texto presentado en la II Reunión de la Red Europea sobre Teoría y Práctica de la Biografía: Le singulier et le collectif à l'épreuve de la biographie, Collège d'Espagne, París, 9 febrero 2010, p. 16.

²³ Raphael SAMUEL y Paul THOMPSON: «Introduction», en Raphael SAMUEL y Paul THOMPSON (eds.): *The Myths We Live by*, Londres, Routledge, 1990, pp. 4-11.

²⁴ Michael RICHARDS: «From War Culture to Civil Society. Francoism, Social Change and Memories of the Spanish Civil War», *History and Memory*, 14 (2002), pp. 93-120.

modo discursivo en actividades cotidianas, que van desde identificarse con un colectivo nacional en una conversación hasta consumir un determinado tipo de producto, pasando por apoyar a un equipo de fútbol en una competición internacional²⁵. No hay duda de que se trata de un ámbito más difícil de investigar por una cuestión de fuentes. Mientras que las fuentes primarias de la esfera pública y la semipública son relativamente abundantes y aumentan en número a medida que nos adentramos en el siglo XX, la mirada microscópica de la nacionalización a nivel individual no tiene más remedio que basarse en cartas personales, autobiografías, biografías, literatura popular, cancioneros, folclore y, cuando sea posible, historia oral para comprender esas «experiencias de nación» que fueron esculpiendo las identidades de los individuos en la esfera privada.

Al igual que con la esfera semipública, el estudio de la esfera privada nos abre la posibilidad de entender por qué identidades alternativas a las promovidas en el ámbito oficial tuvieron tanto éxito en determinados momentos. Y aunque en cierto modo las esferas privadas y semi-públicas tengan áreas en las que se solapen, no cabe duda de que la propia esfera de lo doméstico es fundamental para la construcción de las identidades de género, culturales y políticas²⁶. Ya hace tiempo que Hank Johnston utilizó la historia oral para mostrarnos cómo los «cuentos» de los nacionalistas catalanes se fueron reactivando, reproduciendo y modificando durante el franquismo²⁷. Y lo hicieron, sobre todo, en el ámbito familiar, aquel espacio al que la dictadura, pese a sus pretensiones, tenía más problemas para poder acceder. Del mismo modo, Jon Juaristi ha señalado el papel nuclear que la familia ocupó a la hora de reproducir una mitología nacionalista vasca, mientras que los trabajos antropológicos de Pérez-Agote han mostrado cómo la mayoría de los jóvenes que adquirió una identidad *abertzale* vinculada a ETA

²⁵ Michael SKEY: *National Belonging and Everyday Life: The Significance of Nationhood in an Uncertain World*, Basingstoke, Palgrave-Macmillan, 2011, pp. 37-65.

²⁶ John TOSH: *A Man's Place: Masculinity and the Middle-Class Home in Victorian England*, New Haven, Yale University Press, 1999. Para la representación de la mujer «nacional» en España, Xavier ANDREU: «Retratos de familia (nacional): Discursos de género y de nación en las culturas liberales españolas de la primera mitad del siglo XIX», en Ismael SAZ y Ferran ARCHILÉS (eds.): *Estudios sobre nacionalismo*, pp. 79-111.

²⁷ Hank JOHNSTON: *Tales of Nationalism: Catalonia: 1939-1979*, New Brunswick, Rutgers University Press, 1991.

durante el franquismo, lo hizo en su grupo de amigos más cercanos, en la «cuadrilla»²⁸.

A la hora de llevar a cabo el análisis del mensaje, los canales y el receptor del proceso de nacionalización en las tres esferas anteriormente señaladas debemos contextualizarlo, ya que el concepto de nación española cambia en relación con los acontecimientos históricos. Cuando se dan cambios políticos y sociales profundos se altera el vínculo de los individuos con su nación. Por ejemplo, las bases sociales y los sentimientos de pertenencia a la nación española se vieron alterados con el cambio de la dictadura franquista a la actual monarquía parlamentaria. No era obviamente lo mismo vincularse de un modo afectivo a la idea de España promovida por el franquismo que a la reinvencción de una nación española de corte democrático, si bien es cierto que este cambio en los sentimientos de pertenencia varió mucho de una región a otra²⁹. Además, la mayoría de los procesos de nacionalización se realizan en una sociedad donde la población ya tiene unas identidades nacionales más o menos asimiladas. De este modo, por lo menos desde los inicios del siglo XX, los procesos de nacionalización de masas son, en realidad, procesos de «renacionalización» de masas, ya que no se crean y transmiten identidades nacionales para suplir a las del Antiguo Régimen, sino que se opera en un campo en el que las identidades nacionales ya han sido asumidas, en mayor o en menor medida, por la gran mayoría de la población³⁰. Por otro lado, la nacionalización no se produce de un modo aislado, sino que se da en conjunción con procesos de adquisición de otras identidades como la política, la religiosa, la regional o la deportiva³¹.

