

Ficción televisiva y construcción de la identidad cultural. El caso vasco de *Goenkale*

Constructing cultural identity through television fiction. The Basque experience with Goenkale

Dr.D. Koldo Meso [C. V.]
Profesor del Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
koldo.meso@ehu.es

Dr. D. Jesús Pérez Dasilva [C. V.]
Profesor del Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
jesusangel.perez@ehu.es

Dña. Terese Mendiguren [C. V.]
Profesora del Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
terese.mendiguren@ehu.es

Resumen

Este artículo aborda los mecanismos de construcción de la identidad cultural en las series televisivas de ficción. El objeto de estudio es el serial de producción propia de la televisión autonómica vasca ETB *Goenkale*. Esta serie cuenta la vida cotidiana de los habitantes de la localidad vasca del mismo nombre y constituye un ejemplo del *vasquismo* en relación a los cuatro grandes registros de la narratividad: personajes, especialidad, temporalidad y temática. Los resultados ponen de manifiesto la importancia de la diferenciación cultural en su función en la construcción social de la identidad.

Abstract

This article researches on cultural identity construction mechanisms in television. The in-house production of fictional series in the Autonomous television channel in Basque Country was studied, through the analysis of one its more popular serials: *Goenkale*. This television domestic drama is about everyday life in a Basque town of the same name and constitutes a sort of metaphor of *basqueness* in all its narrative integrants: characters, spatial topics, temporal structures and themes. The results highlight the importance of the cultural difference in its function in the social construction of identity.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación
Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

Palabras clave: Identidad, ficción; televisión

Keywords: Identity; fiction; televisión

Sumario: 1. Introducción. 2. La ficción televisiva doméstica. 3. Construcción de la identidad cultural. 4. Definiciones de identidades culturales. 5. Análisis del caso vasco. 6. Aspectos de la construcción de la identidad cultural vasca. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía. 9. Notas.

Summary: 1. Introduction. 2. Television fiction. 3. Cultural identity construction. 4. Definitions of cultural identity. 5. Basque experience analysis. 6. Construction of Basque cultural identity. 7. Conclusions. 8. Bibliography. 9. Notes.

1. Introducción

El propósito de este artículo consiste en analizar hasta qué punto la producción televisiva dilucida los mecanismos utilizados en la producción de la identidad cultural a través de las series de ficción de producción propia. Se analiza la serie vasca *Goenkale* durante la temporada 2009; serie que cuenta los avatares de los habitantes de Arralde¹.

Como punto de partida, se considera la importancia de la ficción televisiva, en el segundo lugar (31,4%) por detrás de la información (38%) en los géneros televisivos en el ámbito estatal (Tous y Simelio, 2010). Una hegemonía que arranca en el mismo momento en que se produce el fin del monopolio televisivo en España. “Ente el año 1995 y el 2000, las series de ficción televisiva de producción nacional obtuvieron las preferencias del público espectador y vivieron un auge sin precedentes, cuyos efectos siguen siendo hoy vigentes a pesar de la aparición de nuevos contenidos. Sus emisiones desplazaron no sólo a las series americanas sino a otros géneros” (García de Castro, 2003: 151).

Opinión compartida por Martínez García (2008) quien afirma que “en la década de los 90 la ficción en la televisión española se forja una identidad propia y se consolida como macrogénero de preferencia de la audiencia. Su protagonismo sólo se ve mermado un par de años, del 2000 al 2002, por la llegada del *reality* a la programación televisiva”. Y por Mar Grandío para quien “la audiencia española prefiere las series nacionales y el *prime time* español ha estado tradicionalmente lleno de ficción doméstica dirigida principalmente a toda la familia” (Grandío, 2007). Y eso que la ficción (y sobre todo los dramas seriales de producción propia) constituye el género que cuenta con un mayor porcentaje de espectadores adolescentes y jóvenes (Lacalle, 2007).

Ahora bien, de manera paralela, series norteamericanas como *Expendiente X*, *Twin Peaks*... iniciaron en nuestro país en la década de los noventa una senda de logros que ha llegado hasta nuestros días con grandes éxitos como *CSI*, *House*..., “programas que llegan a ser, incluso, seña de identidad para las cadenas que las emiten en España” (Grandío, 2007).

Al contrario de lo que ocurre en el panorama académico anglosajón, donde, dentro de los denominados estudios de recepción, observamos la existencia de muchas investigaciones referentes a la ficción televisiva, en el caso español, apenas existen trabajos. Tal y como reconoce la anteriormente citada García de Castro (2003), la ficción televisiva ha sido un territorio poco explorado en los estudios del audiovisual español, generalmente excluido de los análisis al uso sobre funciones y significaciones culturales. Este escenario no tiene otro origen que el denunciado por el propio Martín Barbero (1999) como tradicional incompreensión de las ciencias sociales hacia los contenidos del medio televisivo.

Pero vivimos en los últimos años la consiguiente tendencia a la superación de esta visión peyorativa. La propia Mar Grandío (2007) aporta algo de luz con el análisis concreto de la recepción de la comedia de situación *Friends* en España, prestando especial atención a dos cuestiones: al concepto de entretenimiento; y a la actitud de los espectadores hacia los valores representados en esta serie.

