

# **La identidad cultural: Representaciones de la identidad y su interacción con la construcción de la “mujer valenciana” en la televisión autonómica**

Cristina Marqués i Ferrer

## **Introducción**

El planteamiento teórico de esta propuesta se fundamenta en la percepción de la sociedad actual como una realidad multicultural, cualificada significativamente por la diversidad cultural y en la que las realizaciones de interacción pragmática son esencialmente interculturales. En la base de toda identidad esta el diálogo intercultural. La construcción social de un nosotros es siempre en función del otro, diremos con Aranguren (1993), la ipseidad es, siempre, en función de la alteridad.

En esta propuesta reflexiva tomaremos el género como elemento definidor del nosotros. La mujer en este caso, sus representaciones y la lectura que de ellas se hace en un medio de comunicación público autonómico. Las representaciones de esta identidad colectiva quedan geográficamente acotadas en una comunidad autónoma dentro del estado español de las autonomías. La televisión pública de la Comunidad Valenciana nace en 1984 y en el Preámbulo de la Ley de Creación del Ente RTVV 7/1984 recoge:

La Radio Televisión Valenciana constituye una muestra más de la voluntad política de asumir la responsabilidad concreta de hacer avanzar la consolidación de la Administración Autonómica y la toma de conciencia de nuestro hecho diferencial como pueblo.<sup>1</sup>

Nuestra propuesta pretende profundizar en los mecanismos de concienciación, creación y conformación de una identidad cultural colectiva, en la que el género cuenta con especificidades determinantes. La televisión autonómica crea una determinada imagen de “mujer valenciana”. Construye una identificación, proyecta un perfil y apuesta por una determinada identidad colectiva

conformadora de un nosotros frente al otro.

El objeto de análisis se centra en la televisión autonómica creada bajo unos preceptos de servicio público, defensa y promoción de la cultura y lengua propias de la comunidad, así como el respeto por la igualdad de oportunidades y la no violencia. Por ello para el seguimiento de esta propuesta proponemos una primera aportación metodológica de base descriptiva documental. Esta propuesta documental nos permitirá acercarnos en primer lugar a la revisión conceptual de términos como cultura, comunicación e identidad cultural para poder concretar en el ámbito de los estudios culturales y de género. En segundo término aportamos una serie de datos descriptivos de la televisión pública valenciana específicamente en materia de proyección de género. Una delimitación compleja cuyas representaciones determinan una representación de género muy determinada. El perfil de “mujer valenciana” en más del 80 por ciento de los casos responde a la representación folclórica, tradicional y lúdico festivo de la sociedad.

Nuestro recorrido descriptivo de base bibliográfica pretende pues centrar conceptualmente y dotar nuestra marcha posterior de los instrumentos de análisis necesarios para poder concluir en una serie de propuestas concretas para conseguir una construcción más compleja del “nosotras” que puede llegar a ser la identidad cultural de la mujer en un determinado territorio

## **Identities and globalization**

Desde la filosofía griega (Parménides o Heráclito), el cristianismo (Agustín de Hipona) pasando por la Ilustración (Hegel), identidad es simultáneamente lo común, e indivisible (unidad) y lo diferente e inconfundible (unicidad). Es la permanencia y el cambio. Lo propio como dado, y lo

propio como adquirido, como aquello construido por el esfuerzo del sujeto que así se esculpe a sí mismo un ideal de autonomía. “La búsqueda de la identidad se convierte en construcción de la representación de sí mismo que establece coherencia y armonía entre sus diversas imágenes”. (De Lucas 2003:21)

### **La identidad cultural: el yo y el otro. La alteridad**

Con la identidad somos, la identidad nos otorga singularidad. El “yo”, que se transforma en “nosotros” nos permite definirnos e identificarnos como tal. Este sentimiento de pertenencia a nos remite al concepto de identidad como construcción de uno mismo a través del espejo-reflejo del otro. Una percepción del “yo” que en ser colectiva se transforma en un “nosotros” compartido y definido a partir de un ellos:

