

Para citar este artículo: Higuera-Ruiz, M.-J., & Castro, A. (2026). Representación sociocultural de la península ibérica en las series de Netflix *Rabo de Peixe* (Portugal, 2023) y *Clanes* (España, 2024). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 19(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.15683>

# REPRESENTACIÓN SOCIOCULTURAL DE LA PENÍNSULA IBÉRICA EN LAS SERIES DE NETFLIX *RABO DE PEIXE* (PORTUGAL, 2023) Y *CLANES* (ESPAÑA, 2024)\*

Iberian Peninsula Socio-Cultural Representation in Netflix TV Series *Rabo de Peixe* (Portugal, 2023) and *Clanes* (Spain, 2024)

Representação sociocultural da Península Ibérica nas séries da Netflix *Rabo de Peixe* (Portugal, 2023) e *Clanes* (Espanha, 2024)

**María-José Higuera-Ruiz**, *Universidad de Málaga (España)*

[mariahiguera@uma.es](mailto:mariahiguera@uma.es)

<https://orcid.org/0000-0002-6849-3433>

**Alexandre Castro**, *Instituto Universitario de Lisboa (Portugal)*

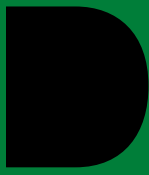
[alexcastro@gmail.com](mailto:alexcastro@gmail.com)

*Recibido: 31 de julio de 2025*

*Aprobado: 5 de febrero de 2026*

*Fecha de prepublicación: 30 de marzo de 2026*

\* Este trabajo ha sido realizado durante una estancia de investigación (julio-septiembre 2024) financiada por el Ministerio de Universidades (Gobierno de España): Programa de Estancias de Movilidad de Profesores e investigadores en Centros Extranjeros-Modalidad B (José Castillejo, Ref. CAS22/00288) en ISCTE-CIE Centro de Intervenção e Estudos de Sociologia em Lisboa (Portugal) bajo la supervisión del Dr. Vania Baldi.



## RESUMEN

En el mercado televisivo actual, protagonizado por las plataformas de *streaming*, el servicio de Netflix destaca por su estrategia transnacional. El operador produce series de ficción locales que distribuye internacionalmente a través de su catálogo. Estos proyectos representan el imaginario nacional, pero son atractivos para una audiencia global. El objetivo de esta investigación es determinar la representación sociocultural portuguesa y española en las series de televisión *Rabo de Peixe* (2023) y *Clanes* (2024). Desde un enfoque cualitativo, se aplica el análisis textual a estos dos proyectos originales de Netflix. Los resultados muestran que ambas series incluyen elementos propios de su nación, en especial a través del lugar donde se contextualizan, y destacan el idioma, los símbolos identitarios, la religión, la gastronomía y el deporte. En *Rabo de Peixe*, se aprecia una americanización a través del idioma y la música, mientras que, en *Clanes*, es patente la multiculturalidad y multilingüismo propia del Estado español. Se concluye la pertinencia de la ficción local como medio de transmisión cultural y las oportunidades brindadas por las plataformas de *streaming* en la reconfiguración de los flujos televisivos a nivel internacional.

**Palabras clave:** series de televisión; transnacional; *streaming*; península ibérica; Netflix.

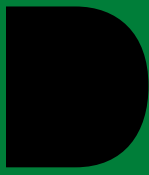
## ABSTRACT

The current television market is dominated by streaming platforms, and Netflix stands out for its transnational strategy. The operator produces local fiction series which are distributed internationally. These projects represent a national imaginary, but are attractive to a global audience. The objective of this research is to determine the Portuguese and Spanish sociocultural representation in TV series *Rabo de Peixe* (2023) and *Clanes* (2024). From a qualitative approach, textual analysis is applied to these two Netflix originals projects. The results show that both series include elements typical of their nation, especially through the place where they are contextualized. In *Rabo de Peixe* there is an Americanization through language and music, and in *Clanes* the multiculturalism and multilingualism of the Spanish State is evident. It is concluded the relevance of local fiction as a means of cultural transmission, and the opportunities offered by platforms in the reconfiguration of television flows.

**Keywords:** TV series; transnational; streaming; Iberian Peninsula; Netflix.

## RESUMO

No mercado televisivo atual, protagonizado pelas plataformas de streaming, o serviço da Netflix destaca-se pela sua estratégia transnacional. A operadora produz séries de ficção locais que distribui internacionalmente através do seu catálogo. Esses projetos representam o imaginário nacional, mas são atrativos para uma audiência global. O objetivo desta investigação é determinar a representação sociocultural portuguesa e espanhola nas séries de televisão *Rabo de Peixe* (2023) e *Clanes* (2024). A partir de uma abordagem qualitativa, aplica-se a análise textual a esses dois projetos originais da Netflix. Os resultados mostram que ambas as séries incluem elementos próprios das suas nações, especialmente através do local em que se contextualizam, e destacam a língua, os símbolos



identitários, a religião, a gastronomia e o desporto. Em Rabo de Peixe, observa-se uma americanização através da língua e da música; em Clanes, é evidente a multiculturalidade e o multilinguismo próprios do Estado espanhol. Conclui-se a pertinência da ficção local como meio de transmissão cultural e as oportunidades proporcionadas pelas plataformas de streaming na reconfiguração dos fluxos televisivos no âmbito internacional.

**Palavras-chave:** séries de televisão; transnacional; streaming; Península Ibérica; Netflix.

---

## Introducción

En el mercado televisivo contemporáneo la circulación de contenidos a través de internet ha configurado un panorama protagonizado por la digitalización, la globalización y la innovación, en el que los operadores *Over The Top* (OTT) producen y distribuyen internacionalmente series de ficción. Este escenario es liderado por el servicio de Netflix, cuya estrategia transnacional se basa en la producción de proyectos locales que se incluyen en su catálogo de exhibición internacional. La plataforma busca lo “glocal”, con el fin de que sus productos alcancen una audiencia más amplia:

Se trata de producciones marcadamente locales (por elementos como el origen de la producción, el equipo artístico, las localizaciones, los temas tratados, el idioma...) globalizados gracias a un conjunto de técnicas y prácticas diseñadas para llegar a audiencias de otros países. (Neira *et al.*, 2023, p. 3)

En la producción local de una serie de ficción con expansión internacional se incluyen un conjunto de factores, que permiten tanto el reconocimiento de la idiosincrasia nacional por parte de la audiencia local, como el atractivo y aceptación del público global por medio de la identificación con la trama y sus personajes, independientemente del contexto geográfico de recepción (Higuera-Ruiz, 2023). Esta motivación responde a la diversidad cultural como factor clave de la expansión transnacional para atraer a una audiencia más amplia, pero también es una marca de política cultural (Asmar *et al.*, 2022).

