

“Spain is different”: reinterpretación cultural de la identidad nacional en *Drag Race España*

“Spain is different”: cultural resignifying of national identity in Drag Race España

Juan Ignacio Fernández-Herruzo

Universidad Carlos III de Madrid, Madrid, España

juanifer@hum.uc3m.es

<https://orcid.org/0000-0002-5709-1156>

Resumen

Este artículo explora la reinterpretación cultural de la identidad nacional española por medio del *drag* a partir del análisis textual de la tercera temporada del programa *Drag Race España* (emitido desde 2021 en Atresplayer Premium). Se consideran referencias intertextuales de diferentes ámbitos, desde gastronómicos (jamón) hasta históricos (Juan Carlos I). De esta forma, el programa invierte los signos habituales que configuran la identidad nacional de España y dota de nuevas interpretaciones culturales a los elementos de nacionalismo banal. Además, el análisis profundiza en otros elementos culturales de España, como programas de televisión, personajes célebres del colectivo LGTBQ+ o artistas que forman parte del imaginario popular. El programa invierte los elementos relacionados con una imagen estereotipada de España (toro) dotándolos de un nuevo sentido y creando una nueva cadena de significado. El texto estudia cómo el producto original (*Ru Paul's Drag Race*, emitido desde 2012), un formato global de éxito internacional, se adapta por medio de elementos que potencien la identidad nacional para garantizar un *engagement* mayor con el receptor ideal (público local) y un mayor conocimiento sobre la cultura española en el espectador (público extranjero).

Palabras clave: Identidad nacional, reinterpretación cultural *drag*, *performance*, análisis textual, *reality show*, *Drag Race España*.

Abstract

This article explores the cultural reinterpretation of Spanish national identity through drag by conducting a textual analysis of the third season of the “*Drag Race España*” TV show (broadcast since 2021 on Atresplayer Premium). Intertextual references from different fields are considered, from gastronomic (ham) to historical figures (Juan Carlos I). In this way, the show subverts the traditional symbols that make up Spain’s national identity and gives new cultural interpretations to trivial nationalism’s key features. In addition, the analysis delves into other cultural elements of Spain, such as television shows, LGTBQ+ celebrities, and artists who are part of pop culture. The reality show subverts the elements related to a stereotypical image of Spain (bull), giving them a new meaning and creating a new chain of meaning. The text studies how the original product (*Ru Paul’s Drag Race*, broadcast since 2012), a franchise of international success, is adapted based upon elements enhancing the national identity to guarantee a greater engagement with the ideal viewer (local audience) and a greater knowledge of Spanish culture in the viewer (foreign audience).

Keywords: National identity, cultural reinterpretation *drag*, *performance*, textual analysis, *reality show*, *Drag Race España*.

1. Introducción

El 2 de febrero de 2009 se estrenó en la cadena de televisión norteamericana Logo el programa *Ru Paul's Drag Race*, un *reality show* de competencia hibridado con *talent show* en el que se buscaba a la "siguiente superestrella *drag* estadounidense". Como sugiere el propio título del programa, el producto televisivo era, si se traduce textualmente, "la carrera de drags de Ru Paul¹". Meses más tarde, en octubre de ese año, se estrenó la adaptación en Reino Unido. Tras su circulación internacional a través de la plataforma de la productora (World of Wonder Plus) y servicios de prestación de contenido audiovisual bajo demanda como Netflix (Brennan & Gudelunas, 2022), se sumarían otras versiones hasta llegar a quince². Una de ellas es *Drag Race España*.

A finales de 2019, el grupo Atresmedia anunció el relanzamiento de su plataforma digital de vídeo bajo demanda con el nombre Atresplayer Premium. Bajo una estrategia de diferenciación y una intención de dirigirse a un *target* diferente del público "blanco y familiar" de Antena 3, el *holding* lanzó contenidos cuyo centro era el colectivo LGBTQBI+. Algunos ejemplos son el *biopic* sobre la vida de Cristina Ortiz, *Veneno*, o el documental sobre la transexualidad *Ellas* (Saavedra *et al.*, 2022). Sin desconocer el fenómeno de *pinkwashing* en la producción audiovisual (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), esta oferta que potencia la representación del colectivo en el contexto de la diversidad audiovisual en el contenido (Albornoz & García-Leiva, 2016) se enriquece con el estreno de *Drag Race España* en la plataforma en 2021. El programa consiguió el reconocimiento de la crítica televisiva y de los espectadores, una tendencia que continuó en sus segunda (2022) y tercera temporada (2023). Además, se emitió una edición *Drag Race All Stars España* (2024).

Waisbord (2004) sostiene que estamos frente a una "McTelevisión" para referirse a formatos y franquicias que resultan fórmulas probadas y la industria audiovisual repite en formatos de televisión globales, como es el caso de *Ru Paul's Drag Race*. En sus adaptaciones nacionales, estos formatos toman la mecánica y la esencia de la "receta", a la que añaden "ingredientes" que aportan el "toque nacional". Desde un prisma romántico, podríamos pensar que estas adaptaciones culturales en el seno de la glo-

calización (Robertson, 1995) responden a una lógica de defensa de uno de los tres componentes que definen la diversidad cultural en contenidos audiovisuales (Albornoz & García-Leiva, 2016, p. 32): exhibición de diferencias de variedad, balance y disparidad en términos de valores, identidades y estéticas. Sin embargo, se trata de "un asunto de negocio", como explica Waisbord (2004, p. 378): "Las diferencias culturales son una cuestión empresarial más que un proyecto político".

Se encuentran referencias previas en la literatura científica que analizan el programa original, *Ru Paul's Drag Race* (es decir, la versión original del formato) desde diferentes puntos de análisis. Un ejemplo es la tesis doctoral de Jenkins (2013), quien reflexiona sobre cómo el producto audiovisual promueve un mensaje de empoderamiento LGBTQBI+, pero a la misma vez propicia que se mantengan ciertos estereotipos que sufre el colectivo desde hace años. Por otra parte, Gonsalez (2022) analiza cómo se pueden invertir los discursos en torno a los estereotipos latinos por medio del *drag* en un programa de televisión. No obstante, no encontramos estudios que se centren en la versión nacional de España, producida por Buendía Estudios y emitida en Atresplayer.