No cocemos gente sin nombre, ni lengua o cultura en la que no se establezca de alguna manera distinción entre el yo y el otro, nosotros y ellos (...) El conocimiento de uno mismo -siempre una construcción aunque se considere un descubrimiento - nunca puede ser separable de las exigencias de ser conocido por otras formas específicas.<sup>2</sup>

“Al yo, en tanto que el uno por antonomasia se opone al otro. Pero el otro, los dos me han precedido, me he hecho con ellos y en mayor o menor grado por ellos”. (Aranguren 1993:11)

El otro con diversas representaciones como el extraño, el extranjero, u otro tipo de representaciones que de él se hacen supone una remodelación respecto de mi propio yo, una posible amenaza. Las lecturas de amenaza o llamadas de atención ante la posible pérdida de una esencia identitaria desencadenan actitudes etnicistas, en muchas ocasiones, xenófobas en nuestra mirada hacia el otro.

La dualidad yo-tu, el aprender a ser a partir de los demás, de cómo me miran, me sienten, me ven, genera en mi capacidad de verme a mi mismo como si fuera otro, y en esta dualidad entre mi yo y mi alter-ego

consiste la personalidad tal y como nos propone Aranguren (1993).

Este idea de alteridad nos conduce a la esencia misma de la construcción de la identidad, precisamente caracterizada como un proceso que se lleva a cabo en contraste dialógico con los demás, “una operación basada en el juego de las semejanzas y las diferencias, un proceso continuo de formación, transformación y conservación. Las identidades culturales son precisamente estas relaciones, estas estrategias de adaptación a la interacción social” (De Lucas 2003:21).

Esta interacción social es esencialmente dialógica, siguiendo la propuesta de Aranguren veremos cómo se es persona porque se lleva el espejo, más o menos favorecedor, más o menos crítico dentro de sí. Un espejo que nos permite mirar y mirarnos, y mirar significa hablar y hablarnos. Llegamos a la idea del intradiálogo, una narración inacabada e incompleta debido a la multiplicidad de narradores que participan del diálogo. El diálogo no es como vemos monológico puesto que la alteridad precede a la ipsedad, en el “yo” está el “otro”, y en esta alteridad construimos el “nosotros”

En la propuesta que presentamos el género determina un yo, un nosotros frente a la alteridad sobre la base de la que se define y construye aportando elementos propios de “pertenencia a”.

Sea cual sea esta colectividad, sus miembros comparten un territorio, una historia y una cultura específicos, que los hacen sentirse “idénticos”. Pero ningún grupo humano se autopercebe y se autodefine más que por oposición a la forma en la que percibe y define a otro grupo humano, al que considera diferente de sí. Vista en este sentido, la identidad no está situada más allá de la conciencia y de la voluntad de los hombres; más bien, es una realidad social. Los ingredientes que la componen, producto de la simbiosis entre el individuo y el grupo, elaboran un “cóctel de una potencialidad extraordinaria”, que posee toda la fuerza de las pulsiones primarias del género humano. Por eso, aparece constantemente en nuestro lenguaje, en los dichos, en la poesía, en la filosofía y en el folclore: en el “Yo soy quien soy” de Calderón de la Barca; en el “Yo soy

quien soy y no me parezco a nadie” del folklore mexicano; en el “Yo no soy yo” de Juan Ramón; en la frase de Jorge Luis Borges “esa cosa rara que somos, numerosa y una”; en el “Todos soy yo” de Miguel de Unamuno; o, finalmente, en la hermosísima fórmula de Arthur Rimbaud “je est un autre”<sup>3</sup>

### *¿Mosaico o caleidoscopio de identidades?*

La sociedad contemporánea es fundamentalmente multicultural. Una sociedad entendida no como multiplicidad de culturas, adición de diferentes elementos o hechos diferenciales, características definidas, estructuradas, compartimentadas y perfiladas sino como una realidad compleja, especialmente multicultural y diversa.