²⁸ Jon JUARISTI: *El bucle melancólico Historias de nacionalistas vascos*, Madrid, Espasa Calpe, 1997, y Alfonso PÉREZ-AGOTE: *Social Roots...*, pp. 159-191.

²⁹ Jordi MUÑOZ: «From National-Catholicism to Democratic Patriotism? Democratization and reconstruction of national pride: The case of Spain (1981-2000)», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 32, 4 (2009), pp. 616-639.

³⁰ La idea de renacionalización en Antonio ALCUSÓN SARASA: «El periódico *La Tierra* de Huesca durante la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)», *Argensola*, 117 (2007), pp. 189-199.

³¹ Fernando MOLINA: *La tierra del martirio español. El País Vasco y España en el siglo del nacionalismo*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 2005; Xosé M. NÚÑEZ SEIXAS: «The Region as Essence of the Fatherland: Regionalist Variants of Spanish Nationalism (1840-1936)», *European History Quarterly*, 31:4 (2001), pp. 483-518, y Ferran ARCHILÉS y Manuel MARTÍ: «Ethnicity, Region and Nation: Valencian identity and the Spanish nation-state», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 24, 5 (2001), pp. 779-797.

Los procesos de nacionalización son dinámicos: se transforman a medida que pasa el tiempo. La manera en la que un individuo era nacionalizado a principios del siglo XIX difiere del modo en el que la identidad nacional se transmite a comienzos del XXI. A principios del siglo XIX, los medios por los cuales los individuos podían «experimentar» la nación eran menos numerosos que al final de esa misma centuria. A principios del siglo XIX, la nacionalización estuvo mediada por la prensa escrita y vinculada a procesos de movilización política y religiosa en periodos bélicos³². No es casual que fuera entonces cuando se creó el moderno concepto de opinión pública, pero parece claro que los medios con los que se transmitía la identidad nacional tenían una presencia menor en la vida cotidiana de los ciudadanos de la que iban a tener a finales del siglo XIX, cuando los canales de nacionalización vinculados al ocio, al deporte, la cultura y las nuevas formas asociativas se convierten en los pilares de la nueva sociedad de masas³³.

A medida que nos adentramos en el siglo XX, con la consolidación de una sociedad de masas en España, los medios de comunicación de la nación se van multiplicando. No sólo aumenta el número de transmisores clásicos como las escuelas, los museos, las banderas, las estatuas y las cabeceras de prensa, sino que aparecen medios nuevos como la radio, el cine, la televisión e Internet, que multiplican la presencia de la nación en el día a día de los ciudadanos. Se da lo que podemos llamar un «proceso de acumulación de medios nacionalizadores» por el cual el individuo tiene cada vez más referentes de nación, tanto en los espacios públicos y semipúblicos como en la esfera privada. Las «experiencias de nación» se potencian en la cotidianeidad del individuo al incrementarse exponencialmente el número de referencias a la nación que, de un modo banal o no, salen de los medios de comunicación. Estos medios reproducen mensajes diversos, y a menudo contradictorios, sobre la nación española, que en las últimas décadas han inundado el día a día de los ciudadanos con referencias nacionales. Los mapas del tiempo en los telediarios, las matrículas de los coches, la publi-

³² Benedict ANDERSON: *Imagined Communities*, Londres, Verso, 1991.

³³ Ignacio FERNÁNDEZ SARASOLA: «La opinión pública. De la Ilustración a las Cortes de Cádiz», *Ayer*, 80 (2010), pp. 53-81, y Edward BAKER y Demetrio CASTRO: «Presentación. Espectáculos en la España contemporánea. De lo artesanal a la cultura de masas», *Ayer*, 72 (2008), pp. 13-26.

cidad, los partidos de fútbol profesional, las monedas, las competiciones deportivas internacionales, los sellos, los festivales europeos e iberoamericanos de la canción, los carnés de identidad, las series televisivas sobre historia y los dominios de Internet, por citar algunos ejemplos, son un recordatorio constante de la nación en la vida de los ciudadanos españoles contemporáneos.