Netflix aplica, así, una estrategia de diversidad cultural que los teóricos estudian con el propósito de conocer qué significa realmente para la compañía y cómo se refleja en sus contenidos. Por una parte, Salsabila (2021) concluye sobre la americanización de la obra europea de Netflix para cumplir con las demandas del público americano, fortaleciendo la idea de esta sociedad como reflejo del multiculturalismo. Por otra parte, Alborno y García Leiva (2021) afirman que la variedad y combinación de valores culturales, identidad étnica y referentes estéticos posibilita descolonizar la ficción para reflejar, de esta manera, los diferentes grupos de la sociedad.

El poder cultural de la televisión como medio para contar historias particulares le permite participar en la constitución de una ideología dominante y el funcionamiento del poder hegemónico (Lotz, 2021b). En el mercado audiovisual contemporáneo, la implantación de las plataformas internacionales de *streaming* en contextos locales se convierte en foco de atención académica por cuanto ha supuesto un reto para la teoría de los medios y la comunicación en



relación con el audiovisual transnacional y su poder cultural (Lotz *et al.*, 2022). Se demanda una mayor investigación sobre el contenido de Netflix, localmente producido y globalmente orientado, y sus influencias culturales (Idiz *et al.*, 2024), a través del análisis textual de las características de sus series originales y la comparativa entre diferentes mercados nacionales (Lotz, 2021a).

Los estudios publicados sobre el carácter trasnacional de los contenidos producidos por Netflix (Lobato, 2019; Pedro, 2022) y sus consecuencias desde una perspectiva cultural (Lotz, 2021a; Salsabila, 2021; Yong Jin *et al.*, 2023) responden al citado interés. Sin embargo, entender la expansión global en relación con la televisión nacional es una cuestión sobre la que aún hay controversia y limitada investigación, puesto que escasos trabajos han comparado el proceso de internacionalización a través de múltiples contextos nacionales (Wayne & Castro, 2020).

La atención sobre el mercado televisivo español desde este enfoque resulta todavía insuficiente y, en el caso portugués, prácticamente ausente. Se hallan aproximaciones que han favorecido el contexto, inspiración y debate de este trabajo: Cascajosa-Virino (2023) reflexiona sobre la reinención del melodrama español en la plataforma e Higuera-Ruiz (2023) analiza la serie *Valeria* (2020-2023) desde una perspectiva espacial y emocional.

Esta investigación busca contribuir a la anotada escasez académica y ampliar el estudio de las series y su poder cultural en un contexto trasnacional. El trabajo se dirige a dos series de ficción original de Netflix en Portugal (*Rabo de Peixe*, 2023) y España (*Clanes*, 2024), con el objetivo de analizar los elementos del imaginario sociocultural nacional en cada ficción, para atender las diferencias interterritoriales a nivel identitario que existen.

## Contexto teórico: Netflix trasnacional como objeto de estudio académico

La plataforma de Netflix se ha configurado como caso de estudio académico y foco de atención y debate sobre la convergencia, disrupción, globalización e imperialismo cultural desde el enfoque de los estudios de los medios. Lobato (2019) revisa las características del operador al concluir que Netflix es un servicio trasnacional, global, cosmopolita y nacional. Estas características hacen que Netflix sea definido como “una cebra entre caballos” por cuanto aplica una estrategia transnacional a nivel empresarial y cultural que lo diferencia de otros servicios, con el objetivo de atraer suscriptores en todo el mundo, produciendo proyectos con potentes implicaciones culturales (Lotz, 2021a). Para ello, la plataforma desarrolla dos estrategias: la localización —producción en mercados nacionales que se difunde de forma mundial a través del catálogo— y la personalización —recomendaciones en función de los gustos de la audiencia— (Álvarez *et al.*, 2022).

Sobre la localización, Netflix atiende al contexto sociocultural y emprende una inmersión en los mercados nacionales a partir de la creación de contenido original con productoras locales, coproducciones con cadenas de televisión local y adquisición de licencias de proyectos locales (García & Hernández, 2021), adaptando el precio, el catálogo y las estrategias de *marketing* al tejido industrial de cada país (Navarro & Monclús, 2021). Respecto a la personalización, el sistema de recomendaciones de Netflix se basa en las “comunidades de gusto” (*taste of communities*) para expandir las conexiones entre audiencia y contenido, mediante preferencias audiovisuales independientes de la procedencia geográfica, lengua o cultura.

Netflix produce series de ficción nacional que resultan competitivas en un contexto internacional, al imprimir un marcado carácter “glocal” tanto en los procesos de creación como en los contenidos (Stolz, 2023). Se trata de la capacidad para “viajar” de los proyectos como clave para su éxito: altos valores de producción, autenticidad local



y contenidos universales (Wayne & Uribe, 2021). Esta estrategia “glocal” se aplica, a nivel local, en la contratación de ejecutivos, acuerdos de producción, traducción y doblaje local, junto con los *rankings* de popularidad del país; a nivel global, se atiende al prototipado de la audiencia, la distribución mundial simultánea y los algoritmos de recomendación. A su vez, el nivel local-global está presente en la promoción del proyecto y la conversación en redes sociales (Neira *et al.*, 2023). Jenner (2018) ha denominado “*grammar of transnationalism*” (p. 230) a la forma en que los proyectos originales de Netflix buscan atraer a una audiencia internacional, basándose en ideales de liberalismo, democracia y diversidad en sus contenidos.

Por su lado, Cardoso y Baldi (2022) añaden: “Portanto, apesar dos serviços de streaming atuais adotarem estratégias de ação de cariz global, não significa que a identidade nacional e a diversidade de conteúdo não sejam fatores importantes para atrair novos subscritores”<sup>1</sup> (p. 19). Ello se debe a la idea de “proximidad cultural”: la preferencia de la audiencia por aquellos contenidos que perciben como cercanos al incluir un imaginario cultural, social, lingüístico, político o religioso compartido con el que le es fácil identificarse (Straubhaar, 2007). Esta tendencia reajusta los flujos televisivos en las plataformas de *streaming*, donde se distribuyen globalmente contenidos en función de las semejanzas culturales y gustos de la audiencia, más allá del imperialismo cultural impuesto por el mercado hollywoodiense (Álvarez *et al.*, 2022).

En este punto, resulta útil anotar las ideas de cultura e identidad en el contexto que nos ocupa: la televisión como forma de cultura popular con la llegada de las plataformas de *streaming* (Lotz, 2021b). Las series de ficción contribuyen a la construcción del imaginario español con la creación de estereotipos y rasgos culturales que se expanden a través del medio (Mateos, 2014). Dicho esto, Casetti y di Chio (1999) acuden al concepto de “identidad cultural” para puntualizar la función de la televisión como reflejo de la identidad y como creadora de mitos y símbolos nacionales. Según los autores, un programa de televisión, entendido como texto, es un “instrumento para reflexionar sobre el contexto social donde se produce y recibe” (Casetti & di Chio, 1999, p. 236). En este sentido, Castelló Cogollos (2004) añade que “la identidad de un pueblo es una representación intersubjetiva compartida por la mayoría de sus miembros [y] se encuentra absolutamente relacionada con su identidad cultural” (p. 51). El autor atiende, entre otros, a la geografía, la lengua, las instituciones políticas y las relaciones sociales y familiares como elementos constituyentes de dicha identidad cultural.

