

Identidad cultural en las series de ficción en España¹

Enric Castelló²

Introducción

España vivió la ruptura del monopolio público estatal de televisión en 1982, cuando se crearon las primeras radiotelevisiónes regionales (autonómicas, tal como se denominan). Hasta entonces, Televisión Española (TVE) había ejercido como único ente público que emitía en todo el territorio. Los primeros canales autonómicos nacieron en la alegalidad (Euskal Telebista en 1982 y Televisió de Catalunya en 1983). Pero esta situación queda regulada con la Ley del Tercer Canal (1983), que permitió la consolidación de estas televisiones públicas autonómicas. Paulatinamente, y con el apoyo de los respectivos parlamentos autonómicos, fueron surgiendo otras televisiones circunscritas a las autonomías durante la década de los ochenta. Estas televisiones de ámbito territorial infraestatal fueron creciendo en tamaño empresarial y en índices de audiencia.

A principios de los noventa ya funcionaban seis experiencias de este tipo (País Vasco, Cataluña, Galicia, País Valenciano, Madrid y Andalucía) y un par de entes públicos (el vasco y el catalán) habían puesto en marcha un segundo canal cada uno. Por otra parte, en esta década aparecen las televisiones privadas de ámbito estatal (Telecinco, Antena 3 TV y, más tarde, Canal +). En este panorama, las televisiones autonómicas se convirtieron en el principal baluarte en la recuperación cultural y lingüística en los respectivos territorios, sobre todo en las comunidades reconocidas por la Constitución Española como “nacionalidades históricas” (País Vasco, Cataluña y Galicia), pero también en otras con lengua propia (País Valenciano) o con diferencias culturales marcadas (Andalucía). Actualmente (2004), la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) está formada por 8 entes autonómicos con un total de 12 canales³, que acaparan, en conjunto,

un 22% del *share* en España (fuente: FORTA).

Veinte años después de la aparición de las primeras experiencias, las autonómicas han alcanzado importantes éxitos de audiencia⁴ al tiempo que han venido desempeñando una función pública indiscutible en cada territorio. Esto les ha permitido lanzar series de ficción de producción propia (a partir de ahora SFPP), sobre todo en el caso de Euskal Telebista (ETB) y Televisió de Catalunya (TVC). El hecho de disponer de SFPP en su parrilla es un signo de madurez y, en su origen, constituyó un salto cualitativo sin precedentes, como recientemente apuntó el director de TVC, Joan Oliver⁵. De hecho, la programación de las televisiones autonómicas ha estado siempre marcada por las características culturales de cada autonomía (López, Risquete y Castelló, 1999). Pero son precisamente en las SFPP (que normalmente se sitúan como programas más vistos tras las retransmisiones de fútbol) donde se configura un mundo propio, en este caso de ficción. El arranque y consolidación de la producción de SFPP en los 90 se ha convertido en un puntal de la programación de estas televisiones de ámbito regional ya entrado el nuevo siglo.

Diversos autores han puesto de relieve la importancia tanto de la televisión (Schlesinger, 1991; Drummond, Paterson y Willis, 1993; Morley y Robins 1995; Martín Barbero: 2000) como específicamente de las series de ficción (Griffiths, 1993; Buonanno, 1999; O'Donnell, 1999; Moran, 1999; Fecé, 2003) en la representación cultural de una comunidad y hasta en la construcción nacional. Nuestra aportación pretende sumarse a este debate sobre la representación de la identidad a partir del análisis de las SFPP de las televisiones autonómicas como productos culturales que producen y reproducen la identidad de cada una de las regiones y naciones a las que se dirigen.

Las identidades culturales

El concepto de identidad es a nuestro entender una idea muy cercana a la de “sentido” puesto que, como postula la teoría semiológica de Saussure, las personas damos sentido a las cosas a través de la identificación (diferenciación) de los signos. La identidad presupone por tanto una alteridad: distinguimos unos atributos diacríticos entre “nosotros” y los “otros”. Para Manuel Castells, la identidad es un proceso en constante producción. La identidad nunca “es” sino que “se construye”:

“Por identidad, en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (Castells, 1997: 28).