Huertas y França (2001), presentan una reflexión sobre el modo en que se viene investigando al público juvenil de la televisión, lo que se conoce sobre sus modalidades de consumo y los resultados de un estudio propio acerca de la contribución de este medio en la creación de la identidad individual. Y al igual que ellos, Julián Pindado (2006), quien examina la relación que el colectivo de adolescentes establece con distintos contenidos mediáticos, al objeto de conocer su papel en la construcción de la identidad juvenil.

Medina, Rodrigo, Aran, Munté y Tharrats (2007), presentan un modelo para el análisis del discurso y lo aplican a la serie de ficción *Porca miseria*, analizando la estructura narrativa del sentimiento amoroso. Elena Galán (2006), por su parte, estudia la imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva. Mediante el análisis de contenido, se procede a la observación y al estudio de los estereotipos y representación de los inmigrantes.

Más novedosa parece ser la propuesta de Nuria Simelio (2010), quien analiza los estereotipos y representaciones sociales en las series de televisión de ficción creadas específicamente para internet. A su entender, la importancia de la ficción televisiva y su influencia sobre los cambios o perpetuaciones de las representaciones y estereotipos sociales sobre el público adolescente y joven hacen necesario analizar sus contenidos y ofrecer propuestas para enriquecer una discusión abierta sobre este tema. También analiza el papel que puede jugar la industria de ficción en las expectativas sociales creadas por las nuevas tecnologías y su relevancia en la alfabetización digital.

También es novedosa la propuesta de Tous y Díaz Noci (2009), quienes presentan un análisis comparado de las páginas web de series de ficción de *prime time*.

Las ya mencionadas Anna Tous y Nuria Simelio (2010) analizan el papel de la mujer en seis productos de ficción vascos y catalanes y comprueban que tanto la serialidad catalana como la vasca intentan no perpetuar estereotipos, pero que éstos se siguen transmitiendo. Algo muy parecido a lo que presentó el Instituto de la Mujer (2007) y la ya mencionada Galán Fajardo (2007), quien investiga la construcción de género y los estereotipos empleados en la ficción televisiva española a través de dos series de gran éxito, proponiendo un modelo de ficha de análisis que posibilite reconocer y categorizar estas representaciones.

Pero por lo que se refiere al tema que aquí nos ocupa, hay varios casos de estudios que han analizado el papel de las series de ficción en la configuración de la identidad cultural. Es el caso de Charo Lacalle (2007), quien pretende repensar el papel del primer canal televisivo público catalán (TV3) en la adaptación de las diferentes representaciones que configuran la identidad cultural catalana a las continuas mutaciones sociales, políticas y televisivas en curso, a partir de uno de sus dramas de producción propia *Ventdelplà*.

También Marta Pérez Pereiro (2007) analiza la producción de series en la Televisión de Galicia, como respuesta a un doble propósito. Por una parte, el interés económico de poner los cimientos de un sector productivo que está liderado por TVG en la medida en que se erige como productora o coproductora de la mayor parte de las obras audiovisuales gallegas. Por otra, garantizar una imagen positiva de la cadena, que la alejara del apodo despectivo de *Telegaita*, contraído por una tendencia programática eminentemente conservadora.

2. La ficción televisiva doméstica

Como ya hemos indicado al principio, durante los años de la oferta única de televisión, las producciones norteamericanas fueron hegemónicas, por lo que se puede concluir que la ficción televisiva española ha estado muy influenciada por la ficción importada.

Sin embargo, la liberalización del mercado televisivo español abrió la producción nacional a la importación de técnicas de producción americanas que propiciaron a su vez el nacimiento de culturas locales de ficción serial televisiva (García de Castro, 2003). Esta renovación del género estaba motivada, en gran medida, por las necesidades competitivas del nuevo mercado televisivo y respondía a una estrategia de las cadenas privadas por arrebatarse el liderazgo de audiencia a TVE a través del público joven.

Este fenómeno dio vida a mediados de la década de los noventa a producciones originales españolas cuyas especificaciones propias crecieron dando lugar no sólo a su equiparación con las series foráneas sino al fin de su hegemonía. No sólo se consolida una industria emergente de producción capaz de hacer frente a las exigencias del mercado, sino que asistimos al auge de la ficción serial española y al inicio de su exportación.

El estreno en Telecinco de *Médico de familia* en 1996 puso en marcha el modelo de las tragicomédias que rellenan todo el *prime time*. Es desde entonces cuando comienzan como un efecto en cadena el desarrollo vertiginoso de la ficción local que va desde la comedia familiar hasta las series dramáticas o de género.

Según la ya citada García de Castro, sus características eran:

- Las teleseries locales hegemонizan el *prime time*

- Las producciones locales excluyen a las americanas
- El género desplaza de los horarios de máxima audiencia a otros géneros
- Mayor rentabilidad de producciones en estudio y vídeo
- Registro multicámara y mayor ritmo narrativo
- Maduración temática (profesionales, jóvenes, acción, intriga)
- El nuevo realismo rompe con el modelo anterior
- Renovación de la puesta en escena, concepción narrativa y temática
- Se incorpora a esta evolución una triple tendencia: la herencia del costumbrismo realista de la telecomedia española original de los 80; las fórmulas del culebrón latino; y las fórmulas de las series americanas.