En el estudio del alcance transnacional de Netflix, es imprescindible atender a las particularidades culturales, sociales y políticas de mercados audiovisuales específicos (Lotz, 2021a). Además, las series de ficción incluyen rasgos que remiten al capital cultural de cada territorio, historias que muestran y reproducen estilos de vida, pautas de comportamiento y valores culturales, con los que se identifican los individuos (Buonanno, 1999). Estas cuestiones están presentes en otras plataformas, como la representación del espacio en las series de Movistar Plus+ (Mateos-Pérez, 2023) o los elementos del imaginario sociocultural en las series de RTVE Play (Higueras-Ruiz *et al.*, 2024), cuya operación internacional permite contribuir al alcance “glocal” de sus proyectos.

---

1 Traducción propia: “A pesar de que los servicios de *streaming* actuales han adoptado estrategias de acción global, no significa que la identidad nacional y la diversidad de contenidos no sean factores importantes para atraer nuevos suscriptores” (Cardoso & Baldi, 2022, p. 19).



En la representación del capital cultural en la ficción televisiva, el lugar de la narrativa se configura como contenedor de los elementos locales propios del imaginario sociocultural (Higuera-Ruiz, 2023). El espacio permite contextualizar y enriquecer la historia, convirtiéndose en un protagonista más (Mateos-Pérez, 2023). En relación con el espacio audiovisual, existen dos opciones: la “geografía creativa” hace referencia a un lugar imaginario, resultado del montaje de planos de diferentes localizaciones que dan lugar a un espacio nuevo que el espectador percibe como único, y la “coherencia topográfica” supone la representación real del espacio sin ningún tipo de manipulación que altere su composición (Antoniazzi, 2018). Por su parte, Lotz y Potter (2022) establecen tres opciones en relación con este aspecto en las series de ficción: historias sin lugar en las que es indiferente el contexto geográfico, historias ubicadas en un lugar específico reconocible e historias basadas en un lugar que giran en torno al mismo y no podrían ser ubicadas en ningún otro.

## Netflix y el mercado ibérico

En la configuración de los espacios de producción y consumo audiovisual existen tres círculos concéntricos en función de la proximidad cultural: el mercado doméstico, los mercados con similitudes lingüístico-culturales y el mercado internacional (Álvarez *et al.*, 2022). Estos se superponen en el catálogo de Netflix, donde se incluyen producciones domésticas, regionales e internacionales. Desde esta premisa, en el mercado audiovisual europeo y, concretamente, en la península ibérica, se establece un contexto legal, industrial y audiovisual en relación con las plataformas de *streaming*.

La implantación de los servicios OTT en Europa requiere de una normativa para que operen en condiciones de competencia leal en el mercado audiovisual. La Directiva 2018/1808 de la Unión Europea impone a los operadores de *streaming* reservar el 30% de su catálogo para producciones europeas y aportar un porcentaje de sus ingresos a la inversión en el sector audiovisual nacional.

Netflix es el servicio que ocupa la mayor parte del tiempo de visionado (53.4%) de plataformas en Europa —septiembre 2022 a septiembre 2023— (Grece & Tran, 2023). Por lo tanto, en España, para julio de 2024, Netflix se consolidó como la plataforma SVOD más vista, con un alcance del 52.6% (Barlovento Comunicación, 2024). Por su lado, en Portugal, el operador ocupa el primer lugar en número de suscriptores (800 000) en 2023 según Statista (Luz, 2024).

Netflix se establece en España en el 2015 y la primera serie original se estrena dos años después: *Las chicas del cable* (2017-2020), producida por Bambú Producciones, sumando un total de 31 proyectos en el periodo 2017-2023. Además, en el año 2019, se establece en Madrid la sede de Netflix en Europa con la apertura de un centro de producción en Tres Cantos (García & Hernández, 2021). Por otra parte, aunque Netflix opera en Portugal desde el 2015, no es hasta el 2021 cuando estrena la primera serie original portuguesa: *Gloria* (2021), producida por la compañía SPI y la con participación de RTP. Posteriormente, en el 2023, Netflix estrena *Rabo de Peixe*, una producción de Ukbar Filme, y en 2024, comienza el rodaje de la segunda temporada (The Portugal News, 2024).

A pesar de las ventajas de producción y distribución, sobre todo para Portugal, que supondría establecer alianzas entre ambos países debido a su proximidad geográfica y la existencia de ciertos paralelismos culturales, fortaleciendo la creación de contenido a nivel ibérico (Cardoso & Baldi, 2022), las coproducciones entre estos dos



mercados nacionales son limitadas en el servicio de Netflix (Vassallo de Lopes *et al.*, 2022), aunque existen excepciones en otros operadores de *streaming*, como la serie *Auga Seca* (HBO, 2020) o *Operação Maré Negra* (Prime Video, 2022).

## Objetivo y metodología

Con el establecimiento de los operadores OTT y la distribución transnacional de las series de ficción, el estudio de la televisión requiere de un marco de “poder cultural” diferente: se retoma el alcance tradicional de los estudios culturales sobre la televisión y su construcción como una forma de cultura popular para investigar los retos derivados de los servicios de *streaming* (Lotz, 2021b).

Las producciones locales se convierten en objeto de análisis, con el fin de indagar en la representación de contextos culturales específicos y el impacto de Netflix en la producción cultural desde diferentes partes del mundo (Idiz, 2024). El caso de estudio es especialmente oportuno para dar respuesta al reto académico que supone investigar un servicio audiovisual que presenta notables variantes entre países (Lobato & Lotz, 2020). Por ello, en este trabajo se contextualiza y compara la intervención de Netflix en varios mercados nacionales (Portugal y España) en búsqueda de un enfoque que, de acuerdo con las demandas de Lotz (2021a), no se limite al estudio de una sola nación.

El objetivo principal de esta investigación es determinar la representación sociocultural portuguesa y española en las series de televisión *Rabo de Peixe* (2023) y *Clanes* (2024) de Netflix. Desde un enfoque cualitativo, se aplica el análisis textual sobre las dos ficciones seleccionadas como caso de estudio. La elección de estas series de ficción se justifica por los siguientes criterios: su producción original y distribución en el operador de Netflix, la actualidad de los proyectos (estrenados en 2023 y 2024), la realización en el territorio de la península ibérica y la correspondencia de formato, género y temática (drama y *thriller* policial sobre el tráfico de drogas). Estas características comunes a las dos series de ficción seleccionadas facilitan el análisis textual y permiten extraer resultados comparativos.