El rasgo que define la sociedad contemporánea, más que en ninguna otra época de la historia de la humanidad, es la multiculturalidad. Concebida, además, como sociedad compleja en la que conviven múltiples culturas y en la que el flujo migratorio entre países y el flujo de información, comunicación y cultura instituyen relaciones sociales, económicas, de poder y culturales que derivan en múltiples y variados factores que condicionan dichas relaciones<sup>4</sup>

La diversidad y complejidad de la sociedad contemporánea exige de una mirada nítida. La multiplicidad de culturas no se resuelve con la representación plana y en una sola dirección de rasgos culturales únicos, identidades compartidas estancas y perfiladas. La complejidad y diversidad pasan por la asunción de la diferencia y la tolerancia. La existencia de múltiples culturas no podemos traducirla en conjuntos de elementos empaquetados y almacenados en un gran mosaico cultural que conforma el mundo, y que, como tal enseñamos en nuestros colegios para que nuestras niñas y niños aprendan a ser tolerantes con el/la diferente. La diferencia no reclama tolerancia, es la desigualdad la que reclama justicia. Por ello en este recorrido conceptual por la caracterización de nuestra sociedad proponemos asumirla no como un mosaico, sino como un caleidoscopio,

(Delgado 2002:23). Porque la sociedad multicultural es cambiante como nosotros también lo somos. Esta nueva sociedad multicultural, basada en el diálogo intercultural y sus representaciones nos lleva a señalar la necesidad de un ordenamiento nuevo de la emergente sociedad.

Si queremos comprender la íntima conexión que existe entre la identidad y el reconocimiento tendremos que tomar en cuenta un rasgo decisivo de la condición humana (...)

Este rasgo decisivo de la vida humana es su carácter fundamentalmente dialógico. Nos transformamos en agentes humanos plenos, capaces de comprendernos a nosotros mismos y por tanto de definir nuestra identidad por medio de nuestra adquisición de enriquecedores lenguajes para expresarnos.<sup>5</sup>

El carácter dialógico es destacado también por Taylor en su defensa del multiculturalismo. En esta nueva sociedad basada en diálogos interculturales vemos la aparición del conflicto respecto de los valores de identidad contrapuestos en el proceso de interacción discursivo-cultural. Estos aspectos de confrontación son proyectados a menudo tanto en el discurso de la construcción-emisión como en el acto de recepción-construcción. (Velázquez, 2001)

En el proceso dialógico del que partimos en nuestra argumentación la industria cultural, y las calificadas como voces autorizadas del discurso, establecen imágenes y proyecciones del “otro”. “La mundialización de la información vuelve el mundo pequeño pero muy peligroso. Cada cual percibe todo, sabe todo, pero advierte también qué cosas lo separan de los demás, aunque sin desear necesariamente acercarse a ellos. El otro, ayer, era diferente pero estaba lejos (...) Las distancias han dejado de ser físicas pero son culturales”. (Wolton 2004:14)

Es momento de repensar las condiciones de mundialización de la comunicación e información en pro del verdadero diálogo intercultural pacífico. Los medios de comunicación son autores principales de estas representaciones dialógicas, situaciones de

conflicto y podrían convertirse en elementos definitorios de una verdadera comunicación intercultural

### **Globalidad versus identidad**

La globalización es más bien un modelo explicativo o, mejor un paradigma en el sentido menos neutro del término. Hablamos con De Lucas de la globalización como una herramienta de conformación de la realidad con función ideológica de coartada para tratar de legitimar proyectos sociales y políticos funcionales a la ideología y a los intereses del neoliberalismo económico. En este sentido se han pronunciado autores como Ramonet, Perella, Beck, Naïr (Jarauta 2000), se trata de convertir un modelo de racionalidad económica basado en el individualismo metodológico (el atomismo) en el dogma de racionalidad social y de objetividad.