Y es en ese ámbito donde colocamos a *Goenkale*, cuya puesta en marcha supuso todo un reto para la televisión pública vasca y una experiencia prácticamente inédita en el Estado: la realización de una teleserie de ficción diaria.

En otoño de 1994, Euskal Telebista (ETB) quiso probar con una nueva fórmula: una serie de emisión diaria producida de forma novedosa, que se convertiría en el primer culebrón en euskera. Transcurrieron unos pocos meses y *Goenkale* se convirtió en un fenómeno social por su éxito de audiencia. Los primeros meses fueron decisivos a nivel de audiencias. Incluso la UPV-EHU realizó un estudio que explicaba ese fenómeno televisivo que se estaba produciendo. Después de 16 temporadas y más de 3.000 capítulos *Goenkale* es la serie más longeva de España y la tercera de Europa, detrás de las británicas *Coronation Street* y *Emmerdale*.

¿Cuál es el secreto del éxito? “No existen fórmulas mágicas. Creo que el principal ingrediente ha sido la fidelidad de un público que ha sabido encontrar el equilibrio entre el punto más costumbrista o cercano y la adaptación a los nuevos tiempos. Es decir, la capacidad de conservar pero a la vez innovar», sostiene en el periódico *El Diario Vasco*ⁱⁱ Behobide, que tomó el testigo de la dirección de la serie hace tres años de la mano de Jabi Elortegi, aunque antes lo habían hecho Alex Ezkurdia e Iñaki Eizmendi, padre de la idea.

De hecho, *Goenkale*, al igual que otras series que comienzan a producirse a mediados de la década de los noventa, se caracterizan por el sustrato narrativo que presentan, ya que su textualidad narrativa está basada en el realismo y la contemporaneidad como sus dos grandes valores predominantes. Las historias están impregnadas de los nuevos valores morales y/o sociales de la modernidad. El público reconoce situaciones y personajes, se identifica con lo que allí se narra.

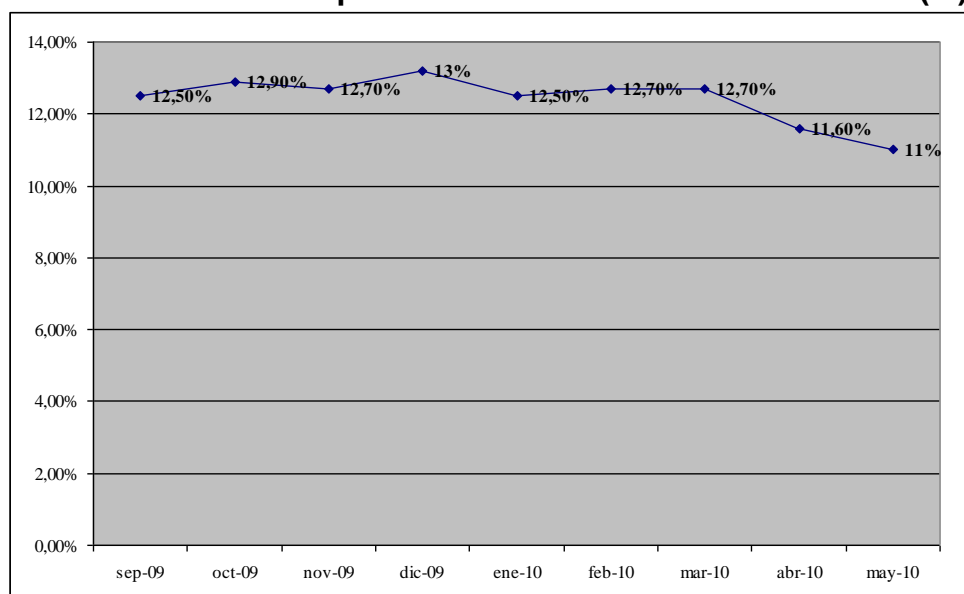
3. Construcción de la identidad cultural

La creación en 1982 de las primeras radiotelevisiones autonómicas supuso la ruptura en España del monopolio público estatal de televisión. Poco a poco, fueron surgiendo otras televisiones circunscritas a las autonomías durante la década de los ochenta, las cuales fueron creciendo en tamaño empresarial y en índices de audiencia

A comienzos de los noventa ya funcionaban seis experiencias de este tipo y un par de entes públicos habían puesto en marcha un segundo canal cada uno (País Vasco y Cataluña). Paralelamente, en esta década aparecen las televisiones privadas de ámbito estatal. 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)” (Castelló, 2005).

En la actualidad, la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA) está formada por doce entes de radio y televisión autonómicos, que acaparan, en conjunto un 11% del *share* en España.

Tabla 1: Share en España de las televisiones autonómicas (%)



Fuente: FórmulaTV. Elaboración propia.

Casi treinta años después de la aparición de las primeras experiencias, las televisiones autonómicas han alcanzado un éxito relativo de audiencia al tiempo que han desempeñado una función pública indiscutible en cada territorio. Ello les ha posibilitado poner en antena series de ficción de producción propia, lo que representa un signo de madurez (Castelló, 2005), convirtiéndose éstas en un puntal de la programación de estas televisiones.

Son muchos los estudios que ponen de relieve la importancia tanto de las televisiones como de las series de ficción en la representación cultural de una comunidad. La televisión constituye uno de los mayores mecanismos difusores de la cultura de masas y, por lo tanto, es la mayor plataforma de creación de identidad.