Ambos proyectos responden a lo que Idiz y colaboradores (2024) han denominado “*Netflix’s house style*”: exposición turística, temas universales y actuales, altos valores de producción y formato que facilita el consumo internacional, así como el ajuste a las convenciones narrativas y de género audiovisual<sup>2</sup>, destacando el drama televisivo, con subgénero de crimen y acción, por su gran atractivo global.

De forma previa, se presenta el contexto de producción de cada serie de ficción para conocer los datos técnicos del proyecto a partir de la siguiente ficha (ver la tabla 1).

---

2 Resurge el debate entre los estudios de género —homogeneización de contenidos— y la televisión transnacional —diversidad cultural—, a lo que Jenner (2023) aporta que el género puede ser entendido como un medio de comunicación transcultural por cuanto establece una serie de convenciones reconocibles globalmente que, no obstante, se modulan en función de cada contexto y sirven como expresión de las particularidades culturales de cada nación.



Tabla 1. Ficha del contexto de producción de la serie de ficción

Contexto de producción	
<b>Título (año)</b>	Título de la ficción y año(s) de estreno y finalización.
<b>Creador(es)</b>	Creador(es) de la ficción, según los títulos de crédito y bases de datos.
<b>Guionista(s)</b>	Guionista(s) de la ficción, según los títulos de crédito y bases de datos.
<b>Director(s)</b>	Directore(s) de la ficción, según los títulos de crédito y bases de datos.
<b>Castíng</b>	Actores y actrices principales del reparto.
<b>Empresa productora</b>	Productoras que participan. Coproducción internacional.
<b>Lugar(es) de rodaje</b>	Comunidad Autónoma y ciudad española (o extranjera).
<b>Lugar(es) de la narrativa</b>	Ciudad real o ficticia donde se desarrolla la trama.
<b>Funciones narrativas del espacio</b>	Relación del espacio con los personajes y las tramas. Descripción de la narrativa en relación con el espacio.
<b>Número de temporadas</b>	Número de temporadas producidas.
<b>Número de capítulos</b>	Número total de capítulos.
<b>Duración de capítulos</b>	Duración media de los capítulos.
<b>Formato</b>	Drama, <i>sitcom</i> y/o miniserie (Carrasco-Campos, 2010).
<b>Género</b>	Drama, comedia, histórico, <i>thriller</i> , policiaco, suspense, juvenil, romance, género, acción, musical, dramedia, aventura, ciencia ficción, bélico, futurista y/o terror (Saló-Benito, 2003).

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, se aplica el análisis textual de la representación del imaginario sociocultural nacional en las series de ficción seleccionadas; tras un doble visionado, se clasifican los elementos y se examinan desde un alcance exploratorio y descriptivo. El estudio se limita a los dos primeros capítulos de cada serie, ya que, siguiendo las recomendaciones de Idiz y colaboradores (2024), “pilot episodes set the scene and thus would likely contain cultural references to establish the locale, while the second episodes may be more indicative of the overall series in terms of exposition”<sup>3</sup> (p. 8).

Para elaborar la ficha de análisis se estudian las categorías enunciadas por Castelló Cogollos (2004), y la plantilla para analizar los marcadores de localidad a nivel de contenido propuesta por Idiz y otros (2024). A partir de las investigaciones citadas, se establecen las categorías que funcionan como nudos textuales relacionados con la representación del imaginario sociocultural español y portugués y que se aplicarán a las unidades de clasificación

3 Traducción propia: “Los episodios piloto establecen el escenario y, por lo tanto, probablemente contendrán referencias culturales para establecer el lugar, mientras que los segundos episodios pueden ser más indicativos de la serie en general en términos de exposición” (Idiz et al., 2024, p. 8).



(las escenas). Asimismo, no se descarta la inclusión de otras categorías o subcategorías que deriven de la revisión bibliográfica ejecutada, así como del primer visionado de los capítulos de la serie de ficción, pues la ficha es probada y revisada para su aplicación definitiva tras un segundo visionado. El resultado se expresa en la tabla 2.

**Tabla 2. Ficha de elementos de identificación sociocultural en las series de ficción**

Elementos de identificación sociocultural	
Categorías	Subcategorías
<b>Exteriores y arquitecturas</b>	Monumentos, parques, calles y barrios reconocibles, edificios, puente, torre, iglesia, ríos, lago, gruta/costa, puerto, paseo marítimo, pueblo, ciudad, isla.
<b>Antropónimos</b>	Nombres y apellidos de los personajes protagonistas y secundarios.
<b>Actividad económica</b>	Actividad económica de los personajes protagonistas y relevancia en el desarrollo de la trama.
<b>Sector servicios</b>	Supermercados, restaurantes, hoteles, discotecas, museos, tiendas, banco.
<b>Instituciones/empresas</b>	Instituciones propias de España/Portugal y empresas relativas a cualquier actividad económica en España/Portugal (seguridad, medios de comunicación, educación, sanidad...).
<b>Símbolos identitarios</b>	Banderas, colores, logotipos, insignias.
<b>Señalización de espacios</b>	Carteles indicativos, señales, símbolos, verbal, mapa.
<b>Conflicto y aspecto social</b>	Elementos referentes a las relaciones sociales: familiar, romántico, amistoso, laboral.
<b>Lengua propia</b>	Lenguas oficiales —en el caso de España: castellano, gallego, catalán, vasco—, acentos y/o dialectos, otras lenguas (inglesa, italiana...).
<b>Humor</b>	Chistes y refranes relativos a la cultura española/portuguesa.
<b>Música y folclor</b>	Música, canciones, bailes, relativos a la cultura española/portuguesa, tradicional o contemporánea.
<b>Fiestas</b>	Fiestas, costumbres propias de la cultura española/portuguesa, ocio, religión.
<b>Gastronomía</b>	Comidas, elaboraciones, marcas alimenticias, rutinas y costumbres tradicionales de la cultura española.
<b>Deporte</b>	Equipos y personajes pertenecientes al deporte en España/Portugal (fútbol, baloncesto...).
<b>Política</b>	Presencia o referencia a cuestiones de la política en España/Portugal.
<b>Personajes populares</b>	Presencia o referencia a personajes propios de la sociedad española.

Fuente: elaboración propia a partir de Castelló Cogollos (2004), Idiz y colaboradores (2024) y Mateos-Pérez (2023).



Los resultados del análisis permiten dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son los elementos que remiten a la identidad sociocultural del país en las series de ficción analizadas? ¿En qué espacios geográficos se localizan dichos elementos? ¿Cómo se insertan en la narrativa de la ficción?