Los aspectos que permiten que un sujeto se identifique con su pueblo son la geografía del territorio donde vive, la lengua propia, las instituciones políticas, las relaciones sociales y familiares y otros aspectos, constituyentes de lo que entendemos como “identidad cultural”. Identificamos por lo tanto a partir de la percepción de características comunes compartidas. Concluyendo este tema, que daría para un largo ensayo, la identidad de un pueblo sería, a nuestro entender, una representación intersubjetiva compartida por la mayoría de sus miembros. Esta es además una representación cultural, por tanto la identidad de un pueblo está absolutamente relacionada con su identidad cultural: “El problema de la identidad de los pueblos remite a su cultura” (Villoro, 1999: 63-64).

Finalmente, cabe explicitar que nuestra aproximación al termino se alinea con la vertiente pluralista del concepto. Algunos autores (Rodrigo, 2000; Kymlicka, 1999, Vervotec, 1996 y Lamo de Espinosa, 1995) han advertido de los peligros de considerar la identidad cultural desde un punto de vista esencialista y han apuntado la posibilidad de un nuevo racismo, el que considera la cultura y la identidad cultural como un elemento cerrado y unívoco, como un bloque

homogéneo. En este sentido, deberíamos hablar de identidades culturales, de maneras de entender una comunidad, dando siempre cabida a interpretaciones, puntos de vista diferentes y dudas necesarias ante cuestiones a menudo estériles como “¿qué es lo portugués?” o “¿qué podemos considerar genuinamente vasco?”.

En este sentido, la televisión se configura en la actualidad como el mayor mecanismo difusor de la cultura popular o cultura de masas y, por lo tanto, es la mayor plataforma de creación de identidad. Las televisiones autonómicas, en tanto que se erigen como televisiones de proximidad⁶, son un espacio de producción de identidades culturales.

Metodología y datos cuantitativos

Para llevar a término nuestra investigación, analizamos una semana muestra de la temporada 1999-2000 en las televisiones autonómicas y detectamos las SFPP presentes en la parrilla. Realizamos un visionado y recogimos información sobre cada una de las producciones. Determinamos los géneros, analizamos las estrategias de programación y detectamos su ubicación en la parrilla. Realizamos un análisis del contenido, anotamos los motivos de construcción de la identidad cultural y los pusimos en común. Como indica la tabla 1, las autonómicas emitieron un total de 1.830 minutos de SFPP (30'5 horas) en la semana muestra (22 al 28 de noviembre de 1999). Todos los canales emitieron alguna SFPP excepto Televisió Valenciana (TVV) y Telemadrid (TM).

Las cadenas vasca y catalana fueron las que más minutos dedicaron a SFPP (800 y 675 minutos, respectivamente). Concretamente, en la semana muestra, TV3 fue líder en minutos totales dedicados a SFPP (490). Por franjas horarias, destaca la programación de SFPP en horario matinal y en *prime time* (en España, considerado de 21.00 a 24.00 horas). Aún así, no todos los canales emitieron en estas franjas. TV3 (primer canal catalán) fue el que apostó más decididamente por el horario matinal (250 minutos), mientras que ETB 1 (primer canal vasco) lo hizo en *prime time* (220 minutos). La tarde (18.00 a 20.00 horas) y el *late night* (LN) (24.00 a 2.30 horas) no contaron con emisión de SFPP. En

Tabla 1. Minutos por semana de SFPP en las televisiones autonómicas (22 al 28 de noviembre de 1999)

	Programación de lunes a viernes							Fin sem.	Total
	Mañana (9 a 13 h)	ASM (13 a 15h)	Sobremesa (15 a 18 h)	Tarde (18 a 20h)	APT (20 a 21h)	PT (21 a 24h)	LN (24 a 2.30h)		
TV3	250	0	200	0	0	40	0	0	490
C33	0	0	0	0	0	0	0	185	185
ETB 1	0	215	0	0	0	220	0	0	435
ETB 2	50+145	0	0	0	170	0	0	0	365
TVG	0	0	0	0	0	185	0	0	185
CST	0	0	170	0	0	0	0	0	170
TVV	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TM	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	445	215	370	0	170	445	0	185	1.830

En cursiva, minutos dedicados a emitir capítulos repuestos.