El individuo y el consumo de la nación

Si llevamos a cabo un análisis que insista en la complementariedad entre las tres esferas de nacionalización podemos asomarnos a ese otro polo del proceso nacionalizador que es el individuo, quien ha incorporado la nación en su identidad personal de forma plural. Si concedemos un papel activo al individuo, más allá del de mero receptor, entonces tendremos que en el análisis de los procesos de nacionalización parte de la clave radica en entender por qué los individuos deciden apropiarse de ciertas identidades nacionales y rechazar otras³⁴. ¿Por qué «venden» unas identidades nacionales y no otras en un determinado momento histórico?

La respuesta no es sencilla pero podemos buscarla en la relación entre una identidad nacional oficial generada «desde arriba» por el Estado y una identidad no oficial generada «desde abajo» en la sociedad civil. Como nos muestran los trabajos de Thomas Eriksen, el discurso estatal sobre la nación tiene que tener cierta resonancia en la sociedad civil para que ésta lo haga suyo³⁵. Esta resonancia, esta aceptación si se quiere, depende de hasta qué punto el discurso nacional estatal tiene sentido dentro de las experiencias cotidianas de la población. Si el discurso oficial se adapta a las realidades del día a día de los individuos, entonces éste pasará a ser parte de la identidad nacional de la población sin grandes problemas. Pero si el discurso oficial no se relaciona con las experiencias cotidianas de los ciudadanos, éstos crearán un relato nacional alternativo en la sociedad civil que explique su realidad de un modo más adecuado.

³⁴ Fernando MOLINA y Miguel CABO: «Donde da la vuelta el aire: reflexions sobre la nacionalització a Espanya», *Segle XX*, 4 (2011), pp. 131-142.

³⁵ Thomas ERIKSEN: «Formal and Informal Nationalism», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 16, 1 (1993), pp. 1-25.

Si traspasamos la tesis de Eriksen al modelo de las tres esferas de nacionalización que presentamos anteriormente, tendremos que el discurso estatal se trasmite en el ámbito oficial y en el semipúblico; mientras que la identidad nacional no oficial de la sociedad civil se canaliza en el ámbito semipúblico y el privado. Así, en la medida en que el discurso oficial de la nación sea adoptado por asociaciones no oficiales en la esfera semipública y en la narrativa nacional de la familia el proceso de nacionalización será un éxito. Ahora bien, si el discurso oficial no encaja con las «experiencias de nación» de los individuos, entonces se genera en la sociedad civil una identidad nacional divergente o, simplemente, alternativa a la oficial. Éste fue el caso del españolismo liberal en muchas zonas rurales del País Vasco decimonónico, donde surgió un nacionalismo español carlista divergente, que utilizaba los referentes culturales de las clases populares, apelando a sus mitos y héroes particulares en euskera, y haciendo uso de prácticas culturales ampliamente extendidas, como el bertzolarismo³⁶. Otro ejemplo de desfase entre la identidad nacional promovida desde arriba y la generada en las esferas semipública y privada, lo encontramos en la dictadura de Primo de Rivera. El primorriverismo intentó transmitir una identidad nacional autoritaria, monárquica y católica pero generó en buena parte de la sociedad civil una identidad española democrática, republicana y laica, así como la propagación de identidades catalanistas y *abertzales*³⁷.

Este fenómeno de «nacionalización negativa» se volvió a dar, a su modo, en las últimas décadas del franquismo³⁸. La narrativa de la nación española de la dictadura franquista fue mayoritariamente rechazada por una población profundamente transformada por los cambios socioeconómicos. El nacionalismo oficial franquista estuvo muy lejos de una población que no se veía reflejada en ese discurso estatal y que, en muchos casos, generó unas identidades nacionales divergentes y alternativas en el ámbito de la sociedad civil y en el

³⁶ Mikel AIZPURU, Ander DELGADO y Maitane OSTOLAZA: «Pueblo, política y nación en el País Vasco (1833-1936). Una aproximación a través de los *bertso-pape-rak*», en Mariano ESTEBAN DE VEGA y M.^a Dolores DE LA CALLE VELASCO (eds.): *Procesos de nacionalización...*, pp. 336-339.

³⁷ Alejandro QUIROGA: *Haciendo españoles. La nacionalización de las masas en la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)*, Madrid, CEPC, 2008, pp. 324-328.