## Resultados

### *Rabo de Peixe* (2023)

La serie *Rabo de Peixe* (2023) está ambientada en la pequeña localidad portuguesa del mismo nombre, en la isla de São Miguel (Azores), de donde es su creador y director: Augusto Fraga. En la dirección, le acompaña Patricia Sequeira y, en el trabajo de guion, João Tordo y Hugo Gonçalves. Fraga, además, cuenta con profesionales del audiovisual con los que antes ha trabajado en el sector de la publicidad: el director de fotografía, André Szankowski, y los montadores, Marcos Castiel y Pedro Ribeiro. La información técnica de la serie queda sintetizada en la tabla 3.

**Tabla 3. Contexto de producción de *Rabo de Peixe* (2023)**

Contexto de producción	
<b>Título (año)</b>	<i>Rabo de Peixe</i> (2023).
<b>Creador(es)</b>	Augusto Fraga.
<b>Guionista(s)</b>	Augusto Fraga, João Tordo y Hugo Gonçalves.
<b>Director(s)</b>	Augusto Fraga y Patrícia Sequeira.
<b> Casting</b>	José Condessa, Helena Caldeira, Rodrigo Tomás, André Leitão, Maria João Bastos, Pêpê Rapazote, Albano Jerónimo, Salvador Martinha, Ariano Carvalho, Kelly Bailey, João Pedro Vaz, Luisa Cruz y Francesco Acquaroli.
<b>Empresa productora</b>	Ukbar Filmes.
<b>Lugar(es) de rodaje</b>	Isla de São Miguel (Azores). Mafra, Almada, Lisboa, Setúbal (Portugal).
<b>Lugar(es) de la narrativa</b>	Isla de São Miguel (Azores). Estados Unidos.
<b>Funciones narrativas del espacio</b>	La isla de São Miguel es el escenario de toda la historia, con el pueblo de Rabo de Peixe, donde se desarrolla la mayor parte de la trama, y, en menor medida, la capital, Ponta Delgada.
<b>Número de temporadas</b>	1
<b>Número de capítulos</b>	7
<b>Duración de capítulos</b>	45 minutos.
<b>Formato</b>	Drama.
<b>Género</b>	Drama, <i>thriller</i> , <i>suspense</i> .

Fuente: elaboración propia.



La primera temporada completa de *Rabo de Peixe* se estrena en el catálogo de Netflix el 26 de mayo de 2023, con una acogida mundial que le supuso estar dos semanas en el Netflix Top 10 Global<sup>4</sup> de series de habla no inglesa y un total de 31.5 millones de horas de visualización a finales de junio de 2023 (FlixPatrol, s. f.). Tres semanas después de su estreno se confirma la producción de la segunda temporada. Así lo anunciaba el servicio de Netflix a través de la red social X: “A travessia ainda não acabou. O fave português de todos nós vai regressar para a segunda temporada”<sup>5</sup> (Netflix Portugal, 2023). La serie se oferta doblada a seis idiomas y subtitulada a 31 idiomas.

En la interfaz de Netflix, *Rabo de Peixe* cuenta con las siguientes etiquetas: “lenguaje”, “sexo”, “drogas y sustancias tóxicas” y “violencia” y se clasifica en el género “series dramáticas” y “portuguesas”. La trama gira alrededor de un hecho real sucedido en el año 2001 en Rabo de Peixe cuando una embarcación de narcotraficantes sufre un accidente y media tonelada de cocaína aparece en la costa. Eduardo (José Condessa), con la ayuda de sus amigos Sílvia, Rafael y Carlinhos, intentará vender la cocaína para hacerse rico, enfrentándose a la policía y a otros narcotraficantes.

Los resultados del análisis textual<sup>6</sup> del imaginario sociocultural portugués de la serie revelan que la historia se sitúa en la isla de São Miguel, en las Azores, en especial en su parte norte, donde se ubica la localidad de Rabo de Peixe. Aunque algunas escenas fueron grabadas en la península (Lisboa, Mafra y Setúbal), como es el caso de la discoteca “A Sela” (un local que existe realmente) que aparece en el segundo episodio, existe una conexión directa entre los lugares del rodaje y la historia, lo que supone una marcada “coherencia topográfica” (Antoniazzi, 2018). Además, se presenta una historia propia del lugar en la que se desarrolla, al sustentar su premisa en hechos reales. De manera que esta localidad desempeña un papel protagonista en la trama, la cual no podría desarrollarse en otro espacio (Lotz & Potter, 2022).

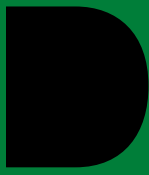
En “Exteriores y arquitectura”, se destacan las calles con casas coloridas de Rabo de Peixe, el paseo marítimo de la isla y los planos generales, donde se aprecia un paisaje de color verde intenso. En menor medida, se anota la iglesia de Nossa Senhora da Graça y el puerto pesquero de Porto Formoso (ambos en Ribeira Grande), así como el tribunal de Ponta Delgada, que en la serie aparece como sede de la Policía Judicial. El paisaje natural, en estrecha relación con el mar, puede considerarse protagonista de la ficción, debido a la alta incidencia de los lugares mencionados.

Los “Antropónimos” utilizados en el relato son característicos del contexto sociocultural portugués, como los nombres principales: Eduardo, Rafael, Sílvia, Carlinhos (abreviatura de Carlos), Bruna y Paula o los apellidos Arruda y Banha. No obstante, en ninguno de los casos existe una conexión específica con el territorio de las Azores.

4 Para más información, ver <https://www.netflix.com/tudum/top10/es/tv-non-english?>

5 Traducción propia: “El viaje no ha terminado. El portugués favorito de todos nosotros regresará para la segunda temporada”.

6 Para consultar la tabla de análisis textual de *Rabo de Peixe* (2023) abrir el siguiente enlace: <https://figshare.com/s/fbd433e9282a838a0992>



En relación con la “Actividad Económica” que se incluye en la serie, esta se centra en el narcotráfico y la investigación policial y ocupa la mayor parte del conflicto. La trama del tráfico de drogas está impulsada principalmente por un trío de jóvenes, quienes son compañeros en la actividad pesquera —típica en la zona de Rabo de Peixe—, a los que se une Sílvia, que trabaja en un videoclub local. Por lo tanto, no son traficantes experimentados, sino pobres pescadores que buscan mejorar sus condiciones de vida. Así lo expresa el protagonista Eduardo:

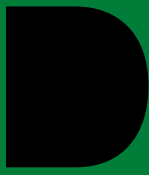
¿Por qué unos lo tienen todo y otros no tienen nada? ¿Eh? ¿Por qué? [...] Yo era el mejor de la clase, pero tuve que dejar de estudiar para salir a pescar. [...] ¿Qué he hecho para merecer esto? ¿Por qué en este sitio nunca tenemos suerte? [...] Esta es nuestra oportunidad. Esto solo pasa una vez en la vida. Uma. [...] ¿No estás hartos de ser sardinas en un mar de tiburones? (Fraga *et al.*, 2023, temp. 1, ep. 1, 37m47s-40m32s)

De manera que se evidencia la conexión de la historia con el “Conflicto y aspecto social”, en concreto en la subcategoría del trabajo. Por otra parte, la trama presenta la actividad de los traficantes de drogas profesionales: los italianos que perdieron la mercancía o el propietario de un taller de automóviles (Arruda) que se introduce en el negocio. En este contexto, surgen “Instituciones/empresas” que remiten al imaginario sociocultural portugués, como la Policía Judicial, que se presenta con uniformes, coches y barcos (Policía Marítima) debidamente identificados, lo que nos lleva a la categoría de “Símbolos de Identidad”.