Leyenda: ASM: Acceso Sobremesa; APT: Acceso Prime time; PT: Prime time; LN: Late night

Fuente: Elaboración propia.

horario de sobremesa (15.00 a 18.00 horas), el conjunto de televisiones emitieron 370 minutos de SFPP y en el acceso a sobremesa (13.00 a 15.00 horas) se programaron 215 minutos, todos ellos en ETB 1, aunque este tiempo corresponde a la repetición de los capítulos que el primer canal vasco emitió en *prime time*. El segundo canal catalán, Canal 33, ofreció la repetición de los capítulos los fines de semana (en concreto corresponden a *Laberint d'ombres*). La televisión vasca apostó por la programación de SFPP en horario de *prime time*, mientras

que repite en el acceso a sobremesa los capítulos del día anterior. El segundo canal vasco presentó una programación de mañana con ficción propia, aunque buena parte corresponde a episodios repetidos (145 minutos). Finalmente, Canal Sur Televisión (CST, Andalucía) y Televisión de Galicia (TVG) emitieron pocos minutos de SFPP. El canal gallego los emite en *prime time*, mientras que el andaluz los dispuso en horario de sobremesa.

Como se puede comprobar en la tabla 2, el género de SFPP más abundante fue el serial⁷.

Tabla 2. Tipología de las SFPP localizadas a la semana muestra

Canal	Título	Serialidad	Duración	Narrativa*	Programación	Género
TV3	Estació d'enllaç	Lun. a Vier.	45'	Cerrada	Matinal	Serie
TV3	Laberint d'ombres	Lun. a Vier.	30'	Abierta	Sobremesa	Serial drama
C33	Laberint d'ombres *	Sap. y Dom.	30'	Abierta	Access PT y PT	Serial drama
TV3	Plats Bruts	Lunes	30'	Cerrada	PT	Sit-com
ETB1	Goenkale *	Lun. a Vier.	30'	Abierta	Matinal	Serial drama
ETB1	Goenkale	Lun. a Vier.	30'	Abierta	PT	Serial drama
ETB2	Señorío de Larrea *	Lun. a Vier.	25'	Abierta	Matinal	Serial drama
ETB2	Señorío de Larrea	Lun. a Vier.	25'	Abierta	APT	Serial drama
ETB2	Maité	Viernes	45'	Abierta	Matinal	Telecomedia
CSTV	Plaza Alta	Lun. a Vier.	30'	Abierta	Sobremesa	Serial drama
TVG	Mareas vivas	Lunes	60'	Cerrada	PT	Serie
TVG	Pratos Combinados	Miércoles	55'	Cerrada	PT	Telecomedia

* estructura narrativa de cada episodio

(PT = Prime Time)

* Repetición

Fuente: Elaboración propia

Excepto TVG, todos los canales que programaron SFPP dispusieron de un serial: *Laberint d'ombres* (TV3), *Goenkale* (ETB1), *Señorío de Larrea* (ETB 2) y *Plaza Alta* (CST). Fuera de este género quedan producciones de TVC (*Estació d'enllaç* y *Plats bruts*), ETB (*Maité*) y TVG (*Pratos combinados* y *Mareas vivas*). Entre las características que hacen este género tan popular en las cadenas autonómicas, destaca su bajo coste de producción. Los decorados son reutilizados, la escasa acción o la rutinización de la producción hacen que esta sea más económica. Esto no significa que sea una producción de baja calidad. Los seriales de las televisiones autonómicas han ganado terreno en el campo de la calidad y son habituales escenas exteriores, en los guiones participan escritores de prestigio y el buen hacer de los actores garantiza la calidad. Las series emblemáticas de la producción propia autonómica se movieron hasta finales de los noventa en esta línea. De esta forma, los seriales se convirtieron en los estandartes de la ficción en las televisiones autonómicas. El serial más antiguo que se emite en territorio español no habla en castellano, sino en eusquera. Se trata de *Goenkale* (ETB1), con 10 años de antigüedad se emite diariamente desde hace diez años. Su director actual, Mikel Ezkurdia, indicaba: “Jamás pensamos que llegaríamos a permanecer diez años, ni que se llegaría a gravar el capítulo mil ochocientos setenta y pico”⁸.