Por lo anterior, resulta interesante estudiar las transformaciones y complejidades de un formato global, con contenidos que pretenden representar y/o llegar a los colectivos de la diversidad sexual en claves *locales* en su producción y emisión en España. Además, este trabajo puede abrir puertas para comprender, en términos de análisis, el despliegue tanto de este formato como el de otras franquicias internacionales en claves locales.

2. Marco teórico

El interés de esta investigación está en la escasez de estudios previos, tanto del objeto (adaptación española de *Ru Paul's Drag Race*) como del tema abordado (reinterpretación de estereotipos a través del *drag*). Sí encontramos ejemplos de trabajos que se centran en otros problemas tomando como ejemplo la versión original del programa en cuestión, como la representación del arte *drag* (Edgar, 2011), la utilización del lenguaje inclusivo (Gold-

mark, 2015) o la traducción al español de la edición norteamericana (Sánchez & Granados, 2017).

Los cimientos teóricos se anclan en dos dimensiones: la construcción histórica de la identidad nacional española en televisión y las teorías del *performance* y su adaptación desde la teoría *queer*. Ambos enfoques permiten estudiar cómo la identidad nacional se construye a través del *drag* en televisión desde una reinterpretación cultural, considerando los postulados del circuito de la cultura y del fenómeno de la reinterpretación que plantea Hall (1984) al tratar “lo popular”:

Las industrias culturales tienen efectivamente el poder de adaptar y reconfigurar constantemente lo que representan; y, mediante la repetición y la selección, imponer e implantar aquellas definiciones de nosotros mismos que más fácilmente se ajusten a las descripciones de la cultura dominante o preferida (p. 5).

2.1 Construcción histórica de la identidad nacional en televisión

“Estoy segura de que en la cuna mi primer deseo fue el de pertenecer”. Así comienza la escritora brasileña Clarice Lispector su texto “Pertenecer es vivir”, incluido en el libro de ensayos *Aprendiendo a vivir y otras crónicas* (Lispector, 2007). Desde un estilo poético, la autora expresa la importancia del sentido de pertenencia a través de lo que se denomina en la sociología “endogrupo”. Leira (2015) recuerda la definición de este término como “aquel grupo al que el sujeto pertenece y está formado por un número de personas con las que el individuo mantiene expectativas y experiencias en común” (p.110). Estos endogrupos pueden estar conformados de manera más o menos institucionalizada mientras que el “exogrupo está constituido por un número de personas con las que el individuo no se identifica y tiene escasos o nulos intereses en común e, incluso, pueden aparecer sentimientos de rechazo”. Es así como germinan las concepciones sobre “lo nuestro”, que hace a varias personas sentirse parte de un grupo. De esta forma, Eriksen (1993) nos recuerda que el concepto de identidad nacional se construye en relación con “los otros”, puesto que los nacionales presuponen que hay otros Estados que son endogrupos en sí. En una definición asentada sobre identidad nacional, Smith (1997) señala:

Mantenimiento y la reproducción continua del modelo de valores, símbolos, memorias, mitos y tradiciones que componen el patrimonio distintivo de las naciones, y las identificaciones de los individuos con aquel patrimonio particular y aquellos valores, símbolos, mitos, memorias y tradiciones (p. 131).

¿Cómo es posible mantener identidades nacionales en un contexto global? La palabra “globalización” es un concepto recurrente en cualquier debate. En torno a éste, los comentarios sobre el fin de la cultura de los pueblos y la supresión de los elementos identitarios de cada nación son numerosos. Ello supondría, como recuerda Mattelart (2006, p. 89) en tono irónico, “la crisis de espíritu” que anunciaba el filósofo Paul Valéry. Ciertamente es que la influencia cultural global de Estados Unidos en el siglo XX es innegable (Berghahn, 2010) y ha derivado en un proceso de *norteamericanización* de la cultura. Sin embargo, debemos recordar que, precisamente por esa extensión de una cultura *mainstream* basada en el *American way of life*, las naciones tienen la necesidad de sentirse parte de un grupo social diferenciado del resto. Según Mattelart (2006, p.102), estas dinámicas de mundialización “impulsan a los pueblos y a las naciones a reapropiarse de su historia y de su cultura”. Así, reconocer la existencia de diferentes endogrupos que mantienen relaciones de oposición o indiferencia frente a otros endogrupos (exogrupos recíprocamente) es sencilla. Sin embargo, el paraguas de la identidad nacional hace que, incluso en el contexto de la globalización, haya elementos que mantienen una cohesión no intencionada y que provocan la existencia de una comunidad imaginada (Anderson, 1983).

Sin embargo, no solamente encontramos reapropiaciones culturales desplegadas conscientemente, sino que, como apuntábamos más arriba, existe una serie de elementos que cohesionan a las comunidades imaginadas en un Estado-nación. Hablamos, por ejemplo, de signos de nacionalismo banal (Billig, 1995), concepto que se refiere a la capacidad de relación entre co-nacionales mediante usos cotidianos y símbolos nacionales que pasan desapercibidos por su normalización dentro del endogrupo. De este modo, se pueden dar dinámicas de confraternidad por medio de estos símbolos entre exogrupos. Esta teoría del nacionalismo banal ha sido aplicada a España (Quiroga & Archilés, 2018) en casos como las competiciones de

corte deportivo (copa mundial de fútbol) o musicales (Eurovisión) en las que el sentimiento patriótico sobrepasa los símbolos oficiales, como la bandera, para alcanzar un punto de unión momentáneo. En algunos programas de televisión es posible advertir también estas narrativas banales de la nación (Rueda-Laffond, 2018).