³⁸ Xosé M. NÚÑEZ SEIXAS: «Nuevos y viejos nacionalismos», *Ayer*, 68 (2007), pp. 85-87.

de la familia. Los ejemplos ofrecidos anteriormente sobre la creación de identidades nacionalistas vascas y catalanas en asociaciones culturales y deportivas (esfera semipública) y en el ámbito familiar y del grupo de amigos (esfera privada) son ilustrativos. Y lo mismo pasó en otros lugares de España sin nacionalismos alternativos anteriores a la Guerra Civil de 1936, donde se dieron formulaciones nacionalistas nuevas o fuertemente regionalistas contrarias al modelo político franquista.

Es precisamente en el ámbito de la esfera privada en el que encontramos muchas de las claves del proceso nacionalizador. Como señaló Balibar a principios de los años noventa del siglo pasado, las naciones son posibles por la conversión del individuo en un *homo nationalis*, del mismo modo que se constituye también en un *homo politicus, economicus y religiosus*³⁹. En el caso español, las investigaciones de Fernando Molina han sido pioneras al mostrarnos cómo los individuos incorporan la idea de nación a sus identidades. Frente a los «productores de nación» que, en forma de estadistas, políticos, profesores, periodistas, escritores y funcionarios, generan un relato, una mitología y unos símbolos nacionales, los individuos «personalizan la nación», la hacen suya y reformulan sus diversos conceptos⁴⁰. Esta «personalización de la nación» es un proceso de apropiación de la patria por parte del individuo. Éste sustancia a la nación con sus propias experiencias, con su lectura de la historia en clave nacional, con su reconocimiento de símbolos patrios, con su percepción del paisaje nacional, etc. Y es que la «efectividad de la nación como identidad descansa no en la abstracción homogeneizadora que le confieren los nacionalistas, sino en el ejercicio de apropiación subjetiva que sobre ella ejerce el individuo, asociándola a su universo afectivo»⁴¹.

Algunos autores han utilizado recientemente la tesis de Michael Billig sobre el «nacionalismo banal», para estudiar procesos de nacionalización en España con buenos resultados⁴². No obstante,

³⁹ Etienne BALIBAR: «The Nation Form: History and Ideology», *New Left Review*, vol. XIII, 3 (1990), pp. 329-361.

⁴⁰ Anthony P. COHEN: «Personal Nationalism. A Scottish view of some rites, rights, and wrongs», *American Ethnologist*, 23 (1996), pp. 802-815.

⁴¹ Fernando MOLINA: *Mario Onaindia, (1948-2003): biografía patria*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2012, p. 37.

⁴² Julián SANZ: «Del Azul a “la Roja”. Fútbol e identidad nacional española durante la dictadura franquista y la democracia», en Ismael SAZ y Ferran ARCHILÉS

conviene tener en cuenta que la tesis de Billig hace referencia a la transmisión de la identidad nacional en países donde ésta no está cuestionada de un modo importante, como es el caso de los Estados Unidos o Inglaterra. Además, parece claro que sus postulados no funcionan en territorios donde una cierta identidad nacional se ve ampliamente cuestionada, como, por ejemplo, es el caso de la española en el País Vasco⁴³. Sin embargo, hay que reconocer al trabajo de Billig su carácter pionero a la hora de explorar la presencia constante de la nación en la vida diaria de los ciudadanos. Las representaciones simbólicas y lingüísticas de las naciones nos rodean de un modo permanente y el individuo elabora su identidad dentro de este marco. El proceso de nacionalización es también un proceso psicológico delimitado por unas condiciones sociales determinadas, si bien hoy en día tendamos a dotar al individuo de más libertad de acción y elección de la que le reconocía Billig en su libro.

El individuo no es un sujeto pasivo, sino que tiene un papel activo en la personalización de una identidad nacional, que va conformando y reproduciendo con sus actividades cotidianas⁴⁴. La nación es interiorizada por un conjunto de experiencias y marcos cognitivos que el individuo va sedimentando en su vida social. Este bagaje se va adquiriendo de forma semiconsciente como un proceso de aprendizaje, a través del mecanismo que Pierre Bourdieu teorizó como *habitus*⁴⁵. Además, el individuo puede elegir cuando acudir a su identidad nacional como mecanismo para controlar su contexto personal. Como ha explicado Jonathan Hearn, los seres humanos tienen la necesidad de controlar lo incierto y lo impredecible en su ambiente social y las emociones son el mecanismo por el que este

(eds.): *La nación de los españoles. Discursos y prácticas del nacionalismo español en la época contemporánea*, Valencia, Universitat de València, 2012, p. 420, y Michael BILLIG: *Banal Nationalism*, Londres, SAGE, 1995.