Castells (1998) por su parte nos presenta la nueva infraestructura tecnológica como el elemento que ha permitido el desarrollo de esta economía global como la última fase de la expansión del capitalismo. Así de manera indirecta y compleja, puesto que partimos de los contenidos informativos hegemónicos se difunde una visión del mundo de acuerdo con los intereses dominantes estructuralmente, totalmente unida a la promoción de la ideología de los valores consumistas, la manipulación de las emociones y las relaciones entre los géneros a través de los productos de ficción y publicidad transnacional, Murciano (1992)

En esta sociedad emergente que hemos definido como caleidoscopio complejo de identidades colectivas se ha propuesto una nueva posibilidad en cuanto a las relaciones estructuradas en redes horizontales de intervención. Las redes van más allá del estado, superan la nación. Ante este panorama la identidad es el elemento definidor de pertenencia a:

Una identidad colectiva es un estado de consciencia compartido o coincidente, un sentimiento más o menos explícito de pertenencia a una categoría específica de gente, a un grupo bien definido o a una comunidad de contorno más imprecisa

pero con una llamada emocional más fuerte. Las identidades son realizadas por un movimiento reflexivo a partir del yo hacia el otro (singular) contraponiendo el nosotros al otro (plural).<sup>6</sup>

### **La identidad, una construcción: el género**

La identidad entendida como fruto de la construcción de un “nosotros” emplea materiales de la historia, la biología, la geografía, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva y las fantasías personales, el poder y las revelaciones religiosas. El individuo en tanto que miembro de grupo social debe procesar todos los materiales y reordenarlos en un sentido dependiendo del marco espacio-temporal en que se encuentre. Con Castells (1997) tomamos las tres formas de construcción de una identidad:

a.) Identidad legitimadora: aquella que introducen las instituciones dominantes con el objetivo de racionalizar su dominio ante otros actores sociales Identidad de resistencia reservada para quienes ocupan posiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica dominante de la sociedad. Por ellos de construyen trincheras de supervivencia:

b.) Identidad de proyecto. Cuando materiales culturales de los que se dispone los actores sociales construyen una nueva realidad.

Por su parte Wolton (2004) nos propone:

a.) Identidad cultural-refugio: afirmación de la identidad mediante mecanismos de defensa para contrarrestar efectos de quienes invaden en nombre de las lenguas, del comercio o de la modernidad.

b.) Identidad cultural relacional según la cual, aún preservando la identidad colectiva se pone en juego igualmente la cooperación.

Ante ambas posibilidades tomaremos con Wolton la postura favorable a la concertación respecto de la identidad cultural relacional, para lo cual se reclama una intervención política en el futuro, con la identidad cultural relacional las diferentes colectividades más allá del reconocimiento de su especificidad mutua admiten plegarse a ciertas reglas para trascender sus diferencias. Es lo que la UNESCO llama “pluralismo constructivo”

En el estudio que presentamos establecemos una comparación del desarrollo de los estudios de género sobre la base de las diversas caracterizaciones que tanto Castells como Wolton nos propone. Así los estudios de género nos remiten en principio a una identidad colectiva de “mujer” asociada a la identidad de refugio o bien de resistencia. Una línea importante de trabajo en materia de identidad y género nos remite al análisis y problematización ante la vigencia de la doble moral y de la maternidad para entender como se constituyen las identidades de género entre las poblaciones urbanas (Olavarria 1999, Benavente 1999). Se enfatiza la articulación entre la identidad femenina y los cambios en los discursos y costumbres sexuales, democratización de la familia e ingreso de la mujer a la educación integral, al mercado de trabajo y a la vida política.

En nuestro caso buscamos la definición de la identidad cultural de la mujer valenciana. Y la representación de la misma desde un medio de comunicación público como es la televisión autonómica.

“Las cuestiones sobre la identificación son fundamentales en los debates sobre la naturaleza de la implicación de la consumidora con las representaciones de género” (Geraghty 1998:465).

### **La mujer valenciana: fallera, bellea o reina**

Las representaciones de género vinculadas al territorio de la Comunidad Valenciana se nos presentan en los medios de comunicación social como el resultado de una construcción tradicional-festiva tipificada como propia del territorio histórico. La realidad geográfica ateniéndonos a su disposición provincial, cuenta con una representación de la mujer. En Alicante la mujer que representa la fiesta se la reconoce con el nombre de “Bellea del Foc”, en Valencia “La Fallera Mayor”, y en Castellón “la Reina de les festes”.