No obstante, estas narrativas también se han revertido a través de actitudes performáticas en programas como *La parodia nacional* (Antena 3, 1996-1999) y *Me lo dices o me lo cantas* (Telecinco, 2017). En ellos los concursantes componían una letra sobre melodías populares para abordar temas de la actualidad española. Estas parodias se han ejecutado desde hace décadas a través del *drag*, ya sea de forma clandestina en un inicio o, bien, en "locales de ambiente". Escenas de películas españolas (como *Tacones Lejanos*, 1991, o *Te estoy amando locamente*, 2023) recrean esta práctica. Sin embargo, no había existido en España un espacio en la televisión abierta que diera espacio a la performatividad *drag* para desplegar el nacionalismo banal ante audiencias masivas.

2.2 Repaso histórico sobre representación audiovisual LGTBQ+ en el contexto español

El cine y la televisión muestran un sistema de signaturas e identidades hegemónicas que reafirma unos imaginarios sociales concretos (Foucault, 2009). Dichas identidades suelen estar representadas desde una mirada cisheteropatriarcal, blanca y capacitista (García & Rajas, 2011), basadas en la mirada de la industria cultural hegemónica estadounidense (García-Calderón, 2020). En los primeros años de la historia del cine, la aparición de personajes homosexuales era escasa. Cuando ocurría, era en clave burlesca, con lo *camp*, es decir, "aquellos elementos que, en una persona, situación o actividad, se expresan o son creados por una sensibilidad homosexual" (Babuscio, 1977, p.96). En efecto, las pocas veces en las cuales el cine exploró la homosexualidad antes de la década de 1980, se hacía a partir de los estereotipos básicos de la época hacia la *Otredad*. Esta práctica es consistente con la confirmación del ridículo homosexual mediante la asistencia del espectador tradicional en los espectáculos de transformistas (Mira en Gil-Vázquez & Lomas, 2021). Este artículo argumenta que las entonces transformistas, ahora

drag queens, ya no son sólo elemento de mofa, sino que, por medio de su arte, reinterpretan los significados de signos históricamente ligados a una imagen reducida de España por medio de elementos estereotipados como la tauromaquia.

La ridiculización del colectivo LGTBQ+ se acentúa en el cine español producido durante la dictadura franquista (1939-1975). Un ejemplo es el personaje de Alfredo Landa en *No desearás al vecino del quinto* (Tito Fernández, 1970), pues "interpreta a un modista que se hace pasar por gay —de acuerdo con el estereotipo de *loca*— para generar confianza en sus clientas" (Gómez-Beltrán, 2018, p.41). Ya en la época de la transición política española surgen películas que exploran la homosexualidad desde la "normalización gay en tanto que se busca la inserción del varón homosexual protagonista en las dinámicas heteronormativas de aceptación social" (p. 42). Pero, no solo se introducen personajes gays, también lesbianas, en *Me siento extraña* (Enrique Martí, 1977), y transexuales, en *Cambio de sexo* (Vicente Aranda, 1976). Posteriormente, en la década de 1980, la representación del colectivo LGTBQ+ destacará por medio de la filmografía de Pedro Almodóvar y el universo temático y estético de la movida madrileña.

A partir de la década de 1990, el colectivo comienza a tener una mayor visibilidad en la industria audiovisual en el panorama nacional. La teoría fílmica feminista³ sirve de antecedente para que "comiencen a emerger nuevas corrientes que ponen el foco, entre otros aspectos, en las representaciones del colectivo LGTBQ+" (Toscano-Alonso, 2021, p.126). Estas nuevas corrientes se albergarán bajo lo que se denomina *New Queer Cinema* (Rich, 2013), un movimiento surgido en la década de 1990 y que va ganando relevancia frente al cine *mainstream* debido al surgimiento de nuevas representaciones y a la presencia de nuevos cineastas en festivales de nivel internacional como Toronto, Ámsterdam o Sundance. Realidades como el VIH, el incremento y visibilización del activismo de movimientos sociales (entre ellos el LGTBQ+) y la teorización de lo *queer* contribuyeron a incluir roles no cisheteropatriarcales en el cine y la televisión. Estos personajes, a pesar de seguir con patrones muy marcados (Babuscio en Vázquez-Rodríguez *et al.*, 2020) abrirán el camino para futuras y más complejas representaciones y potenciarían la integración del colectivo (Blanco, 2019). Así, varios largometrajes facilitan

los avances de los derechos LGTBIQ+, como por ejemplo *Wilde* (Brian Gilbert, 1997), *Dioses y monstruos* (Bill Condon, 1998), *Mi nombre es Harvey Mill* (Gus Van Sant, 2008), *Flores raras* (Bruno Barreto, 2013) y *The Imitation Game* (Morten Tyldum, 2014), por mencionar algunos (Rivaya, 2002).

Al inicio del siglo XXI, en tanto, las plataformas de video bajo demanda (*video on demand*, VoD) han mostrado un especial interés por el colectivo LGTBIQ+ (Narbate, 2021). Este fenómeno, estrechamente relacionado con el concepto de *pinkwashing* (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), tiene su explosión en los *biopics* sobre personas *queer*, algo que han estudiado autores como Stamm (2012) y Thrope (2018). Uno de los estudios de caso más recurrente en los últimos años es el de la serie *Veneno* (Atresplayer, 2020).

2.3 Teorías *queer* y performatividad

Los estudios sobre cuestiones LGTBIQ+ se expandieron en Norteamérica y Reino Unido durante la década de 1990. El campo propone un término diferente para referirnos a la cultura del colectivo: *queer*. Los teóricos notaron un uso excesivo de las etiquetas gay y lesbiana para referirse al conjunto del movimiento, algo que excluía otras realidades como la transexualidad y la intersexualidad (Gerstner, 2011). *Queer* o *cuir* es un término sin traducción directa al español y se ha incluido como un anglicismo para referirse a “la transgresión a la heterosexualidad institucionalizada que constriñe los deseos que intentan escapar de la norma” (Mérida, 2002). En esta tradición de pensamiento, se ha utilizado la cultura *queer* para referirse a los elementos culturales que exponen “las sexualidades periféricas” por medio de “la disidencia sexual y la de-construcción de las ideas estigmatizadas” (Fonseca & Quintero, 2009, p.1).