A parte de los seriales, las televisiones han innovado con otros géneros y algunas experiencias más exitosas se inscriben en la comedia y la *sit-com* (por ejemplo, *Plats bruts*, *Jet Lag* o *Psico-Express*, de TVC). En el ámbito de la comedia, en la época estudiada, se consolidó el éxito de la serie más importante de la televisión gallega (*Pratos combinados*). ETB, TVC y Canal Sur TV coincidieron en programar seriales de 30 minutos de duración. Estos se dispusieron de lunes a viernes, en horario matinal y en repetición (*Señorío de Larrea* y *Goenkale* de ETB), o en horario de sobremesa (*Laberint d'ombres* y *Pratos combinados*). Por su parte, TVG configuró series de formato más largo, aproximadamente una hora de duración

(*Mareas Vivas* y *Pratos combinados*), y apostó por horarios de *prime time*.

Elementos de construcción de la identidad cultural

En las series existen aspectos que permiten hablar de construcción de identidad cultural. Aunque una investigación más exhaustiva nos abocaría más información, en nuestro caso consideramos que los elementos básicos de construcción de la identidad cultural en las SFPP estudiadas son:

Localización geográfica: La audiencia reconoce lugares por sus características toponímicas y físicas. Así, la aparición de espacios naturales de la Rioja Alavesa en *Señorío de Larrea*, o de la costa gallega en *Mareas vivas*, o de Sabadell en *Laberint d'ombres* son recursos que provocan una identificación inmediata de la audiencia a partir de su territorio, del lugar donde habitan. Encontramos dos modalidades diferentes.

- Espacio real: se referencia una ciudad o territorio real y su nombre. Está muy localizado en la televisión catalana. En las series producidas por TVC aparecen claramente las ciudades de Sabadell (*Laberint d'ombres*) y Barcelona (*Plats Bruts*).

- Espacio tipo: territorio imaginario que aglutina características culturales de la comunidad. De esta forma, se prefiere construir un lugar-tipo que represente la realidad vasca, andaluza o gallega. Así tenemos los pueblos ficticios de Arralde (*Goenkale*), Alminares (*Plaza Alta*) y Portozás (*Mareas vivas*), que representan realidades urbanas o rurales.

Arquitectura y edificios: También son importantes las arquitecturas que aparecen e, incluso, las organizaciones de los interiores y los espacios urbanos recreados en plató. En el pueblo ficticio de Arralde aparecen caseríos rurales, mientras que Alminares (andaluz) se desarrolla entre casas encaladas mediterráneas y Portozás (gallego) cuenta paseo marítimo con puerto (dónde se aparecen los barcos de pescadores). Entre estos exteriores destacan el espacio de la plaza y las calles de *Plaza Alta*. Uno de los lugares dónde se desarrolla la acción es un cortijo andaluz. En el capítulo 241 de *Plaza Alta*

una de las familias celebra el banquete de una boda en un patio típicamente andaluz, con una fuente o pozo en medio, con las paredes blanqueadas con cal, flores y plantas. Destaca también el caso de *Plats Bruts*, puesto que el espacio principal de la acción se desarrolla en un “piso de la derecha del *Eixample*, alrededor de la zona comprendida entre la Ronda de Sant Pere y la Gran Via. Es el típico piso ochocentista con galería descubierta que da al patio interior, con techos altos”⁹.