La televisión pública autonómica reserva espacios de prime-time de su parrilla en los que ofrece programas especiales para cada una de las celebraciones festivas. Tanto en la dirección de informativos<sup>7</sup> como en la de programas la “mujer” entendida como “elemento folclórico”, “tradición” y “representación de la identidad mujer

valenciana”, cuenta con un elevado porcentaje de emisión.

La construcción social de la “representatividad” y los mecanismos de identificación resultan elementos destacables del mecanismo productivo del ente público. La mujer se representa en clave de atributos y exaltaciones. Es el elemento decorativo de la fiesta, el centro de las miradas y referencia de “valencianidad” y “feminidad”. Recibe una atribución de singularidades entre las que destaca “la belleza<sup>5</sup> y su indumentaria, el orgullo de pertenencia a, la admiración por la tradición y la fiesta”.

Las representaciones de la mujer valenciana que se realizan desde el canal autonómico responden a descripciones floristas, tradición, folclore y mantenimiento de un orden establecido en el que la mujer resultado de la combinación de belleza y maternidad responde a una identidad colectiva referenciada en un territorio determinado. La lectura que se hace de la fiesta y la tradición en la televisión valenciana pasa por la representación de estructuras y estereotipos sin ningún tipo de gestión de dicha información. En el caso de la identidad colectiva de “mujer valenciana” recurrimos a la primera propuesta de Castells. Entendemos pues este tipo de identidad como el que responde a una identidad legitimadora, no tanto en materia de racionalizar el dominio de unos determinados actores sociales, aunque sí con el objetivo de mantener el estereotipo de valencianidad arraigado a género.

En los tres casos planteados tanto para la festividad de Sant Joan en Alicante donde la mujer es “bellea del foc”, con los atributos especiales de belleza, luz, y calidez que el propio atributo nominal indica. En las lecturas e identificaciones que de la mujer alicantina presenta TVV se observa el mismo fenómeno de repetición de estereotipos y caracterización del cuerpo y del género basados en discursos dominantes.

La simbología del cuerpo y su lenguaje adquieren importancia en la medida en que son vividos por las diferentes comunidades a través de su interacción comunicativa. Esta interacción construye los universos simbólicos en los que la imagen del

cuerpo queda definida. Sin embargo hay que tener presente que el conocimiento sobre las ideas de cuerpo, sexo, género y sexualidad se basa en los discursos dominantes en cada una de las épocas históricas, lo que necesariamente le confiere un matiz de provisionalidad (...) Las distintas ideologías enuncian las diversas imágenes construidas a través de una representación dominante. En nuestra cultura la historia de las representaciones del cuerpo ha sido la de los modos de construcción de una simbología fundamentalmente androcéntrica. La mujer ha sido reinterpretada por la mirada del hombre a lo largo de los siglos y su cuerpo se ha revestido de las definiciones que el estereotipo masculino ha estereotipado convirtiéndolas en normas de uso social<sup>8</sup>

La construcción de la identidad colectiva de género asociada a territorio y cultura valenciana pasa como vemos por definiciones y propuestas contradictorias. Mientras la dirección informativa y la de programación del ente RTVV opta por la creación, difusión e identificación de la mujer valenciana en el estereotipo de belleza y tradición. El gobierno valenciano promueve conjuntamente *un Plan de Acción para la Igualdad de Oportunidades*. En dicho plan se contemplan y proponen determinadas intervenciones por parte de la televisión autonómica.

El principal motivo de esta persistencia se debe al proceso de socialización que se realiza a través de la familia, el sistema educativo y los medios de comunicación, que siguen transmitiendo modelos estereotipados de lo que debería ser la identidad femenina y la masculina independientemente de las capacidades personales, junto con la agravante de discriminación e infravaloración respecto a la mujer. Nos encontramos con un obstáculo para poder avanzar hacia una sociedad más equilibrada e igualitaria, y hacia

una nueva cultura de igualdad no condicionada por estereotipos de género. La Estrategia Marco sobre la Igualdad entre Hombres y Mujeres (2001-2005), establece entre sus metas prioritarias, promover el cambio de los roles y estereotipos tradicionales en función del sexo, asimismo fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, ya sea ajustando sus políticas y/o aplicando medidas concretas destinadas a mejorar la situación de las mujeres en la sociedad.