El texto más representativo sobre teoría *queer* es *Gender Trouble* (Butler, 1990). La autora reformula los procesos de identificación y diferenciación en torno a la sexualidad, proponiendo una concepción del género imitativa y representacional. De esta forma, Butler sostiene que el género se determina por medio de la performatividad, caracterizada por la repetición de comportamientos asociados a roles de género que construyen significaciones encarnadas.

Aunque normalmente se refiera a Judith Butler como la precursora del estudio de la performatividad de género, Erving Goffman lo introdujo desde el campo de la sociología. Define el término *performance* como “la actividad total de un participante dado en una ocasión para influir de algún modo sobre los otros participantes” (Goffman, 2001, p. 27). Por lo tanto, el autor propone una concepción social desde el mundo de la dramaturgia, algo que aplicaría más tarde Allan Kaprow al mundo artístico en general. Butler (1988), a pesar de tomar la misma voz terminológica, se distancia de la definición de Goffman, acercándose más a la obra de Turner (1987), quien defiende una construcción individual del género como *performance* en los rituales como respuestas sociales.

3. Objetivos y metodología

Este artículo estudia cómo el formato televisivo *Ru Paul's Drag Race* se adapta en España por medio de la reinterpretación cultural de la identidad nacional española para generar un mayor *engagement* en el receptor ideal. Para ello, el estudio explica cómo se reinterpretan culturalmente los elementos intertextuales sobre la identidad de España presentes en este formato televisivo y analiza cómo las estrategias de enunciación presentes en el texto potencian la reinterpretación cultural de los estereotipos españoles.

El análisis textual de fragmentos de la tercera temporada de *Drag Race España* se realizó a partir de la siguiente hipótesis: la adaptación del formato global *Ru Paul's Drag Race* en España presenta, mediante la puesta en escena del programa y actitudes performáticas de los concursantes, elementos textuales de la cultura popular que forman parte del nacionalismo banal (Billig, 1995). Ello, con el fin de potenciar un *engagement* con una audiencia ideal que asiste a una reinterpretación de la identidad nacional de una España diferente.

El lema *Spain is different* llegó a representar no sólo el auge del turismo en la década de 1960, sino también la singularidad perturbadora de la dictadura franquista que terminó arraigando como una idea preconcebida incluso entre los historiadores. Muchos aspectos destacados de la historia con-

temporánea de España, como los pronunciamientos, el anticlericalismo, la formación de la identidad nacional, la Guerra Civil o la misma figura de Franco, a menudo se interpretan como ejemplos de su anormalidad o peculiaridad (Townson, 2010).

El diseño de investigación es cualitativo, exploratorio y se basó en el visionado de todos los capítulos de *Drag Race España* entre mayo de 2021 y el 31 de mayo de 2023, lo que corresponde a 25 capítulos⁴ correspondientes a las tres primeras temporadas. El grado de adaptación local del programa es ascendente: mucho mayor en la tercera que en las anteriores. De allí que seleccionamos la tercera temporada para la muestra del estudio.

El análisis textual permite la interpretación del texto audiovisual. Aunque buena parte de la literatura sobre análisis textual se basa en estudios sobre obras fílmicas (Carmona, 2000; Gaudreault & Jost, 1995), esta técnica de investigación es igualmente valiosa para interpretar otros contenidos audiovisuales. Así, nos basamos en patrones de análisis previos de estudios que deconstruyeron aparatos textuales audiovisuales no fílmicos por medio del análisis textual: desde series de televisión (Díaz & Galán-Fajardo, 2018) hasta *videoclips* (Aranzubia & Limón, 2021).

Cada capítulo de *Drag Race España* puede descomponerse en dos partes bien diferenciadas. En la primera de ellas cobra una mayor importancia el *reality show*, pues mediante pruebas de baja envergadura, el texto muestra las relaciones personales mediante conversaciones en el taller de costura del programa. Esta primera sección, a pesar de tener interés de investigación, sobrepasa nuestro tema de estudio, que es la reinterpretación de los estereotipos nacionales a través del arte del *drag*. La segunda etapa del programa (enfocada en la competición) ocurre cuando las *drag queens* representan elementos normalmente denominados "nacionales" o "españoles" por medio de sus *outfits* en pasarela y que serán determinantes para su permanencia en el programa. Además, en esta segunda parte de cada episodio, a menudo se incluyen "maxiretos" (así llaman en el programa a las pruebas semanales en las que se ponen a prueba las capacidades artísticas que debe tener una *drag queen*) en los que se hacen referencias intertextuales a símbolos de la cultura popular española.

En resumen, el análisis textual se aplicó a una muestra delimitada por la segunda parte de los episodios de la tercera temporada de *Drag Race España*. En dichos fragmentos se presta atención a todos aquellos elementos que suponen referencias directas a la identidad nacional de España, teniendo en cuenta, sobre todo, las actuaciones performáticas de todas las *drag queens* del programa (presentadora y concursantes) y, en menor medida, los códigos audiovisuales insertados en postproducción (música y sobreimpresiones gráficas). El visionado de estas segundas partes de cada capítulo se realizó en un total de diez ocasiones, en las que se fueron añadiendo a un documento semiestructurado en dos categorías principales: referencias a la identidad nacional por medio del *performance* y códigos audiovisuales insertados en postproducción.

4. Resultados

"*Spain is different*". Este es el título de la primera pasarela de la tercera temporada de *Drag Race España*. El desfile, presentado por Supreme Deluxe (host del programa), comienza con el que es quizás el rasgo gastronómico más identitario de España: el jamón. Una de las concursantes sale al escenario con un *look* que simula lonchas del producto ibérico, normalmente asociado a la raza y la hombría y que ya ha sido utilizado previamente en la cultura audiovisual, como en la película *Jamón, Jamón* (Bigas Lunas, 1992). Sin embargo, su actitud se aleja evidentemente de los significados implícitos, tradicionales, de este elemento de nacionalismo banal y opta por una performance donde destaca lo *camp* y lo amanerado (Figura 1). Además, para que esta actitud se muestre mejor, el texto hace uso de la división de la pantalla para complementar planos abiertos con otros más cerrados.