En este sentido, nuestra intención es sumarse a este debate sobre la representación de la identidad a partir del análisis de las series de ficción de producción propia de las televisiones autonómicas como productos culturales que reproducen la identidad de cada una de las regiones que constituyen su ámbito de influencia. Y concretamente analizaremos el caso de *Goenkale*, serie en *euskera* que forma parte de la parrilla de ETB y que es el serial más antiguo que se emite en territorio español.

4. Definiciones de identidades culturales

Para Manuel Castells, la identidad es un proceso en constante producción. “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).

Una idea, la del sentido, con la que Enric Castelló también identifica el concepto de identidad, puesto que “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*” (Castelló, 2005: 500).

El propio Castelló detalla cuáles son los aspectos que posibilitan que una persona se identifique con su pueblo: la geografía, la lengua, las instituciones políticas, las relaciones sociales y familiares, la cultura...

Joxerra Bustillo incide, de hecho, en la idea de la realidad cultural como el *leitmotiv* de la conciencia de ser al afirmar que “en la ingente tarea que supone la configuración nacional de un pueblo sin Estado, resulta primordial conseguir el retrato, más o menos fiel, de nuestro perfil. Por ello, es sustancial la existencia de un país literario, cinematográfico, musical o artístico, que proyecte hacia el exterior nuestra realidad cultural diferenciada e incube en el interior, sobre todo en las jóvenes generaciones, la conciencia de ser” (Bustillo, 2010).

5. Análisis del caso vasco

La cambiante configuración del panorama político (la coalición PSOE/PP se hace con el gobierno autonómico) y del ecosistema televisivo (puesta en marcha de la TDT, crecimiento de las cadenas privadas...) está poniendo en peligro la tradicional hegemonía de ETB en cuanto constructora y custodia del *vasquismo*, una doble función que el canal público vasco ha venido

desarrollando desde su creación en 1982, y que ahora se empieza a ver seriamente contestada en un entorno comunicativo más beligerante, donde ETB se ve obligado a situarse entre las apuestas de las grandes cadenas estatales (ficciones de éxito, *reality shows*, etc.) y la inevitable cercanía de los canales locales al espectador.

En cualquier caso, el papel de la ficción doméstica de ETB en la construcción de la *vasquismo* obliga a enfocar el tema desde una perspectiva televisiva, fundamentalmente por tres razones diferentes y de importancia en relación al tema que nos ocupa.

En primer lugar, porque la ficción constituye, junto con la información y el deporte (principalmente el fútbol, pero sin olvidar también la pelota) el género que más tiempo ocupa en la parrilla de ETB. Los programas informativos han sido el “vehículo privilegiado de expresión” de un modelo de televisivo propio de cualquier canal autonómico: programación de proximidad, que permita la identificación del espectador y la normalización de una lengua y una cultura propias (López, Risquete y Castelló, 1999). Así lo entendió la nueva dirección del ente autonómicoⁱⁱⁱ, al presentar, después del verano de 2009, la nueva programación de la cadena. Desde ETB, resaltaron la importancia de fomentar los contenidos en euskera dirigida a los jóvenes y su apuesta por la información y la producción propia^{iv}. En este sentido, la ficción seriada comienza a ser una de las referencias identitarias para los espectadores en las autonómicas.

En segundo lugar, porque esos tres elementos aportan a ETB un importante porcentaje de su audiencia total.

Y por último, porque la ficción constituye el género que cuenta con mayor porcentaje de espectadores adolescentes y jóvenes, garantes de ese *vasquismo* que planteamos.

5.1. Metodología

Para llevar a cabo la investigación, hemos analizado una muestra de capítulos de la serie de ficción *Goenkale* durante la temporada 2009, desde enero a junio. En concreto, hemos realizado un visionado de doce capítulos (se han seleccionado dos capítulos por mes) y un análisis del contenido, en base a una ficha elaborada exprofeso para ello y en la que, entre otras variables, se analizan los personajes, sus actividades profesionales, los lugares en los que transcurre la acción, la presencia de conflictos sociales y temática de actualidad, la aparición de personajes famosos...; aspectos básicos todos ellos que posibilitan hablar de construcción de identidad cultural.

Goenkale (ETB1, 1994-) es un serial abierto, el más antiguo de las televisiones de toda España. Se encuentra en su 16ª temporada. Los días de emisión son dos días consecutivos de la semana, actualmente lunes y martes, que han variado con el tiempo (hasta 2004 la emisión era diaria). Actualmente se emite

en horario de *prime time* (22-23h). La duración actual es de sesenta minutos. El género, telenovela costumbrista de ambientación rural. El idioma es el euskera. Una importante cantidad de personas relevantes de la sociedad vasca han aparecido en la serie, haciendo cameos (los cocineros Juan Mari Arzak, Martín Berasategi, la que fuera directora de Emakunde Txaro Arteaga y los entonces presidentes del Athletic de Bilbao y la Real Sociedad, Fernando Lamikiz y José Luiz Astiazarán). Además, ha sido una cantera para los actores vascos^v. En 2007 obtuvo el Premio a la Serie con Más Vida de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión y en 2003, el Premio de Periodismo Mañé i Flaquer por su actividad realizada en el ámbito de la cultura. El 12 de enero de 2010, *Goenkale* logró una audiencia que no registraba desde el verano de 2003. Fue visto por una media de 106.000 telespectadores, lo que supuso el 10,9%, según la productora^{vi}.