En este terreno aborda la necesidad de modificar comportamientos, actitudes, normas y valores sociales que determinan los roles establecidos e influyen en la sociedad, mediante la educación, la formación, los medios de comunicación, la cultura y la ciencia. Para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, es fundamental la eliminación de los prejuicios culturales existentes; los medios de comunicación y la cultura deben contribuir a cambiar los roles tradicionales y sexistas en la percepción pública en aras de una transmisión objetiva de la imagen de hombres y mujeres.<sup>9</sup>

En este sentido, y retomando nuestra postura de análisis conceptual vemos con Wolton la necesidad de pasar de lo que el autor denomina identidad refugio, a la identidad relacional. Los estados deben participar del diálogo de las culturas y regularizar el mundo de la comunicación. Por ello siguiendo la propuesta de acciones para la igualdad de oportunidades en la Comunidad Valenciana para 2001-2005 diremos que la participación activa de las mujeres requiere de la puesta en marcha de mecanismos que posibiliten su implicación en el diseño y planificación de las actividades culturales.

### **Una propuesta: el caleidoscopio del género**

La identidad cultural tal y como hemos planteado en esta propuesta se entiende pues como la fuente de sentido, (Castells, 1997: 99), un sentimiento de pertenencia a

(Calhoum, 1991:34) o la fuente del reconocimiento del yo desde el otro (Rodrigo Alsina 2000:92). La complejidad dialógica que envuelve la conformación del colectivo que podría conformar dicha identidad pasa por el ámbito laboral, desarrollo profesional de la mujer; ámbito familiar, ámbito sexual, de participación ciudadana y en organismos de decisión. Vemos como de nuevo la descripción de Castells nos guía e intentaremos en cualquier caso optar por una identidad de proyecto. Aquella que nos permita entablar el diálogo en su más completa complejidad. Por ello debemos pensar en una representación y creación de identificaciones de género asociadas a una realidad histórica, cultural, geográfica y política determinada, en función de su complejidad. Es momento de repasar la función de los medios de comunicación como fuentes de diálogo intercultural. Los medios de comunicación son autores de las principales representaciones dialógicas: tanto en situaciones de conflicto, como en la repetición de estereotipos y legitimación de órdenes preestablecidos, y a su vez podrían convertirse en elementos definitorios de una verdadera comunicación intercultural.

En el caso analizado la construcción de género deberá ser más compleja como lo es

la realidad del colectivo a que se esta refiriendo. La mujer valenciana es también aquella que trabaja, aquella que crea, aquella que se dedica a su familia, aquella que opta por una determinada sexualidad, aquella que participa de las celebraciones y la fiesta, aquella que recibe maltratos e incluso aquella que se nos escapa en esta exposición. La mujer valenciana cuenta con una identidad compleja y múltiple, caleidoscopio de interacciones con sus “demás” “otros” que reclama de un tratamiento consecuente en un medio de comunicación público que pasa fundamentalmente por evitar usos sexistas del lenguaje así como imágenes estereotipadas del papel de la mujer en la sociedad y todas sus manifestaciones, promover la participación de la mujer en la definición de las directrices de la redacción así como fomentar la participación equilibrada de las mujeres y de los hombres en todos los niveles de decisión del medio, a fin de alcanzar la paridad.

La televisión pública autonómica surge y existe con el fin de servir a la expresión de especificidad del hecho diferencial. En el caso de la mujer la especificidad es rica, compleja y reclama de un tratamiento acorde con la multiculturalidad que la conforma.

**Bibliografia**

AA.DD. “El otro, el extranjero, el extraño”, Revista de Occidente núm 140. 1993.