Con un tema más polémico, la drag *The Macarena* se *drag*uea con un outfit que representa un toro que lleva pinchadas dos banderillas en su costado. El cabello, peinado de forma similar a la cantante andaluza Lola Flores, presenta en su parte superior dos "elevamientos" que simulan los cuernos del animal (Figura 2). Tras presentarse en el plató, la concursante avanza unos pasos de forma dubitativa, como el miura en el ruedo durante el sufrimiento de la plaza para despojarse de la tela que

ubre su pecho. En ese momento se puede leer en su piel "Tortura no es cultura". De esta forma, un elemento que constituye uno de los estereotipos de la identidad española pero que genera distancia, también, en muchos españoles, es revertido en

una propuesta crítica frente al maltrato animal por medio de la *performance drag*. Además, no solo se reinvierte el estereotipo, sino que se desecha la tauromaquia como elemento constitutivo de la cultura nacional.

Figura 1. *Performance de Bestiah en la pasarela (Episodio 1)*



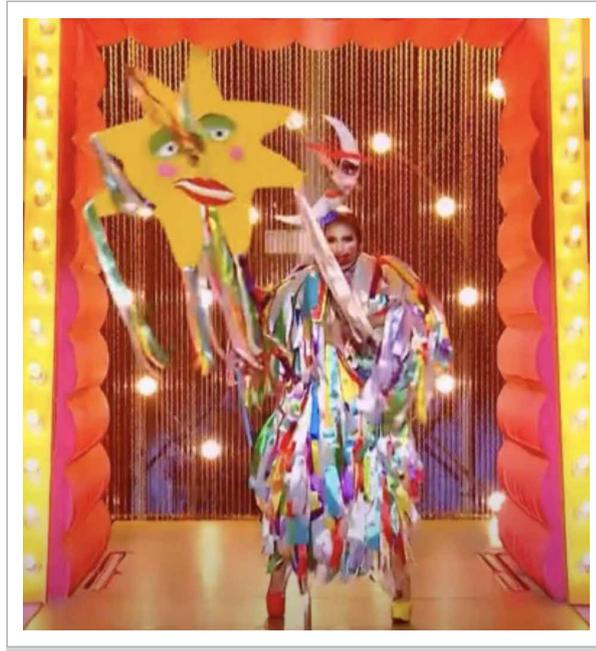
Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 2. *Performance de The Macarena en la pasarela (Episodio 1)*



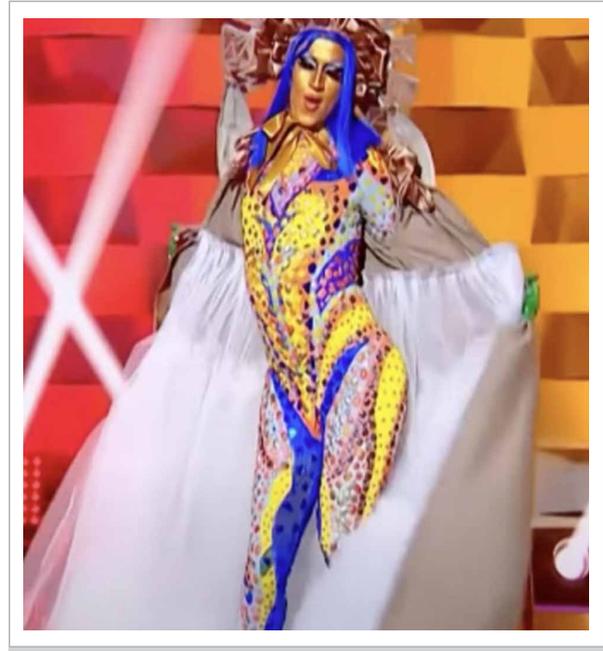
Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 3. Performance de Pakita en la pasarela (Episodio 1)



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 4. Performance de Visa en la pasarela



Fuente: Ibarreta (2023)

En las pasarelas no solo se reinterpretan estereotipos y elementos de nacionalismo banal españoles, sino que se da espacio a personas célebres de España que no tuvieron cabida durante la dictadura franquista ni en la memoria nacional, como el performer sevillano y activista LGTIBQ+ José Pérez Ocaña. Concretamente, la concursante sale al escenario con una recreación de un traje de papel y tela que el propio Ocaña confeccionó para celebrar unas fiestas infantiles de su pueblo natal: Cantillana (Sevilla). Sin embargo, el sol (que se puede ver representado en la **Figura 3**) comenzó a arder a causa de un accidente con las bengalas que lo rodeaban. El sevillano sufrió graves quemaduras y falleció días más tarde por un debilitamiento general de su organismo, sumado a una hepatitis previa (Aguilar, 1983).

En esta *runway* que lleva por lema "*Spain is different*" se destaca la importancia de bienes patrimoniales que, a veces, son relegados a lugares secundarios en el imaginario español frente a los monumentos más reconocidos (como la Sagrada Familia de Barcelona, la Mezquita de Córdoba o la Alhambra de Granada). Un ejemplo es cómo uno de los participantes transforma su cuerpo en el lagarto de Gaudí, que se encuentra en el Parque Güell de Barcelona (**Figura 4**).

Las referencias a personas icónicas de la cultura española son constantes en el resto de los episodios y las presentan a través de dos prismas performativos muy diferentes: la admiración y la crítica (abordaremos en detalle este segundo registro al referirnos a los maxiretos). Un ejemplo de *performance* desde la admiración sería la que abordó a Ocaña. Otros ejemplos de personalidades representadas honoríficamente en la pasarela corresponden a las artistas María Jiménez (programa 5) y Sara Montiel (programa 6); o cantantes de España en Eurovisión (programa 2). En este último bloque encontramos el caso de Nina, representante española en la versión del festival de 1989. La artista fue rememorada por una concursante en el episodio 2 de la temporada analizada (**Figura 5**). Con el fin de que el espectador sea consciente de la referencia intertextual, se vuelve a usar la pantalla partida, para que el receptor ideal pueda comparar la recreación y el original.