Nombres de los personajes: Otro aspecto importante es la aparición de nombres y apellidos autóctonos. Así, los personajes de las series catalanas se llaman David Güell (*Plats Bruts*), familia Aymerich y Pedrós (*Laberint d'ombres*); en las vascas encontramos personajes como Mikel, Joseba y Koldo (*Goenkale*), Celia y Emilio Irusta (*Señorío de Larrea*); en las gallegas están Miro Pereira y Balbina Santos (*Pratos Combinados*). La cuestión de los antropónimos es importante sobre todo en series donde se relata la historia de una saga familiar.

Actividades económicas y profesionales: Las profesiones y actividades que se desarrollan en las series tienen una clara tradición las comunidades. No es casualidad que *Pratos Combinados* presente la historia de una familia gallega que ha sido emigrante durante muchos años en Suiza y vuelve a Galicia para regentar un bar. Según la profesora de comunicación Margarita Ledo, *Pratos Combinados* representa la realidad de la clase media-baja gallega. En las series, las familias y los personajes se dedican a profesiones y actividades económicas habituales en cada comunidad¹⁰. Así, es remarcable el protagonismo de la elaboración de vino en *Señorío de Larrea*, la serie vasca localizada en la Rioja Alavesa; o en *Plaza Alta*, que refleja la tradición vinícola de zonas andaluzas.

Presencia de referentes y símbolos de identidad propia: En el capítulo 1.000 de *Goenkale*, un *ertzaintza* – miembro de la policía autónoma vasca s–, que es personaje habitual de la serie, interrumpe una fiesta para dar una mala noticia. Este caso de la policía autonómica también aparecerá en uno de los capítulos de *Plats bruts*, aquí son los *Mossos*

d'Esquadra – policía autónoma catalana – los que se presentan para resolver una situación. Se encuentran a menudo más símbolos identitarios en las series, que a veces pasan más desapercibidos y otras son muy explícitos. Por ejemplo, en un capítulo de *Plats Bruts*, a uno de los personajes se le aparece su conciencia nacional con un vestido folclórico y la bandera catalana (en una situación cómica). Los banderines de una fiesta en la serie *Goenkale* son *ikurriñas*, banderas de *Euskal Herria* (pueblo vasco).

Conflictos sociales y temas de actualidad: Los conflictos y aspectos sociales que aparecen en las diversas SFPP analizadas en la semana muestra se corresponden con las realidades sociales a las que se dirige cada serie. Así, *Goenkale* ha dedicado capítulos a temas como los derechos de las mujeres, las drogas, el sida, el racismo, la anorexia, etc. La dicotomía entre tradición y modernidad también ha sido un motivo argumental en las series catalanas. En *Maité* se presentan también varios personajes cubanos que se han integrado en la sociedad vasca. Trabajan y conviven con personajes vascos sin problemas. Según Mikel Garmendia,

“*Goenkale* es una comedia dramática que trata de describir la vida cotidiana de cualquier vasco, con problemas comunes y actuales, de un modo ameno. Con objeto de abordar temas de suma actualidad, *Goenkale* pretende reducir el número de programas grabados con antelación a dos o tres, para incluir noticias cercanas en el tiempo, inmediatas y actuales” (ETB, 2000).

El tratamiento de estos temas sociales pone en marcha mecanismos de identificación colectiva. Por otra parte, el ámbito del deporte también aglutina la identificación de la comunidad. En el capítulo trece de *Pratos Combinados*, los personajes viven muy intensamente el derby gallego de fútbol entre el Celta de Vigo y el Deportivo de la Coruña, un partido que se seguirá desde la televisión del Bar Suizo. En *Goenkale*, los hermanos Lasa eran jóvenes *pelotaris* (jugadores de pelota vasca, deporte autóctono) que dejaron

este deporte para dedicarse a dirigir un bar y un videoclub.