6. Aspectos de la construcción de la identidad cultural vasca

Durante el análisis de contenido de *Goenkale* se ha percibido la existencia de un conjunto de aspectos básicos que permiten hablar de construcción de la identidad cultural vasca. Nosotros seguiremos el esquema de Enric Castelló (2005).

Localización geográfica de la serie

La serie *Goenkale* se desarrolla en la localidad de Arralde, pueblo ficticio y que recrea un ambiente totalmente *euskaldun* y rural con múltiples referencias a aspectos típicos de la cultura vasca. Las historias que suceden en *Goenkale* reconstruyen un escenario paralelo a la realidad con el que el público se identifica. Vecina de Arralde suele aparecer la localidad también ficticia de Amaru, a la que, en ocasiones, suelen aludir los protagonistas de la serie.

Además, la audiencia reconoce lugares por sus características toponímicas y físicas. Así en *Goenkale* suelen aparecer vistas y paisajes de otras poblaciones vascas como Mutriku, Lekeitio, Getaria, Bermeo...

Pero igual de importante que la localización geográfica, lo es también los espacios urbanos recreados en plató. La calle principal de Arralde es "Goenkale" (*Calle de arriba*), y las escenas corresponden a un decorado exterior que hay en los mismos estudios de Miramón. Durante muchos años los exteriores se han grabado en la localidad costera de Orio (Gipuzkoa) y en la actualidad se graban también en Tolosa. A lo largo de las 16 temporadas se han utilizado diferentes escenarios como la Taberna Boga Boga, el Hotel Maitiena, el Bar Sobia, un *Txoko*, un videoclub, una panadería, un cuartel de la Ertzaintza y los hogares de los diversos personajes.

Antropónimos

Un aspecto interesante es la aparición de nombres y apellidos autóctonos, más aún en series donde se relata la historia de una saga familiar. Así, *Goenkale* arrancó su andadura centrándose en la vida de la familia Lasa, si bien con posterioridad se han ido incorporando otras sagas (Madariaga...) a medida que

éstas han ido ganando en protagonismo dentro de la serie. Por lo que se refiere a los antropónimos, los personajes de la serie vasca se llaman Martxelo, Urko, Josu, Koldo, Arrate, Kepa, Asier, Agurtzane, Mikel, Joseba...

Actividades profesionales

Las actividades profesionales que se desarrollan en las series juegan un papel importante en la construcción de la identidad cultural. De hecho, en *Goenkale*, las familias y los personajes se dedican a profesiones y actividades económicas habituales en la Comunidad Autónoma Vasca. Así, destaca la presencia de un armador, de quien regenta una taberna (*bar*),

Temáticas abordadas

El panorama televisivo, con muchos más canales que hace 16 años, y los gustos del espectador han ido cambiando, lo que ha obligado a cualquier serie televisiva a ir ajustando sus temas y técnicas. En el caso de *Goenkale*, al principio, era más costumbrista. Luego las tramas se han ido adaptando a los tiempos. Esta serie no ha dudado así en acercarse a asuntos de actualidad como el tráfico de drogas, la emigración o las adopciones internacionales, los abusos sexuales, los desfalcos.... El público encuentra historia ubicadas en un entorno muy cercano que le es reconocible.

Podemos decir que el ingrediente principal del éxito de *Goenkale* ha sido la fidelidad del espectador gracias a la capacidad de encontrar la medida entre un público fiel, de siempre, a cuyas expectativas quiere responder y por otra parte un nuevo público al que desde la productora y la cadena se quiere enganchar con temáticas que le resultan fácil reconocer. “El principal ingrediente ha sido la fidelidad de un público que ha sabido encontrar el equilibrio entre el punto más costumbrista o cercano y la adaptación a los nuevos tiempos”, señala Olatz Behobide, quien fuera directora de la serie^{vii}. “Cuenta historias, historias creíbles y que emocionan”. Ese es, según la opinión del subdirector de Programas de Euskal Telebista, José María Otermin, “el pequeño gran secreto” del éxito de *Goenkale*^{viii}.

Presencia de lengua propia

La utilización de la lengua propia en las series constituye uno de los elementos fundamentales de la identidad cultural de aquellas comunidades que disponen de ella. *Goenkale* se emite en euskera y, precisamente el idioma es otro secreto de la buena marcha de la serie. En ETB se habla, en general, un euskera muy académico, pero en *Goenkale* se usa un euskera más propio de la calle, con giros y acentos propios de cada zona del País Vasco; presenta una gran variedad dialectal.

Ahora bien, los últimos datos de audiencia que sitúan en una posición delicada a ETB, parecen guardar relación con la cuestión idiomática. En una comparecencia en la comisión correspondiente del Parlamento Vasco, el

director general de EITB, Alberto Surio, dio por agotado el modelo de programación en euskera, vigente desde hace 25 años^{ix}, considerando prioritario rediseñar la oferta en dicho idioma, tras el retroceso de los últimos años de la audiencia de ETB1, que ha perdido 100.000 espectadores^x. A juicio de Surio, “el factor de la militancia *euskaltzale* de antaño ya no es suficiente ante las nuevas generaciones alfabetizadas en euskera”, si bien sigue entendiendo que la promoción de la lengua vasca es una de las claves de la emisión de EITB.

