

Fronteras de la imagen.

Imagen de España e imaginarios colectivos en la televisión francesa: el caso de la religión y la tradición.

Nicolas Klein. Universidad de Aix-Marsella (FRANCIA).

nicolasklein@tutanota.com

Resumen:

Las imágenes colectivas acerca de determinados países suelen caracterizarse por dos fenómenos, particularmente en la televisión, vehículo por antonomasia de informaciones y actitudes: una clara fuerza de inercia y la abundancia de estereotipos. Ahora bien, España es un país cuya representación imaginaria se viene forjando desde el siglo XVI y cuyas grandes características resultan bien conocidas: país festivo y soleado pero también país profundamente religioso y tradicional. Esta representación es aún más corriente en Francia, nación cuya historia y relación con la religión son muy diferentes desde la Revolución de 1789. En este artículo, se tratará de entender cuáles son los grandes elementos que definen dicha imagen; cómo se construye a partir de una serie de estereotipos; y de qué modo se orienta todo el reportaje para presentar a España como un país anclado en el pasado y en la tradición religiosa. Se llevará a cabo el análisis a partir de dos reportajes sacados de un telediario y un programa cultural durante los años 90 – uno sobre la Semana Santa de Sevilla, otro sobre el festejo de las «cruces de mayo». En una época de modernización y profundos cambios para España y su imagen internacional, la permanencia de estereotipos ya antiguos en semejantes formatos televisivos no deja de plantear preguntas sobre el conocimiento que tienen los franceses de sus vecinos pirenaicos. Asimismo, será necesario entender mediante qué procedimientos gráficos y verbales se construye esa imagen estereotipada, apoyándose, entre otras cosas, en la semiótica.

Palabras clave:

España; Francia; televisión; imagen; estereotipos; religión

Borders of the image.

The image of Spain and collective imagination in French television: a case study of religion and tradition.

Abstract:

Collective images about given countries, especially on television, the ultimate information and behaviour medium, are usually characterised by two phenomena: an obvious inertia and a profusion of stereotypes. The imaginary representation of Spain has developed since the 16th century around well-known main characteristics, the country being both festive, sunny and deeply religious, traditional. This depiction is even more common in France, where history and the relationship with religion took a different turn after the 1789 Revolution. In this article, I will try and pinpoint what the principal elements defining the image of Spain are, but also how this unfolds around a series of stereotypes, and how all the coverage aims at presenting Spain as a country rooted in the past and religious tradition. My analysis will be based on two reports taken from a TV journal and a cultural programme from the 1990s. One focuses on the Holy Week in Seville and the other on the “May Crosses” festival. At a time when Spain faces modernisation and deep changes impacting its international image, the resilience of old stereotypes in such TV formats cannot but raise questions on how well the French know their Pyrenean neighbour. Furthermore, I will try and understand through what graphic and verbal devices this image is built, with a particular emphasis on semiotics.

Keywords:

Spain; France; television; image; stereotypes; religion