**Barker i Beezer**, *Introducción a los estudios culturales*, Bosch C. Edit, Barcelona, 1994.

**Calhoun**, C., *Social Theory and the Politics of Identity*, Blackwell, Oxford, 1994.

**Castells** M. *La era de la Información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. I *La sociedad red*, Vol II *El poder de la identidad*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.

**De Lucas**, J., *Globalización e identidades*, Icaria, Barcelona, 2003

**Dijk**, Teun A., **Ting Toomey**, S., **Smbhiterman**, G., **Troutman**, D., “Discurso filiación étnica, cultura y racismo”, en **Dijk**, Teun A. van, *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una interacción multidisciplinaria*, Gedisa, Barcelona, 2000.

**Esteve**, J., **Álvaro**, J., **Alcañiz**, J.M., **Lopez**, J., **Blay**, J.A., *La televisión (im)possible*, Edicions Tres i Quatre, València, 2000.

**Gall**, O. “Estado Federal y Grupos de Poder Regionales frente al Indigenismo, al Mestizaje y al Discurso Multiculturalista: Pasado y Presente del Racismo en México”, en prensa Debate Feminista, Año 12, Vol. 24, Octubre 2001

**García Canclini**, N., *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*, Ediciones de Periodismo y Comunicación Social, Buenos Aires, 1997.

**Giddens**, A., *La transformación de la identidad*, Cátedra, Madrid, 1996.

**Israel**, E. “Comunicación intercultural i construcció periodística de la diferència”, en *Anàlisi*, núm 18, 1994.

**Llul**, J., “Multiculturalismo y la supercultura”, en *Comunicação e interculturalismo*, Intercom, Sao Paulo/Manaus, 2001.

**Martin-Barbero**, J., *De los medios a las mediaciones*, Ed Gili, Barcelona, 1987.

**Mattelard**, A., *La comunicación mundo*, Fundesco, Madrid, 1993.

**Morin**, E., **Naïr S.**, *Una política de civilització*, Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya-Prova, Barcelona, 1998

**Orozco**, G., “Dialéctica de la mediación televisiva” en *Anàlisi*, nº 15.1993

**Pares i Maicas**, M., *Comunicació identitat cultural i relacions interculturals*, Centre Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1991.

RTVV, *Televisión y Cultura*, Ed Ente Público Radio Televisión Valenciana, Valencia, 1995.

**Rodrigo Alsina**, M., *Identitats i comunicació intercultural*, Edicions Tres i Quatre, València, 2000.

**Solves**, J., **Bas**, J.J., **Perez Llavador** J., “Polítiques culturals i concentració en el cas valencià”, en Actes Premis Octubre, València, 1992.

**Taylor**, CH., *El multiculturalismo y la política del reconocimiento*, Fondo de Cultura Económica, Mexico, 1993

**Touraine**, A., “¿Qué es el multiculturalismo?” en *Claves de la Razón Práctica*, num 156, 1995.

**Velazquez**, T “Multiculturalidad, Diversidad Cultural y Comunicación” en *Comunicação e interculturalismo*, Intercom, Sao Paulo/Manaus, 2001.

**Williams**, R., *Sociología de la cultura*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1994

**Wolton**, D., *La otra mundialización*, Gedisa Editorial, Barcelona, 2004

**Xambó**, R. *Comunicació Política i societat. El cas valencià*, Edicions Tres i Quatre, 2001

<sup>1</sup> El 4 de julio de 1984 el Gobierno de la Generalitat Valenciana aprueba la ley 7/84 de Creación de RTVV (Radio Televisión Valenciana). Los principios rectores de los medios de comunicación social del gobierno autónomo responden a: a.) Promoción y protección de la lengua propia. b.) Veracidad, imparcialidad y objetividad de informaciones. c.) Separación entre información y opinión, la identificación de las personas que las sustentan. d.) Protección de la juventud y la infancia. e.) Respeto por el pluralismo político cultural y lingüístico, religioso y social. f.) Defensa de la igualdad.

<sup>2</sup> CALHOUM, C. Social theory and the politics of identity. Blackwell. Oxford.1994. pp 9-10.