⁴³ Sebastian BALFOUR y Alejandro QUIROGA: *España reinventada. Nación e identidad desde la Transición*, Barcelona, Península, 2007, p. 265.

⁴⁴ John FOX y Cynthia MILLER-IDRISS: «Everyday nationhood», *Ethnicities*, vol. 8, 4 (2008), pp. 550-551; Jonathan HEARN: «National identity: banal, personal and embedded», *Nations and Nationalism*, vol. 13, 4 (2007), pp. 657-674, y Michael HERZFELD: *Cultural Intimacy: Social Poetics in the Nation-State*, Nueva York, Routledge, 2004.

⁴⁵ Xosé M. NÚÑEZ SEIXAS y Fernando MOLINA: «Identidad nacional, heterodoxia y biografía», en *Los heterodoxos de la patria. Biografías de nacionalistas atípicos en la España del siglo XX*, Granada, Comares, 2011, pp. 7-8.

control se consigue⁴⁶. Así, el expresar públicamente la emoción por la pertenencia a un colectivo nacional o el festejar la victoria de un equipo de fútbol son mecanismos por los cuales el individuo intenta controlar su contexto social. La identidad nacional da certezas en un mundo incierto, a la vez que vincula emocionalmente a los individuos a unas tramas de significados muy potentes. En este sentido, la identidad nacional es relativamente barata, ya que exige poco y da mucho a cambio.

Llegados a este punto cabe preguntarse sobre el papel que el consumo ha podido desempeñar en la personalización de la nación por parte del individuo. Si hay unos productores de nación, de narrativa nacional, ¿podemos hablar de unos consumidores de nación? No parece aventurado señalar que los procesos de nacionalización son procesos de consumo de nación por partida doble. En primer lugar, podemos hablar de consumo de nación figurada en tanto en cuanto el individuo hace suyas, aprehende y adapta las narrativas elaboradas por los productores de nación. Éste sería un consumo negociado, un consumo en el que los productores proporcionan las materias primas y los individuos las «cocinan» en una identidad nacional personalizada.

Pero cabe también hablar de un consumo de nación más inmediato, aquel relacionado con la compra de objetos que nos remiten a la nación. Las estampillas religiosas, las representaciones de vírgenes y santos locales, las camisetas de equipos de fútbol, las banderas, los mapas, los libros de historia, los carteles, el jamón serrano, las figuritas conmemorativas, los envoltorios de los polvorones y los adoquines de la Virgen del Pilar son ejemplos de bienes nacionalizadores consumibles. La nacionalización desde finales del siglo XIX debemos analizarla en relación con el surgimiento de una sociedad de consumo de masas. Se trata de una sociedad que va disponiendo paulatinamente de más tiempo libre y de más dinero según avanza el siglo XX y de unos individuos que van recreando parte de su identidad en virtud de lo que consumen. Y es que el consumo de bienes con connotaciones nacionales es una manera de incorporar la nación en la vida del individuo de un modo directo. ¿Qué mejor manera de hacer suya la nación que teniendo en pertenencia un objeto que representa esa nación? ¿Qué mejor manera de potenciar el sentido de pertenencia a la

⁴⁶ Jonathan HEARN: «National identity...», pp. 666-667.

comunidad patria que poseyendo un objeto que introduce la nación en nuestras vidas y, literalmente, en nuestras casas?

El análisis de este tipo de consumo de bienes con connotaciones de nación nos vuelve a remitir a lo cotidiano, a las experiencias del día a día con las que los individuos recrean su identidad nacional⁴⁷. Existe además otro nivel de reproducción de la nación de un modo cotidiano por medio del consumo, quizás no tan evidente pero sin duda más común. Nos referimos a lo que se ha venido a denominar la mercantilización de la nación (*commodification of the nation*), esto es, a la creación y venta de productos diseñados específicamente para mercados nacionales. Aquí la variedad de productos es amplia y va desde la comida, hasta la literatura, pasando por la música, la ropa y los medios de comunicación. Todos ellos son productos «nacionales» en tanto en cuanto están pensados para un mercado nacional determinado, aunque su diseño no incluya una bandera ni ningún otro tipo de simbología patria expresa. Todos ellos al ser comprados, o simplemente expuestos, refuerzan las afinidades nacionales del consumidor y reafirman su visión del mundo como un lugar dividido en naciones⁴⁸. Para que nos entendamos, un polo de la marca Pedro del Hierro no necesita tener los colores de la bandera rojigualda en el cuello para ser un producto «nacional», le vale con ser una prenda diseñada por españoles, para el mercado español y vendida en España. Como tal, el consumidor considera la prenda como un producto «nacional» (a diferencia de, pongamos por caso, un polo francés de Lacoste) y, por lo tanto, realiza una asociación mental entre el polo y España, lo cual, a su vez, refuerza la presencia de la nación en su día a día.