En cuanto a la “Lengua Propia”, el idioma utilizado es el portugués, aunque no se aprecia el acento azoriano, y, en ocasiones, se habla en italiano cuando esta es la nacionalidad de los personajes. Resulta destacable, además, la presencia natural de varias palabras inglesas utilizadas en el discurso del narrador en voz en *off* a lo largo de la serie: “My boy, Eduardo” (Fraga *et al.*, 2023, temp. 1, ep. 1, 1m12s-1m14s) o “The Azores, nove ilhas perdidas no meio do nada. Séculos de pobreza, isolamento, tempestades, vulcões... *We’ve got it all!*” (Fraga *et al.*, 2023, temp. 1, ep. 1, 1m31s-01m39s). Lo anterior, gracias a la fuerte conexión histórica entre el archipiélago y los Estados Unidos de América. En el primer episodio, vemos al propio Eduardo intentando conseguir una visa para Estados Unidos o a Sílvia compitiendo por Miss Ponta Delgada con el objetivo de ganar el premio: un viaje a Boston.

También en la categoría “Música y folclor” el inglés es predominante. En los dos primeros episodios analizados, solo aparece una canción cantada en portugués: “Ilhas de Bruma” de Manuel Medeiros Ferreira. El resto de la música es en inglés, incluso cuando se trata de bandas nacionales, como Belle Chase Hotel o Wraygunn.

Por otro lado, la presencia habitual de la religión en la serie conecta directamente con el imaginario sociocultural portugués: la procesión al Señor Santo Cristo dos Milagres (categoría “Fiestas”) o las escenas transcurridas en la iglesia, donde se incluyen varios planos del crucifijo (categoría “Símbolos de identidad”) y se presenta al sacerdote en un ambiente confesional. La escena inicial de la serie, de hecho, tiene lugar en la iglesia de Nossa Senhora da Graça cuando el sacerdote local sufre una sobredosis.



**Figura 1. Iglesia de Porto Formoso**

Fuente: Google Images.

Finalmente, la categoría “Deportes” presenta algunos momentos que aluden al universo sociocultural portugués, concretamente en la subcategoría “fútbol”. Se observa la imagen de la camiseta del Santa Clara (club de São Miguel) llevada por uno de los personajes principales y las referencias al equipo Benfica en el año 2001.

### *Clanes (2024)*

La serie *Clanes (2024)* es un *Netflix Original* sobre el tráfico de drogas en el pueblo de Cambados (Galicia, España) que, con algunas licencias creativas, está inspirada en hechos reales (Mármol, 2024). La ficción fue producida por Vaca Films bajo la creación y guion de Jorge Guerricaechevarría y la dirección de Roger Gual. En la interfaz de Netflix, *Clanes (2024)* cuenta con las etiquetas “miedo o angustia”, “sexo” y “violencia” y se clasifica en el género “series dramáticas”, “españolas” y “series policíacas”. La información técnica del proyecto queda reflejada en la tabla 4.



**Tabla 4. Contexto de producción de *Clanes* (2024)**

Contexto de producción	
<b>Título (año)</b>	<i>Clanes</i> (2024).
<b>Creador(es)</b>	Jorge Guerricaechevarría.
<b>Guionista(s)</b>	Jorge Guerricaechevarría.
<b>Director(s)</b>	Roger Gual y Javier Rodríguez.
<b> Casting</b>	Clara Lago, Tamar Novas, Xosé A. Touriñán, Chechu Salgado, Melania Cruz, Miguel de Lira, Francesc Garrido, Diego Anido, María Pujalte, Marta Torné, Nuno Gallego, Tomás del Estal y Cristina Iglesias.
<b>Empresa productora</b>	Vaca Films.
<b>Lugar(es) de rodaje</b>	Cambados, Pontevedra, A Coruña, Madrid, Algeciras, Marbella, Málaga (España), Gibraltar (Gran Bretaña), Oporto (Portugal) y Dakar (Senegal).
<b>Lugar(es) de la narrativa</b>	Cambados, Pontevedra, Madrid, Fuerteventura, Algeciras, Marbella, Málaga (España), Gibraltar (Gran Bretaña), Oporto, Leixões (Portugal) y Dakar (Senegal).
<b>Funciones narrativas del espacio</b>	El centro de la narrativa y su evolución se sitúa en Cambados, a donde se traslada su protagonista para resolver el problema y se constituye la red de tráfico de drogas. Madrid representa la vida anterior, la calma y estabilidad. Fuerteventura supone el punto de origen, en la que comienza la trama con la muerte del padre de la protagonista.
<b>Número de temporadas</b>	1
<b>Número de capítulos</b>	7
<b>Duración de capítulos</b>	45 minutos.
<b>Formato</b>	Drama.
<b>Género</b>	Drama, <i>thriller</i> , policíaco, <i>suspense</i> .

Fuente: elaboración propia.

La primera temporada completa de la serie se estrenó a nivel mundial en el catálogo de Netflix el 21 de junio de 2024 y se incluyó en el Netflix Top 10 Global de series de habla no inglesa durante cinco semanas, tres en el puesto número uno. El proyecto se oferta doblado a 12 idiomas y subtulado a 31 idiomas. La trama de la serie se inicia con el traslado de la abogada Ana (Clara Lagos) al pueblo gallego para desentrañar la causa de la muerte de su padre, entonces comienza una relación romántica con un narcotraficante, Daniel (Tomar Navas), y se ve inmersa en esta red delictiva.

En relación con los resultados del análisis textual<sup>7</sup> del imaginario sociocultural español, la serie acude a diferentes ciudades de España para contextualizar la trama; sin embargo, el epicentro de esta narrativa se sitúa en

<sup>7</sup> Para consultar la tabla de análisis textual de *Clanes* (2024) abrir el siguiente enlace <https://figshare.com/s/a871dbe9e49880920eba>

el pueblo de Cambados, en la provincia de Pontevedra (Galicia). Existe una “coherencia topográfica” y el espectador puede percibir los espacios como reales. No obstante, hay excepciones de “geografía creativa”, ya que algunas escenas contextualizadas en Cambados son rodadas en la provincia de A Coruña (Galicia) (Tena, 2024). Así ocurre, por ejemplo, en el primer episodio: la carrera de coches se grabó en Laracha (Monte Cabreiro) y el bar se sitúa en Malpica de Bergantiños, ambos en A Coruña.