La lengua propia: Un elemento fundamental de la identidad cultural en las series es la utilización de la lengua propia, diferente al castellano, en aquellas comunidades que disponen de ella. Desde un punto de vista lingüístico, las SFPP autonómicas estudiadas se pueden dividir en tres grupos:

a. Series producidas en la lengua propia de la comunidad autónoma distinta al castellano: *Estació d'enllaç* (TVC), *Laberint d'ombres* (TVC), *Plats Bruts* (TVC), *Goenkale* (ETB), *Pratos Combinados* (TVG), *Mareas vivas* (TVG).

b. Series en castellano en una comunidad en la que esta es la lengua propia. El acento de los personajes se puede corresponder con el habla de la comunidad: *Plaza Alta* (Canal Sur).

c. Series en castellano en una comunidad autónoma con una lengua propia diferente: *Señorío de Larrea* (ETB) y *Maité* (ETB).

Las series catalanas y gallegas se encuentran en el primero grupo. En cambio, la televisión vasca ha producido también series en castellano y ha traducido y emitido en castellano la serie *Goenkale*. En este caso se debe tener en cuenta que la implantación del *euskera* (lengua propia del País Vasco) no está tan extendida como la del catalán o el gallego, lo que dificulta la difusión de las series. Los acentos y hablas de los personajes en las series son un factor también presente en las series. En *Plaza Alta*, de Canal Sur, se aprecia cómo los personajes tienen un acento andaluz. En otros casos, como las series catalanas, se escuchan acentos de las diferentes dialectos. Por ejemplo, en el caso vasco de *Goenkale*, la cuestión de la lengua es muy importante dado que el *euskera* presenta una gran variedad dialectal. Según indica el actor Mikel Garmendia,

“la serie ha dado una gran importancia al hecho de que en la televisión se emplee el mismo *euskera* que se habla en la calle con giros y acentos propios de cada zona de Euskadi” (ETB, 2000).

El registro lingüístico que los actores utilizan también influye en el factor de la

identidad. En este sentido, Oriol Grau, guionista de *Plats Bruts*, señala éste como uno de los aspectos fundamentales del éxito de la serie que los personajes hablen como se habla a la calle. Esto quiere decir que los protagonistas llegan a decir palabras soeces, insultos o expresiones de dudosa corrección lingüística.

Humor autóctono: *Pratos Combinados* (TVG), *Plats Bruts* (TVC) y *Goenkale* (ETB) construyen las situaciones cómicas en base a un tipo de humor gallego, catalán y vasco. El humor tiene un papel fundamental en la identificación de la audiencia con el espectáculo y los personajes como ha puesto de manifiesto Griffiths (1993). Dado que el humor es cultural (Rossich, 1996), se convierte en un elemento de identificación de la comunidad. Como dice uno de los seguidores de *Pratos Combinados*, “la gente quiere ver cosas más próximas, situaciones con humor que les sea más próximo” (Sanmartín Seoane, 2000). Los gallegos también utilizan sus particularidades en su serie cómica más importante. En varios capítulos utilizan motivos como el futbolístico, las *meigas* (personaje extraído de la mitología gallega) o el humor negro (en el capítulo 42 un representante de pompas fúnebres ofrece un catálogo de lápidas a una de las protagonistas). Estos son recursos que tienen un papel importante en el establecimiento de complicidades con el televidente gallego.

Presencia de la música y la cultura popular: En el caso de las televisiones gallega y andaluza es muy importante la presencia de la música celta y flamenca respectivamente (cabe recordar que uno de los programas con más éxito en la historia de TVG ha sido *Luar*, un espacio dedicado a la música autóctona). En el capítulo 1.000 de *Goenkale* se celebra una fiesta donde un joven se pone a cantar canciones en vasco con un acordeón. El capítulo 421 de *Plaza Alta* presenta una situación cómica en un bar en el que un guitarrista y una *bailaora* (que interpreta música flamenca) remueven todo el local y uno de los clientes acaba bailando sevillanas encima de una mesa.

Personajes famosos: La aparición de personajes populares de las comunidades

autónomas es también importante para establecer sintonías con la audiencia. Por ejemplo, en el capítulo del día 24 de noviembre de *Pratos Combinados* (“A rey das cestas”), aparece el jugador de baloncesto gallego Fernando Romay. Uno de los personajes de la serie estará a punto de dejar los estudios para dedicarse al baloncesto. En *Plats Bruts*, también encontramos la presencia de destacados personajes de la escena catalana, como el presentador Andreu Buenafuente, o el jugador F. C. Barcelona Sergi.