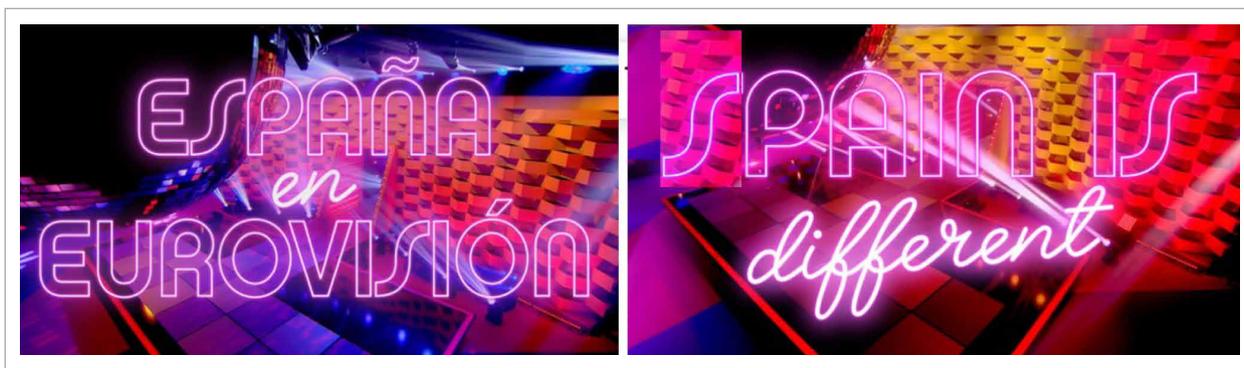
Es importante destacar también los elementos de enunciación como las sobreimpresiones gráficas. Los ejemplos más claros son los títulos de las pasarelas, especialmente los que hacen referencia explícita a la palabra España, en la que se usa una tipografía simple, sin serifas, pero moderna, iluminada con tonos rosas en neón (**Figura 6**).

Figura 5. Performance de Hornella Góngora en la pasarela (Episodio 2)



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 6. Sobreimpresiones gráficas para presentar la temática de las pasarelas



Fuente: Ibarreta (2023)

En cuanto a los códigos sonoros, es relevante tanto el uso del sonido diegético (reacciones y comentarios del jurado) como el extradiegético (música original del programa *Ru Paul's Drag Race* y voz en *off* de los concursantes para explicar el *outfit* con el que desfilan). Esto dota al texto de mayores elementos para ser entendido en su complejidad, ya que los profesionales están valorando al concursante mientras hace su *runway* y el participante ayuda a comprender qué representa su *look* por medio del total pregrabado. Las reacciones del jurado también son pertinentes para comentar en el marco de la sintaxis de la enunciación, pues se

montan secuencias de planos del desfile de los concursantes y planos en los que se ven las impresiones que provoca el *show* en los jueces (Figura 7).

Además de las pasarelas, el programa propone "maxiretos": se trata de pruebas en las que las *drags* ponen a prueba sus capacidades artísticas desde diferentes disciplinas como el humor, la improvisación o la imitación. Pues bien, en uno de los "maxiretos" encontramos el ejemplo más claro de *performance* de imitación crítica. Se trata de la sección *Snatch Game*, una parodia grupal ejecutada en el episodio 5 de la temporada analizada en la que

Figura 7. Imitaciones de *Hornella Góngora* y *Vania Vainilla* (Episodio 5)



Fuente: Ibarreta (2023)

Figura 8. Imitación de *Pink Chadora* (Episodio 5)



Fuente: Ibarreta (2023)

cada participante decide a qué personaje quiere imitar. Uno de los elegidos es el primer monarca de la democracia española tras la dictadura franquista, Juan Carlos I, quien aparece acompañado de Bárbara Rey, famosa *vedette* española que ha declarado en numerosas ocasiones haber sido su amante. Ambos están detrás de una cinta de video (Figura 8), elemento intertextual que hace referencia a las supuestas grabaciones que poseía la *vedette* sobre los encuentros íntimos con el monarca. Los concursantes interactúan entre ellos, intercambiando los VHS por dinero que proviene de la corona y, por lo tanto, del dinero de todos los ciudadanos españoles.

En ese mismo episodio otro de los participantes imita a Lola Flores, cantante célebre española, conocida como "La Faraona". Por medio de sus interacciones con otros personajes y el presentador (Supremme Deluxe), se recuerdan frases y momentos míticos de la folclórica jerezana como la pérdida de un pendiente de oro en el programa de televisión *Esta noche fiesta* (La 1, 1997), donde paró la actuación para advertir al presentador José María Íñigo que tenía que encontrarlo. Incluso se llega a adaptar⁵ culturalmente al personaje en una conversación con el concursante que imita al rey emérito, pues Lola Flores responde lo siguiente

ante la afirmación "Lola, tú siempre has sido muy monárquica": "Eso era antes". Otras referencias intertextuales son el *caracolillo* flamenco del peinado y los pendientes hechos con paquetes de Winston⁶; o el vaso de vino, en vinculación con su popular tema *Frente a una copa de vino* (Figura 9). Desde una óptica más actual, podemos establecer una relación con la campaña publicitaria *Con mucho acento* (Cruzcampo, 2021), ya que en su primera intervención, la concursante refiere que está "harta de estar en el metaverso".

Las referencias a elementos culturales también están presentes en el "maxireto" del cuarto episodio dedicado a la recreación de secuelas del terror *drag*. Específicamente, las concursantes tienen que interpretar cortos basados en películas célebres de terror españolas, como *Rec* (Plaza, 2007) o *El orfanato* (Bayona, 2007). Esta última es transformada en "El guarranato" que no solo procede a *drag*uear el film mediante un ejercicio meta-audiovisual, sino que introduce personajes de la televisión en España, como el presentador Juan y Medio, bajo el personaje de la médium "Juana y Médium". Resulta de interés comentar cómo se recrea el espacio de la película de Bayona (Figura 8), entremezclando el terror palpable a través del set de rodaje y el transformismo, aportado por los concursantes.