Cameos de famosos

La aparición de personajes famosos también es importante para establecer sintonías con la audiencia. Así, *Goenkale* tiene una larga tradición de cameos a sus espaldas desde que se estrenó en 1994. Por sus decorados han pasado cocineros, deportistas, presentadores de televisión, músicos, escritores... desde el escalador Patxi Usobiaga al futbolista Iñigo Díaz de Cerio; desde el actual Ararteko, Iñigo Lamarca, al cantante Mikel Urdangarin; desde Natalia Zabala -Miss España 2007- a la pertiguista Naroa Agirre, a la que le gustó tanto la experiencia que los guionistas le crearon un personaje a su medida. Y es que quince años y casi 3.000 capítulos dan para mucho.

7. Conclusiones

ETB ha encontrado, al igual que el resto de televisiones autonómicas, en las series de ficción de producción propia un elemento que les posibilita no sólo asegurarse buenos índices de audiencia, sino también ser impulsores de la promoción de la lengua y la cultura propias. Y eso, a pesar de que en la Comunidad Autónoma Vasca, al coexistir dos lenguas oficiales (euskera y castellano), ETB produce y emite series de éxito en castellano.

En el ámbito de los contenidos, la localización geográfica, las temáticas abordadas, los personajes, la lengua autóctona diferente al castellano... son determinantes en la construcción de la identidad cultural de cada región; factores todos ellos que han sido detectados en la serie *Goenkale*, un producto que funciona en el ámbito cultural local, como lo atestiguan los 16 años que lleva en pantalla y que la convierten en la serie de ficción más longeva de España.

8. Bibliografía

Alexanian, Andras, Montesinos (2009). *Análisis de género de los medios catalanes de comunicación audiovisual*. Barcelona: Indera.

Altes E. y Puig M. (2005). “Qui figura a les notícies? El projecte global de seguiment dels mitjans”. Londres: Global Report.

Baca Lagos, Vicente (1995), “El análisis de las Representaciones Sociales de los Géneros y los Estudios de la Mujer en España”. En: *Las mujeres y la*

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

publicidad. Nosotras y vosotros según nos ve la televisión. Madrid: Instituto de la Mujer.

Buonanno, M. (2005) “La masa y el relleno. La miniserie en la ficción italiana”, en Lacalle, R. (coord.), *De Signis 7/8. Los formatos de la televisión*, Gedisa, Barcelona, p. 19-30.

Bustillo Kastrexana, Joxerra (2010). “Un país que sí existe”. En *Deía*, del 23 de junio de 2010, pp. 4-5.

Castelló, Enric (2005). “Identidad cultural en las series de ficción en España”. Actas del *III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico* celebrado en Covilha (Portugal) del 21 al 24 de abril de 2004. Vol III, pp. 499-507. En <<http://www.bocc.uff.br/pag/castello-enric-identidad-cultural-en-las-series-de-ficcion-en-espana.pdf>>. Accedido el 23 de junio de 2010.

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

Castelló, Enric (2004). “Mecanismos de construcción de la identidad cultural en las series de ficción”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, diciembre, año/vol. X, nº 20, pp. 45-77.

Ceulemans, Mieke y Fauconnier, Guido (1979), *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social*, UNESCO: Dep. de la Comunicación de la Universidad Católica de Lovaina.

Fagoaga, Concha; Secanella, Petra (1984), *Umbrales de presencia de la mujer en la prensa española*, Instituto de la Mujer, Madrid.

Franquet, Rosa (dir.) (2004), “Representación de género en los principales medios de comunicación online”. Madrid: Instituto de la Mujer.

Galán Fajardo, Elena (2006). “La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. *El Comisario y Hospital Central*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 61. En <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm>>. Accedido el 15 de junio de 2010.

Galán Fajardo, Elena (2007). “Construcción de género y ficción televisiva en España”. En *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, nº 28, pp. 229-236.

García de Castro, María (2003). “Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000”. En *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, nº 14, pp. 151-168.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

Grandío, Mar (2007). “Recepción de la ficción televisiva norteamericana en España. El caso de *Friends*”. En *Ecompós*, vol. 10. En <http://www.compos.org.br/files/03_MarGrandi.pdf>. Accedido el 15 de junio de 2010.

Huertas, Amparo; França, María Elisa (2001). “El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo”. En *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, nº 11, pp. 331-350.

Instituto de la Mujer (2007). *Tratamiento y representación de las mujeres en las teleseries emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional*. Madrid: Instituto de la Mujer

Kivikuru, U.; Altés E. (2000). *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Estudios en el marco del Programa de Acción Comunitaria para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000), Informe final, junio 1997. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.

Lacalle, Charo. (2002), “Èxits i fracassos. Anàlisi de cas: Temps de silenci i Cuéntame cómo pasó”, *Quaderns del CAC*, pp. 37-49.

Lacalle, Charo (2007). “Ficción televisiva y construcción de identidad cultural. El caso catalán”. En *Opción*, año 23, nº 52, pp. 61-71.

López, Bernat; Risquete, Jaume; Castelló, Enric (1999). “España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal”. En Moragas, Miquel de; Garitaonandia, Carmelo; López, Bernat (eds.) *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Martín Barbero, J.; Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.