<sup>3</sup> GALL, O. “Estado Federal y Grupos de Poder Regionales frente al indigenismo, al mestizaje y al discurso multiculturalista: Pasado y Presente del Racismo en México”, en prensa

Debate Feminista, Año 12, Vol 24, Octubre 2001.

<sup>4</sup> VELAZQUEZ, T. "Multiculturalidad, diversidad cultural y comunicación". En *Comunicação e multiculturalismo Intercom Sociedade Brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação*. Universidade do Amazonas. São Paulo/Manaus 2001. P 45.

<sup>5</sup> TAYLOR ,CH. El multiculturalismo y la política del reconocimiento. Fondo de Cultura económica. México 1993. P 53-54.

<sup>6</sup> BARRERA GONZALEZ A. *Nacionalisme i Ciències Socials. Col.loqui Internacional Barcelona 7,8 i 9 de novembre de 1996*. Fundació Jaume Bofill. Barcelona 1996. P 231.

<sup>7</sup> La Ley de Creación de la RTVV 7/1984 de julio subdivide en ente en dos entidades constituidas en sociedades anónimas: TVV, SA y RAV, SA. La televisión y la radio autónomas cumplen el principio rector de promover e incentivar la cultura y especificidades propias del pueblo valenciano. El ente TVV cuenta con un director general actualmente ostentado por Gineveva Reig y las subdirecciones de coordinación económica y gestión de la programación, la subdirección de informativos y deporte, y la subdirección de producción. La dirección de programas y la de informativos dedican tiempos totales de sus programaciones a las festividades de la geografía valenciana y en el caso de Fallas, Fogueres o Magdalena - fiestas de Valencia, Alicante y Castellón - se adjudica prime-time y portadas de informativos combinadas con preferencias en escaleta de organización.

<sup>8</sup> Presentamos la entrada del locutor del informativo de TVV el 18/03/2004, el día anterior a la festividad más importante de la ciudad de Valencia (las Fallas). "Li diuen Noèlia: Podria ser una jove fallera més. Però no s'equivoquen. Es la major. L'hem seguida durant tot un dia i els

podem assegurar que hem acabat esgotats. I ella, la fallaera mejor, cada vegada amb més ganas de festa." (Se llama Noelia. Podría ser una joven fallera más. Pero no, se equivocan. Es la mayor. Durante todo un día la hemos seguido y podemos asegurarles que hemos acabado agotados. I ella, la fallaera mayor, cada vez con más ganas de fiesta.) En el off de la noticia puede leerse (...) Noelia Soria no coneix el cansament. Sembla que el seu somriure es etern. Sempre entre aplaudiments ( Noelia Soria no conoce el cansancio. Parece que su sonrisa sea eterna. Siempre entre aplausos.

<sup>7</sup> Presentamos la entrada del locutor del informativo de TVV el 18/03/2004, el día anterior a la festividad más importante de la ciudad de Valencia (las Fallas) "Li diuen Noèlia: Podria ser una jove fallera més. Però no s'equivoquen. Es la major. L'hem seguida durant tot un dia i els podem assegurar que hem acabat esgotats. I ella, la fallaera mejor, cada vegada amb més ganas de festa." (Se llama Noelia. Podría ser una joven fallera más. Pero no, se equivocan. Es la mayor. Durante todo un día la hemos seguido y podemos asegurarles que hemos acabado agotados. Y ella, la fallaera mayor, cada vez con más ganas de fiesta.) En el off de la noticia puede leerse (...) Noelia Soria no coneix el cansament. Sembla que el seu somriure es etern. Sempre entre aplaudiments (Noelia Soria no conoce el cansancio. Parece que su sonrisa sea eterna. Siempre entre aplausos.).

<sup>8</sup> LOZANO, M. La Construcción Cultural del Cuerpo. De la representación al conocimiento. Revista de Ciencias de la Información. Comunicación y estudios Culturales. Universidad Cardenal Herrera-Ceu San Pablo Valencia. 1999.

<sup>9</sup> Plan Valenciano Para la Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres 2001-2005. Area III Cultura, imagen y medios de comunicación.