Conclusiones

Las televisiones autonómicas han encontrado en las SFPP un producto que les permite, por un lado, obtener buenos índices de audiencia, y por el otro, cumplir con uno de los objetivos de su razón de ser, ligados a su misión como plataforma de promoción de la lengua y la cultura propias de cada comunidad. Así, las SFPP suelen ser los programas con más audiencia de la televisión autonómica tras las retransmisiones de fútbol y, además, contribuyen a promover una industria audiovisual autóctona que regenera la producción cultural en cada territorio.

Como hemos observado, las SFPP autonómicas son programas de diferenciación programática que les permite competir con los canales estatales públicos (TVE1 y La2) y privados (Telecinco, Antena 3 TV y Canal +) aplicando diversas estrategias de programación. En el ámbito de los contenidos, los motivos temáticos, así como los personajes, exteriores y otros aspectos como la lengua propia, son determinantes en la construcción de la identidad cultural de cada comunidad – lo que aporta un valor añadido a la producción –. Entre los factores de construcción de la identidad cultural hemos detectado: la presencia del territorio a partir de la localización geográfica; la

representación del paisaje urbano y de la arquitectura autóctona; la utilización de antropónimos; la presencia de actividades económicas y profesionales; el uso de símbolos de la autonomía – policías, banderas, etc. –; el tratamiento de conflictos sociales que preocupen a la población y que están de actualidad; el uso de la lengua autóctona diferente al castellano; los gags humorísticos basados en un humor cercano; la presencia de música y de la cultura popular y la aparición de personajes famosos.

Así, hemos señalado algunos de los factores que configuran la construcción de la identidad cultural a través de las SFPP, sin descartar la presencia de otros que puedan desempeñar un papel importante. Lejos de presentar un panorama uniforme, la pluralidad en el seno del territorio estatal español se traduce también en una versatilidad de canales autonómicos con contenidos diferenciados, lo que enriquece el panorama audiovisual y cultural.

La observación de la tendencia cultural de las series observada a finales de los 90 parece mantenerse, e incluso incrementarse, en las últimas temporadas con producciones como *El Cor de la Ciutat*, *Temps de silenci* y *Majoria Absoluta* (TV3); *Rias Baixas* y *Galicia Express* (TVG); *Arrayán* (Canal Sur TV) o *Hasiberriak* (ETB), por poner algunas de las últimas producciones más interesantes. Esta observación nos lleva a la consideración de indicar que las series de ficción son, en primer lugar, un producto que debe funcionar en el ámbito cultural local. Estos productos culturales deben cumplir, en primera instancia, la exigencia de la identificación del público al que va dirigida la televisión. Como se puede observar en el mercado internacional del audiovisual, las ficciones exportables suelen ser de factura anglosajona, cuyos referentes culturales son quizás ya universales o, por lo menos, muy conocidos en cualquier otro ámbito cultural y lingüístico.

Bibliografía

Buonanno, Milly, *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa, 1999.

Castelló, Enric, *Sèries de ficció de producció pròpia a les televisions autonòmiques: gèneres, estratègies de programació i aspectes culturals*. Treball de recerca. Bellaterra: UAB, 2000.

Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol 2. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza editorial, 1997.

Drummond, Phillip; Paterson, Richard y Willis, Janet *Collective Identity, Television and Europe*. London: British Film Institute, 1993.

Euskal Telebista (ETB), *Dossier de prensa*. Gabinete de prensa de ETB, 2000.

Fecé, Josep Lluís, “Teleseries de producción propia e identidad nacional”. En Sampedro Blanco, Víctor Fco. *La pantalla de las identidades*. Barcelona: Icaria, 2003, p. 285-304.

Griffiths, Alison, “Pobol y Cwm. The construction of national and cultural identity in a Welsh-Language Soap Opera”. En Drummond, Paterson y Willis, 1993, p. 9-24.

Kymlicka, Will, *Ciudadanía multicultural*. Barcelona: Ediuoc-Proa, 1999.