Por otra parte, respecto a la clasificación propuesta por Lotz y Potter (2022), esta historia no solo “se ubica en un lugar específico reconocible”, sino que está “basada en un lugar, gira en torno al mismo y no podría ser ubicada en ningún otro” (p. 9). Cambados es el centro neurálgico de las Rías Baixas en Galicia, un lugar tradicionalmente asociado al tráfico de drogas, premisa sobre la que gira la trama de la serie. En específico, la ficción muestra imágenes de San Tomé do Mar (la Torre de San Sadurniño y el puente de piedra), el lago y el puerto de la Ría de Arousa o el pueblo de Villanova de Arousa (con la arquitectura de piedra medieval característica del municipio).



**Figura 2. Rodaje de *Clanes***

Fuente: Guía Repsol (2024).

Por lo tanto, Galicia se convierte en un personaje más de la trama delictiva y, como tal, su relevancia y construcción estuvo presente desde la fase de preproducción y escritura de este proyecto. Así lo expresa Emma Lustres, productora de la serie en Vaca Films:

Íbamos colocando las secuencias en sitios concretos que ya conocíamos porque, en este caso, había un trabajo de documentación previo en el que el guionista y yo nos reunimos con narcotraficantes, policías, jueces, fiscales, periodistas, jefes de prensa de ayuntamientos y alcaldes. (Tena, 2024, § 3)



A partir del protagonismo del espacio, se observa una presencia constante de “Exteriores y arquitecturas”, sobre todo el lago, el puerto y el pueblo de Cambados, con la inclusión de las calles, el puente o la torre. De igual manera, se muestran imágenes de las ciudades de Pontevedra y Madrid a través de planos panorámicos que permiten ubicar la trama. Asimismo, las Cuatro Torres, las Torres Kio y el Arco de la Victoria en Madrid, junto con la zona de Gran Vía y Callao, contribuyen a la representación sociocultural española en la ficción, al tratarse de espacios reconocidos.

Para identificar estos lugares se acude a su señalización: carteles indicativos con el nombre de las ciudades/pueblos que aparecen en la carretera o insertos en postproducción, imágenes de mapas (navegador del coche, plano del metro de Madrid, mapa de la costa gallega) y señalizaciones verbales o símbolos (Cartel “Metro de Callao”). Estos elementos permiten que el espectador ubique la trama y son especialmente oportunos e, incluso, necesarios, debido al cambio recurrente de lugar de la narrativa.

Acerca de los “Antropónimos”, se observan nombres y apellidos característicos del espacio sociocultural español, como Ana González o Teresa Soriano. En este caso, destacan aquellos propios de la comunidad autonómica donde se desarrolla la trama: Berta Figaredo, Laura Silva o Daniel Padín, además incluyen apellidos de origen gallego.

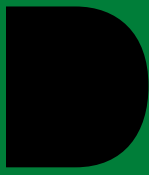
La “Actividad económica” es un factor primordial en el desarrollo de esta historia. En primer lugar, el tráfico de drogas y la labor de la policía nacional y de aduanas son los dos elementos que marcarán el pulso y avance de la trama. Asimismo, el ejercicio de la abogacía de la protagonista se incluye en este binomio. En menor medida, el trabajo en el bar de dos vecinas del pueblo también es motivo de avance de la narrativa. Finalmente, las imágenes de contexto deduce la actividad económica propia del lugar, la cual combina lo tradicional (recogida de mejillones) con la modernidad (puerto deportivo).

Por otra parte, en la ficción aparecen diferentes “Instituciones/empresas” que responden al imaginario sociocultural español. El elemento más destacado es, en la subcategoría de “seguridad”, la Policía Nacional, cuya inclusión permite observar la simbología y carteles correspondientes en los uniformes, chalecos y oficinas. También aparecen imágenes relativas a “medios de comunicación”, como la página web del periódico ficticio *El Correo de Arousa* (inspirado en su referente real *Diario de Arousa*), elementos de “empresas propias”, como el buzón del servicio de mensajería española “Correos” o, en la subcategoría de “sanidad”, la fachada del “Hospital General. Comunidad de Madrid” y la “Ambulancia Bande” (empresa privada de ambulancias en Ourense).

Sobre los “Símbolos identitarios”, destaca la inclusión de la bandera de España en diferentes lugares y contextos: en los barcos y lanchas, en la sala de juicios, en el puerto, en la avioneta o en los uniformes de las instituciones de seguridad. Además, se incluye el símbolo de la Policía Nacional, la Policía Aduanera y la Guardia Civil española.

Respecto a la “Lengua propia”, el idioma original de la serie es el español. Sin embargo, resulta evidente el acento gallego de la mayoría de los personajes de Galicia, marcando un contraste con aquellos de Madrid o Andalucía. A su vez, se introducen algunos comentarios en el idioma gallego que son subtítulos al castellano en la versión original: “cago en la cona”, “amodo ahora, amado ahora” o “moitas grazas por vir”, entre otros. También, destacan expresiones comprensibles en castellano, pero propias de la zona: “¡Ay!, mi Danielinio”, “¡caraio!” o “muiaia”.

Otro elemento destacado es la “Gastronomía”: el aperitivo de jamón y queso o múltiples referencias a la tortilla de patatas; todos platos típicos de origen español, así como la cerveza de la marca “Estrella Galicia” que aparece en varias ocasiones.



Finalmente, existen algunos elementos de “Humor”, como chistes: “¿Tú te sabes el dicho ese de ‘eres más vago que la chaqueta de un guardia’? Pues les faltó lo de civil” (Guerricaechevarría, 2024, temp. 1, ep. 1, 4m20s-4m30s) y metáforas, cuando se refieren al desembarco de la droga como si fuera marisco. Al igual que de “Música y folclor”, como las canciones propias del contexto español (“No puedo vivir sin ti” de Los Ronaldos o “Volando voy” de Camarón de la Isla); de “Fiestas”, como la celebración de un funeral católico, y de “Deporte”, como la imagen de la camiseta de un equipo de fútbol autonómico.

## Discusión

Las series de televisión analizadas ejemplifican la vocación “glocal” del servicio de Netflix (Neira *et al.*, 2023) y los resultados hallados permiten contextualizar y comparar la producción del operador en dos mercados nacionales diferentes.

En ambos casos la producción es de carácter local: las productoras audiovisuales son nacionales (Ukbar Filmes, en Portugal, y Vaca Films, en España); los creadores, guionistas y directores son locales, y el equipo artístico incluye actores y actrices reconocidos en cada país. Además, el desarrollo narrativo, los personajes y la temática muestran imágenes que incluyen una serie de elementos que remiten directamente al imaginario sociocultural nacional, portugués y español. Por ello, las etiquetas que la plataforma de Netflix utiliza en su interfaz para definir y clasificar estas series hacen referencia a su nacionalidad: “portuguesas” y “españolas”.