Martínez García, Luisa del Carmen (2008). *La ficción televisiva de TV3 como productora de referentes de identidad cultural catalana: estudio de caso de la sitcom Plats Bruts*. Tesis doctoral defendida en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Autònoma de Barcelona en febrero de 2008.

Medina, P.; Rodrigo, M.; Aran, S.; Munté, R.; Tharrats, J. (2007). “Los modelos de amor en la ficción televisiva seriada. Estudio de caso: *Porca misèria*”. En *Quaderns del CAC*, nº 29, pp. 85-94.

Menéndez, M^a Isabel (2002) “Imagen actual de las mujeres en la información”. En *Mujeres en Medio. Revista Género y Comunicación*, nº 4. Madrid: AMECO.

Pérez Pereiro, Marta (2007). “La utopía identitaria de las series de ficción gallegas”. Curso de Verano *Televisión y Ficción*, celebrado en la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Santiago de Compostela del 16 al 19 de julio de 2007. En < http://www.cefilmus.org/wp-content/uploads/2009/06/texto_mppereiro.pdf>. Accedido el 15 de junio de 2010.

Pindado, Julián (2006). “Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente”. En *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, nº 21, pp. 11-22.

Sánchez Leiva, M^a J. y Reigada Olaizola, A. (2007), “Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias”. En: *Crítica feminista y comunicación* Sánchez Leiva, M^a J. y Reigada Olaizola, A. (coord.) Sevilla: Comunicación Social.

Simelio, Nuria (2010). “La representación de las relaciones sociales en las series de ficción digitales creadas específicamente para Internet. La televisión como contribución a la alfabetización digital”. En <<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/>>. Accedido el 15 de junio de 2010.

Tous, Anna y Díaz Noci, Javier (2009). “Estratègies d interactivitat i ficció televisiva: anàlisi comparada de pàgines web de series de *prime time*”. En *La metamorfosi de l espai mediàtic*, vol. 2, Universitat Ramon Llull. Barcelona: Tripodos, pp. 1018-1091.

Tous, Anna y Simelio, Nuria (2010). “El papel de la mujer en las series de ficción vascas y catalanas”. En Meso, Koldo y Larrondo, Ainara (editores). *Actas de las 2^a Jornadas sobre Mujeres y Medios de Comunicación*. Bilbao: Servicio Editorial de la UPV/EHU.

Vilches, L. (coord) (2009). *Mercados globales, historias nacionales*. Barcelona, Gedisa.

9. Notas

1 [1] Arralde es el nombre de la localidad donde se desarrolla la trama de Goenkale. Los interiores se ruedan en los estudios Miramon de EITB, y en distintas ubicaciones del País Vasco, principalmente en Orio y Tolosa. Además, suelen aparecer vistas y paisajes de otras poblaciones vascas (Mutriku, Lekeitio, Getaria, Bermeo...). Vecina de Arralde, se encuentra la también

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

ficticia villa de Amaru, a la que los protagonistas suelen aludir en ocasiones. La calle principal de Arralde es «Goenkale» (Calle Mayor), y las escenas corresponden a un decorado exterior que hay en los mismos estudios de Miramón. A lo largo de 16 temporadas se han utilizado diferentes escenarios como la Taberna Boga Boga, el Hotel Maitiena, el Bar Sobia, un txoko, un videoclub, una panadería, un cuartel de la Ertzaintza y los hogares de los diversos personajes.

2 [2] El Diario Vasco, 1 de mayo de 2010.

3 [3] Alberto Surio fue nombrado el 18 de junio de 2009 director general de EITB a propuesta del nuevo Gobierno Vasco que salió de las elecciones celebradas ese mismo año.

4 [4] Por lo que respecta a los informativos, se amplió su franja horaria. El deporte también está muy presente tanto en las retransmisiones de fútbol como de baloncesto. Y los estrenos de producción propia de ficción y de entretenimiento constituyeron otra apuesta fuerte.

5 [5] Por esta serie han pasado más de 350 intérpretes a lo largo de sus dieciséis años de historia. También han pasado más de 30 guionistas, se han escrito más de 200.000 folios y ha habido tramas curiosas. En estos dieciséis años y casi 3.000 capítulos, por esta producción han pasado cuatro directores que han sido Iñaki Eizmendi, Alex Ezkurdia, Jabi Elortegi y Olatz Beobide.

6 [6] <<http://www.pausoka.com>>

7 [7] El Diario Vasco, 9 de noviembre de 2008.

8 [8] El País, 3 de septiembre de 2003.

9 [9] ABC, 22 de junio de 2010.

10 [10] Según datos de la primera medición de audiencia del CIES en 2010 ETB1 y ETB2 sumaban de lunes a domingo 748.000 telespectadores.

CV de los autores:

Dr. D. Koldo Meso [C. V.]
Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
Barrio Sarriena, s/n, C.P. 48940, Leioa (Vizcaya)
Teléfonos: 94 601 5187

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

koldo.meso@ehu.es

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, es profesor titular de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la misma Universidad, donde imparte las asignaturas de Modelos de los Medios de Comunicación e Introducción al Periodismo.