Conclusiones

En este artículo hemos intentado esbozar un modelo teórico para el análisis de la nacionalización en España. Se trata de inte-

⁴⁷ Catherine PALMER: «From Theory to Practice. Experiencing the Nation in Everyday Life», *Journal of Material Culture*, vol. 2, 3 (1998), pp. 175-199, y John FOX: «Consuming the Nation: Holidays, Sports and the Production of Collective Belonging», *Ethnic and Racial Studies*, vol. 29, 2 (2006), pp. 217-236.

⁴⁸ Tim EDENSOR: *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Oxford, Berg, 2002, pp. 108-109.

gar los mensajes (los «discursos nacionales»), los canales de transmisión (las «instituciones nacionales») y los receptores (los «individuos nacionales») dentro de un marco en el que se tiene en cuenta la relación multidimensional entre los tres elementos. Esta relación multidimensional entre mensajes, canales de transmisión y receptores conviene estudiarla utilizando el microscopio de la historia local, ya que sólo acercándonos a la nacionalización en un pueblo o en un barrio podemos analizar el proceso durante un número suficiente de años. Dentro del campo de lo local hemos diferenciado tres espacios distintos de nacionalización: la esfera pública oficial, la esfera semipública y la esfera privada. En cada esfera opera un número de instituciones públicas, privadas o familiares que no sólo transmiten discursos nacionales, sino que los recrean y alteran. Los procesos de nacionalización dependen en gran medida de lo bien que encajen los mensajes transmitidos en las diversas esferas. Si las narrativas nacionales transmitidas en la esfera pública oficial son reproducidas, o al menos no ampliamente cuestionadas, en las esferas semipública y privada, entonces la idea de nación española fomentada «desde arriba» tiene buenas posibilidades de ser asumida por gran parte de la población. Pero si la idea de la nación española oficial se cuestiona en la esfera semipública y en la privada, entonces la recreación y propagación de ideas nacionales alternativas será un hecho, como pudieron comprobar primorriveristas y franquistas.

A lo largo del artículo hemos hecho hincapié en la naturaleza histórica de los procesos de nacionalización. En este sentido tenemos que tener en cuenta las continuidades y transformaciones de los procesos de nacionalización y del mismo concepto de nación a lo largo de los siglos XIX, XX y XXI, así como el hecho de que los fenómenos de asunción de una identidad nacional suelen ir de la mano de procesos de adquisición de otras identidades como la política, la religiosa, la regional o la deportiva. También hemos señalado la importancia del individuo en el proceso de nacionalización. Más que un elemento pasivo, el individuo es un sujeto activo que «personaliza la nación», esto es, la hace suya y reformula sus diversos conceptos a la hora de adquirir una identidad nacional. El individuo asume su identidad nacional de un modo activo a través de una serie de «experiencias de nación», con las que, de un modo paralelo, va construyendo una afinidad emocional con ese colectivo imaginado que es la patria. En muchos casos, estas «experiencias de nación» se dan en la

esfera privada, lo cual nos remite al ámbito doméstico, familiar y de las amistades. Y es dentro de la esfera privada donde también podemos observar transmisión y reproducción de identidades nacionales en las acciones cotidianas de los individuos, ya sea en sus conversaciones informales o en su consumo de bienes «nacionales».

El éxito de los procesos de nacionalización se da cuando la identidad nacional no se cuestiona, cuando, como en el caso del joven soldado norteamericano de la novela *Trampa 22*, la nación es interiorizada como algo natural y eterno. Es probable que, en último término, los historiadores no seamos capaces de explicar las emociones y sentimientos que llevan a un ser humano a sacrificar su vida en el nombre de un ente artificial y abstracto como la nación. Quizás sea ésta una labor más propia de psiquiatras o psicólogos. Pero lo que sí podemos hacer es dilucidar la creación, transmisión y transformación de las identidades nacionales, del mismo modo que, pongamos por caso, los biólogos analizan la aparición, expansión y mutación de las ranas.