Figura 9. Concursantes interpretan la parodia *El guarranato*

Fuente: Ibarreta (2023)

5. Conclusiones

La reinterpretación de la identidad nacional en *Drag Race España* no solo permite un mayor acercamiento al receptor ideal del texto, sino que potencia una imagen actualizada y más moderna del país, dejando atrás los estereotipos habituales sobre el Estado ibérico. Los elementos culturales mostrados en los episodios de la tercera temporada incluyen tanto referencias a elementos de nacionalismo banal (jamón, Eurovisión) como críticas a aspectos controvertidos (monarquía o la tauromaquia). Éstos, ligados a elementos de enunciación propios de un programa de televisión —sobreimpresiones gráficas, montaje y sonido— son potenciados mediante la *performance drag* (Butler, 1990; Goffman, 2001) de los concursantes tanto en la pasarela como en los maxiretos, configurando como resultado una reinterpretación cultural de la identidad nacional. Por ende, no solo validamos la hipótesis de lectura inicial, sino que incluimos otros hallazgos como que la identidad nacional no solo se reinterpreta culturalmente a través de este formato, sino que se enriquece, introduciendo a personajes olvidados por una cultura del entretenimiento televisivo como Ocaña, y artistas del imaginario popular como Lola Flores o María Jiménez que han sido vitales para una cultura LGBT española.

El eslogan que utilizó la dictadura franquista durante años para promocionar el “imperio donde nunca se ponía el sol” (“Spain is different”) cobra sentido en la actualidad a través de *Drag Race España*. Se muestra una España diferente, que permite un acercamiento al programa televisivo desde distintos endogrupos y potencia el sentimiento de pertenencia (Leira, 2015; Eriksen, 1993), sobre todo cuando se ejecutan *performances* de admiración hacia personajes famosos de España, en el contexto de la “McTelevisión” (Waisbord, 2004). Las continuas referencias a la cultura española no solo potencian el *engagement* en el receptor ideal (público español), sino que ayudan a que los espectadores extranjeros (exogrupo) puedan conocer más elementos culturales de la identidad española fuera de los estereotipos clásicos.

Durante décadas, los espectáculos de transformistas permanecieron en la sombra frente a la represión. Ahora, sin obviar las dinámicas de *pinkwashing* (Sánchez-Soriano & García-Jiménez, 2020), se muestran en la plataforma de vídeo bajo demanda de uno de los principales grupos de comunicación a nivel nacional una España diferente por medio del *drag*.

Notas

1. Ru Paul es el nombre *drag* de Andre Charles, actor, músico y rostro popular televisivo en Estados Unidos y, luego, internacionalmente tras el éxito del programa que lleva su nombre.
2. Además de la versión original de Estados Unidos, *Ru Paul's Drag Race* se ha adaptado en Reino Unido, México, Filipinas, España, Francia, Bélgica, Países Bajos, Suecia, Alemania, Italia, Tailandia, Filipinas, Australia y Nueva Zelanda.
3. La Teoría Fílmica Feminista nace en los años setenta para "poner de relieve la importancia de las representaciones como producto social y cultural, y las repercusiones que esta representación que no son fruto sino de una interpretación social y cultural concreta del papel que deben ejercer las mujeres en la sociedad, tienen en la espectadora" (Castejón-Leorza, 2004, p. 306).
4. Los 25 capítulos se distribuyen así: 8 en la primera temporada; 10, en la segunda y 7, en la tercera.
5. Más allá de ser monárquica, Lola Flores ha sido criticada en repetidas ocasiones por su "vinculación" con el régimen franquista (Solís, 2023).
6. La Faraona popularizó un anuncio de la marca de tabaco en el que decía: "Si usted quiere estar lleno de vida... fume Winston... siempre Winston".

Referencias

- Aguilar, J. (1983, 19 de septiembre). El actor y pintor Ocaña murió en Sevilla víctima de una hepatitis. *El País*. https://elpais.com/diario/1983/09/19/cultura/432770413_850215.html
- Albornoz, L. A., & García-Leiva, M. T. (2016). *Diversidad e industria audiovisual: El desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica de México.
- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso.
- Aranzúbia, A., & Limón, N. (2021). El toro por los cuernos. Símbolos de lo español en un videoclip de Rosalía. *Quintana 19* (19), 113-128. <http://dx.doi.org/10.15304/qui.19.6044>
- Ibarreta, L. (Directora) (2023). *Drag Race España* [Temporada 3 [Reality show de competición en televisión]]. Buendía Estudios.
- Babuscio, J. (1977). Camp and the Gay Sensibility. En Dyer, R. (ed.), *Gays and Film*. British Film Institute.
- Berghahn, V. R. (2010). The debate on 'Americanization' among economic and cultural historians. *Cold War History*, 10(1), 107-130. <https://doi.org/10.1080/14682740903388566>
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. Sage Publications.
- Blanco, V. (2019). *La pantalla, el cuerpo, la herida: hacia una política de representación somato-afectiva de la vulnerabilidad queer* [Trabajo Fin de máster]. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona (España).
- Brennan, N., & Gudelunas, D. (2022). *Drag in the Global Digital Public Sphere: Queer Visibility, Online Discourse and Political Change*. Routledge.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, 40(4), 519-531. <https://doi.org/10.2307/3207893>.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Carmona, R. (2000). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Ediciones Cátedra.
- Díaz, S., & Galán-Fajardo, H. (2018). "Please don't be sorry, please do something". En torno al lugar de la mujer en *The Handmaid's Tale* (Hulu, 2017). En Hidalgo-Marí, T. (coord.). *Mujer y televisión: Géneros y discursos femeninos en la pequeña pantalla*. Editorial UOC.