Lamo de Espinosa, Emilio *Fronteras culturales*. Madrid: Alianza, 1995.

López, Bernat; Risquete, Jaume y Castelló, Enric, “España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal”. En Moragas, Miquel de; Garitaonandía, Carmelo y López, Bernat *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Barcelona, Valencia, etc.: UAB, UV, etc., 1999, p. 141-191.

Martín Barbero, Jesús, “Los géneros mediáticos y la identidad cultural de los pueblos”. En Universidad Pontificia de Salamanca, *Cultura y medios de comunicación III Congreso Internacional*. Salamanca: UPS, 2000, p. 105-131.

Moragas, Miquel de y López, Bernat, “Decentralization processes and “proximate television”. En Wang, Georget; Servaes, Jan. i Goonasekera, Anura. *The new communication landscape. Demystifying*

Media Globalization. London y New York: Routledge, 2000, p. 19-32.

Moran, Albert, “Popular Drama: Travelling Templates and National Fictions”. En Dietsen, Jan; Murdock Graham y Dahlgren, Peter. *Television across Europe*. London: Sage, 1999, p. 84-93.

Morley, David y Robins, Kevin, *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London: Routledge, 1995.

O'Donnell, Hugh, *Good times, Bad times. Soap operas and society in Western Europe*. Leicester: Leicester University Press, 1999.

Rodrigo Alsina, Miquel, *Identitats i comunicació intercultural*. València: Editorial 3i4.

Rossich, Albert, *De Rusiñol a Monzó: humor i literatura*. Publicacions de l'Abadía de Montserrat. Barcelona, 1996.

Sanmartín Seoane, X., “A retransmisión de Pratos Combinados”. En *O correo Galego*. Documento facilitado por Gabinete de prensa de Televisión de Galicia, 2000.

Schlesinger, Philip, *Media, State and Nation. Political Violence and Collective Identities*. London: Sage Publications, 1999.

Vervotec, Steven, “Multiculturalism, culturalism and public incorporation”. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 19, January (1), 1996.

Villoro, Luís, “Sobre la identidad de los pueblos”. *Ideas*, 1. Gener/Març, 1999, p. 62-72.

¹ Esta ponencia se enmarca en el proyecto de investigación “La construcción de la nación española en la época contemporánea. Cultura y política”, de la Universitat de València, dirigido por Ismael Saz Campos. Ministerio de Ciencia y Tecnología (BHA2002-01073). La investigación completa se puede consultar en Castelló, 2000.

² Estudios de Comunicación de la Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

³ Andalucía (Canal Sur, Canal 2 Andalucía); Canarias (TV Canaria); Castilla-La Mancha (TV Castilla-La Mancha); Madrid (Telemadrid); Cataluña (TV3, Canal 33); Galicia (TVG); País Valenciano (Canal 9, Punt 2); y País Vasco (ETB1, ETB2).

⁴ Como dato ilustrativo, en octubre de 2003, las autonómicas fueron líderes de audiencia en Cataluña (27%); País Vasco (23,4%); Andalucía (22,6%) y el País Valenciano (20,7%) (fuente: FORTA).

⁵ “*Poble Nou* [primera SFPP de TVC] ha sido determinante en la historia de TV3, porque nos convirtió en una cadena capaz de producir ficción. Hoy somos el primer productor de ficción de España y el décimo de Europa” (*La Vanguardia*, 7 de septiembre de 2003). Desde febrero de 2004, el director de TVC es Francesc Escribano.

⁶ Para profundizar sobre el concepto de *televisión de proximidad*, consulten Moragas y López (2000).

⁷ Según Barroso (1996), la característica básica del serial reside en la estructura narrativa abierta y una trama con una ramificación de argumentos considerable. El serial también puede ser denominado telenovela.

⁸ *El País*, 5 de enero de 2004 (p. 53)

⁹ Fuente : <http://www.elterrat.com/platsbruts/>

¹⁰ Entrevista realizada a Margarita Ledo por Bernat López y Jaume Risquete (Santiago de Compostela, 1997)