Durante los últimos quince años ha volcado toda su labor académica e investigadora en el terreno del Periodismo en Internet. Fruto del interés por esta materia son sus aportaciones en varias revistas de carácter científico, tanto de ámbito nacional como internacional, en forma de artículos y su participación en diversos proyectos de investigación que abordan esta misma temática. Asimismo, también es coautor de diversos libros que profundizan en el ciberperiodismo y ha participado como ponente en congresos y cursos de verano donde se ha debatido el tema del Periodismo en Internet.

Dr. D. Jesús Pérez Dasilva

Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
Barrio Sarriena, s/n, C.P. 48940, Leioa (Vizcaya)
Teléfonos: 94 601 2331

jesusangel.perez@ehu.es

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco, es profesor agregado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la misma Institución, donde imparte las asignaturas de Redacción Ciberperiodística y Géneros Informativos.

Durante los últimos años su labor académica e investigadora se ha centrado en los medios de comunicación locales y en el Ciberperiodismo, con publicaciones como "Terrorism and politics are the main topics in the front pages of the Basque press" (Revista Latina, 2010); "Las televisiones locales del País Vasco en Internet" (Revista Latina, 2009); "Webs municipales del País Vasco y Navarra: Importancia de la dimensión de servicios y retraso en el aspecto informativo" (*Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2007); "La comunicación institucional y de servicios. Las páginas web municipales de las capitales de provincia españolas" (*Análisi*, 2006); "El interfaz gráfico de usuario y la orientación a la compra en las revistas de consumo de informática: El caso de *Computer Hoy*" (*Zer*, 2006); "El desarrollo de la televisión local en Vizcaya" (*Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2004).

Dra. Dña. Terese Mendiguren

Departamento de Periodismo II
Universidad del País Vasco (UPV-EHU)
Barrio Sarriena, s/n, C.P. 48940, Leioa (Vizcaya)

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

Teléfonos: 94 601 2328
terese.mendiguren@ehu.es

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad del País Vasco. Es profesora laboral interina en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la misma Institución, donde imparte las asignaturas de Modelos de los Medios de Comunicación y Redacción en Radio.

Durante los últimos años su labor académica e investigadora se ha centrado en terminar la tesis que lleva por título “La participación ciudadana en la Prensa. El caso del diario *El Correo* y su pionero Modelo participativo Enlace” así como en participar en diversos congresos sobre Ciberperiodismo y Web 2.0. A nivel profesional ha trabajado como redactora y coordinadora de programas de ETB y Bilbovisión, cadena esta última donde también ha ejercido de reportera, locutora y presentadora de diversos espacios de entretenimiento y cultura. Ha sido Colaboradora eventual de *El Correo* y el canal Campus de *elcorreo.tv*.

* Este artículo se basa en la investigación “Gizona eta emakuneen irudia Euskal Herriko eta Kataluniako telesailetan eta beren web orriak” (24/2009PRO), financiada por Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer, concedida a la Universidad del País Vasco (Koldo Meso, IP, y María Ganzabal) y realizada por dichos investigadores y los de la Universidad Autónoma de Barcelona (Anna Tous y Nuria Simelio).

ⁱ Arralde es el nombre de la localidad donde se desarrolla la trama de *Goenkale*. Los interiores se ruedan en los estudios Miramon de EITB, y en distintas ubicaciones del País Vasco, principalmente en Orio y Tolosa. Además, suelen aparecer vistas y paisajes de otras poblaciones vascas (Mutriku, Lekeitio, Getaria, Bermeo...). Vecina de Arralde, se encuentra la también ficticia villa de Amaru, a la que los protagonistas suelen aludir en ocasiones. La calle principal de Arralde es «Goenkale» (*Calle Mayor*), y las escenas corresponden a un decorado exterior que hay en los mismos estudios de Miramón. A lo largo de 16 temporadas se han utilizado diferentes escenarios como la Taberna Boga Boga, el Hotel Maitiena, el Bar Sobia, un txoko, un videoclub, una panadería, un cuartel de la Ertzaintza y los hogares de los diversos personajes.

ⁱⁱ *El Diario Vasco*, 1 de mayo de 2010.

ⁱⁱⁱ Alberto Surio fue nombrado el 18 de junio de 2009 director general de EITB a propuesta del nuevo Gobierno Vasco que salió de las elecciones celebradas ese mismo año.

^{iv} Por lo que respecta a los informativos, se amplió su franja horaria. El deporte también está muy presente tanto en las retransmisiones de fútbol como de baloncesto. Y los estrenos de producción propia de ficción y de entretenimiento constituyeron otra apuesta fuerte.

^v Por esta serie han pasado más de 350 intérpretes a lo largo de sus dieciséis años de historia. También han pasado más de 30 guionistas, se han escrito más de 200.000 folios y ha habido tramas curiosas. En

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad La Laguna, diciembre de 2010

estos dieciséis años y casi 3.000 capítulos, por esta producción han pasado cuatro directores que han sido Iñaki Eizmendi, Alex Ezkurdia, Jabi Elortegi y Olatz Beobide.

^{vi} <<http://www.pausoka.com>>

^{vii} *El Diario Vasco*, 9 de noviembre de 2008.

^{viii} *El País*, 3 de septiembre de 2003.

^{ix} *ABC*, 22 de junio de 2010.

^x Según datos de la primera medición de audiencia del CIES en 2010 ETB1 y ETB2 sumaban de lunes a domingo 748.000 telespectadores.