- Edgar, E.-A. (2011). "Xtravaganza!": Drag Representation and Articulation in "RuPaul's Drag Race". *Studies in Popular Culture*, 34(1), 133-146. <http://www.jstor.org/stable/23416354>.
- Eriksen, T. H. (2010). Ethnic Identification and Ideology. En Eriksen, T. H., Amit, V. & Mitchell, J. P. (Eds.). *Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives* (pp. 70-94). Pluto Press.
- Fonseca, C., & Quintero, M. L. (2009). La Teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica* [México], 24 (69), 43-60. <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/154/145>.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.
- García-Calderón, G. I. (2020). Miradas sobre lo "queer": cine y representación. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, 51, 52-84. <https://doi.org/10.32870/lv.v6i51.7081>.
- García, F., & Rajas, M. (2011). *Narrativas audiovisuales: los discursos*. Icono14 Editorial.
- Gaudreault, A., & Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico. Ciencia y narratología*. Paidós.
- Gerstner, D. (2011). *Routledge International Encyclopedia of Queer Culture*. Routledge.
- Gil-Vázquez, A., & Lomas, S. (2021). Creadores queer y secundarias camp: feminidades cómicas y transgresoras en el cine clásico español. *Estudios LGBTIQ+, Comunicación y Cultura*, 1 (1), pp. 25-35. <https://doi.org/10.5209/eslg.75447>.
- Goffman, E. (2001). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu Editores.
- Goldmark, M. (2015). "National Drag: The Language of Inclusion in RuPaul's Drag Race". *GLQ*, 21 (4), 501-520. <https://doi.org/10.1215/10642684-3123665>.
- Gómez-Beltrán, I. (2018). *La representación de la masculinidad hegemónica en el cine LGTB español (1980-2000)* [Tesis doctoral]. Universidad de Oviedo.
- Gonzalez, M. (2022). Fantasies of Valentina: RuPaul's Drag Race and the Performance of Trans/Queer of Color Spectacular Obfuscation. *Transgender Studies Quarterly*, 9(4), 587-608. <https://doi.org/10.1215/23289252-10133803>.
- Hall, S. (1984). Notas sobre la deconstrucción de "lo popular". En Samuel, R. (ed.). *Historia popular y teoría socialista*. Crítica.
- Jenkins, S. (2013). *Hegemonic "realness"? An international feminist analysis of 'Ru Paul's Drag Race'* [Tesis doctoral]. Florida Atlantic University, Boca Raton, Estados Unidos.
- Leira, J. (2016). La activación de identidades. La redefinición de endogrupos y exogrupos. *Telos*, 20(2), 105-125. <https://doi.org/10.15304/t.20.2.2535>.
- Lispector, C. (2007). *Aprendiendo a vivir y otras crónicas*. Ediciones Siruela.
- Matterlart, A. (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Ediciones Paidós.
- Mérida, R. (2002). *Sexualidades transgresoras: Una antología de estudios queer*. Icaria.
- Narbate, A. (2021). Representaciones LGBTIQ+ en los largometrajes de Netflix: ¿inclusión o asimilación? *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, 1(2), 139-153. <https://doi.org/10.5209/eslg.77983>
- Quiroga, A., & Archilés, F. (2018). *Ondear la nación: nacionalismo banal en España*. Comares.
- Rich, B. (2013). *New Queer Cinema: The Director's Cut*. Duke University Press.
- Rivaya, B. (2002). Cine y homosexualidad. una nueva perspectiva de los derechos de gays y lesbianas, *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 1, 407-432. <https://doi.org/10.46661/revint-pensampolit.7528>.

- Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*. Routledge.
- Rueda-Laffond, J. (2018). De Cuéntame a Podemos: narrativas banales de la nación. En Quiroga, A., & Archilés, F. (Eds.). *Ondear la nación: nacionalismo banal en España*. Comares.
- Saavedra, M., Sánchez-Zaballos, E., & Fernández-Herruzo, J. I. (2022). La explotación de los servicios premium en la TV comercial: Veneno. En Saavedra, M., Grijalba, N., & Gago, R. (Eds.). *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: Mercado, narrativas y públicos*. Tirant lo Blanc.
- Sánchez, A. L. P., & Granados, P. F. Z. (2019). Análisis de técnicas de traducción en el subtítulo de RuPauls Drag Race. *Synergies Mexique*, (9), 85-121.
- Sánchez-Soriano, J. J., & García-Jiménez, L. (2020). The media construction of LGBTQ+ characters in Hollywood blockbuster movies. The use of pinkwashing and queerbaiting. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 95-116. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1451>.
- Smith, A. D. (1997). *La identidad nacional*. Trama Editorial.
- Stamm, L. (2012). *Sustaining life during the AIDS crisis: new queer cinema and the biopic* [Tesis doctoral], University of Pittsburgh, Estados Unidos.
- Thorpe, E. (2020). *Queer public figures in biopics*. University of South Wales.
- Toscano-Alonso, M. (2017). La representación cinematográfica de Eva Perón en los biopics: *Evita*, *Eva Perón* y *Juan y Eva*. *Revista AdMIRA*, 4, 33-57. <http://dx.doi.org/10.12795/AdMIRA.2017.01.03>.
- Townson, N. (2010). *¿Es España diferente? Una mirada comparativa* (siglos XIX y XX). Taurus.
- Turner, V. (1987). *The Anthropology of Performance*. PAJ Publications.
- Vázquez-Rodríguez, L.G., García-Ramos, F.J., & Zurian, F. A. (2020). La representación de identidades queer adolescentes en 'Sex Education', *Fonseca, Journal of Communication*, 21, 43-64. <https://doi.org/10.14201/fjc2020214364>.
- Waisbord, S. (2004). McTV Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television & New Media*, 5, 359-383. <https://doi.org/10.1177/1527476404268922>.

Sobre el autor:

Juan Ignacio Fernández-Herruzo es Doctorando en el programa Investigación en Medios de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Es profesor en el Departamento de Comunicación de la misma entidad por medio de un contrato financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (ref. FPU2022/02504). Forma parte del grupo de investigación Diversidad Audiovisual y participa en el proyecto "Diversidad y servicios audiovisuales a la carta por suscripción", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (2020-25).

¿Cómo citar?

Fernández-Herruzo, J. I. (2024). "Spain is different": reinterpretación cultural de la identidad nacional en *Drag Race España*. *Comunicación y Medios*, 33(50), 14-27. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.74753>