Por otra parte, existen factores y estrategias que permiten que las series y sus representaciones nacionales viajen en un contexto internacional, como la inclusión de los proyectos en el catálogo de Netflix, su estreno en bloque a nivel mundial o las opciones de doblaje y subtítulo señaladas. Ello supone la presencia de ambos proyectos en el *ranking* de las diez series más vistas de Netflix en la sección de habla no inglesa, especialmente en su país de origen y otros del contexto iberoamericano, lo que confirma la idea de la proximidad cultural (Straubhaar, 2007). Las convenciones del formato y el género (serial de drama y *thriller*) y la temática (tráfico de drogas) suponen un conjunto de parámetros reconocidos y familiares para una audiencia global, que, coincidiendo con Jenner (2023), son vehículo para la inclusión de elementos locales que serán asimilados fácilmente por los espectadores.

En relación con el análisis de representación del imaginario sociocultural de cada país, las localizaciones de ambas series de ficción responden a una “coherencia topográfica”, con mínimas excepciones de “geografía creativa” (Antoniazzi, 2018). Asimismo, se contextualizan en un espacio conectado con la historia, la cual se desarrolla en torno al mismo y no podría ser ubicada en ningún otro lugar (Lotz & Potter, 2022). Esta elección se debe a que la narrativa de las ficciones está basada en hechos reales, por lo que resulta conveniente hacer el rodaje en los mismos lugares donde se desarrollaron a favor de la veracidad de la trama. Dicho esto, el espacio es entendido como un personaje protagonista en ambos relatos (Mateos-Pérez, 2023).

El caso de la serie portuguesa es especialmente relevante, pues recibe el título de dicho lugar, *Rabo de Peixe*, a pesar de que se tradujo como *Turn of the Tide* para la distribución internacional. Este fenómeno ocurre a la inversa en la serie española *Clanes*, ya que la traducción al inglés del proyecto remite a la zona en la que se desarrolla: *Gangs of Galicia*.

La particularidad de los lugares en los que se desarrollan las tramas (*Rabo de Peixe* en la isla de São Miguel, Azores, y Cambados, en las Rías Baixas, Galicia) supone una representación parcial de la idiosincrasia nacional de



cada país. En ambos casos, la ficción no desatiende los elementos propios del imaginario sociocultural portugués y español, pero los aspectos más reseñables responden a una representación específica de las zonas concretas donde se ubica la trama. Ello refleja la diversidad presente en la península ibérica: tanto en Portugal, mostrando elementos propios de las Islas Azores, como en España, donde existe una potente multiculturalidad y multilingüismo entre diferentes comunidades autónomas. De manera que, coincidiendo con Castelló Cogollos (2004), “el estudio de la identidad cultural en las series de ficción de las televisiones regionales nos muestra que la pluralidad existente en la sociedad española es plasmada en dichas producciones” (p. 47).

Para contextualizar los citados lugares, se acude a los “Exteriores y arquitecturas” que muestran las edificaciones, calles y accidentes geográficos de los diferentes espacios. En ambos proyectos, existe una destacada presencia del paisaje natural que conecta la actividad del narcotráfico con la pesca y otras labores marítimas, lo que dirige a “Conflicto y aspecto social”. Esta trama también permite la inclusión de las “Instituciones/empresas” nacionales que se enfrentan al narcotráfico: las fuerzas de seguridad del estado, en cuyas imágenes aparecen los “símbolos de identidad” propios y las banderas de cada país.

El idioma es otro elemento que refleja al carácter local, incluso regional, de la ficción y la diversidad nacional. En el caso de *Clanes*, el lenguaje remite al multilingüismo del Estado español, concretamente a la lengua gallega utilizada por los personajes a través de diferentes expresiones y frases, junto con el acento característico. En este caso, el *casting* está compuesto en su mayoría por intérpretes de origen gallego, lo que facilita y contribuye a la veracidad de la interpretación. Por otra parte, en *Rabo de Peixe* se discuten dos aspectos relevantes respecto al uso del idioma. En primer lugar, no se ha detectado un acento específico de la zona de las Azores, lo que resulta reseñable para la audiencia portuguesa, pero no es percibido en un foro internacional. En este caso, el creador de la serie priorizó la calidad y experiencia de los intérpretes frente a su acento (Fraga, citado en Instituto de Ciências Sociais da UMinho, 2023). En segundo lugar, la lengua inglesa tiene una presencia importante en esta ficción con diferentes expresiones americanizadas y canciones.

Finalmente, a pesar de que tanto Portugal como España son estados laicos, la religión está presente en ambas ficciones, pero en especial en *Rabo de Peixe*, donde se anotan varios elementos de carácter religioso que vertebran toda la historia y muestran una arraigada tradición católica a través de diferentes escenas, personajes y símbolos. También el deporte es utilizado como capital cultural en ambas ficciones, aunque en menor medida en *Clanes*. Por el contrario, la gastronomía es un elemento más recurrente en la serie española, tanto la elaboración de recetas típicas, como la costumbre de reunirse en el bar como contexto de la acción de varios personajes.

## Conclusiones

Este trabajo responde a la demanda de mayor atención sobre las producciones locales en plataformas internacionales en un mercado audiovisual protagonizado por la vocación transnacional del servicio de Netflix. Concretamente, el análisis textual del imaginario sociocultural nacional en las series *Rabo de Peixe* y *Clanes* contribuye a la comparativa entre diferentes mercados nacionales sobre los que la producción científica es limitada o ausente.

En un primer momento, se anota un diferente grado de inversión en la industria audiovisual de estos países por parte de la plataforma, dado que, aunque en ambos casos Netflix se establece en el año 2015 y lidera el consumo de la audiencia, en España se han producido 31 series frente a los dos proyectos creados en Portugal.



En relación con la transnacionalidad, si bien los dos proyectos responden a la vocación “glocal” de los *Netflix Originals*, y así se aprecia en sus estrategias de producción y distribución, existen interesantes diferencias respecto a las categorías de representación nacional examinadas.

En *Rabo de Peixe*, existe una mayor diversidad cultural, elementos americanos y referentes estéticos que permiten descolonizar la ficción (Albornoz & García, 2021), lo que nos aproxima a las ideas de Salsabila (2021) sobre la americanización de la obra europea de Netflix. Por su parte, en *Clanes*, se aprecia un mayor número de referentes al imaginario sociocultural español, destacando su multilingüismo y multiculturalidad, y a las particularidades de la región gallega.

Este trabajo concluye la atención patente a las series de ficción locales como vehículos de capital cultural para una audiencia global. Sin embargo, los resultados alcanzados quedan limitados a dos casos concretos, lo que impide su generalización y precisa de un estudio más amplio al respecto. Además, los hallazgos sobre la representación sociocultural nacional, a partir de las categorías examinadas, podrán ser complementados con otras cuestiones, como los elementos de realización audiovisual (narrativa y estética), los cuales contribuyen a la identificación nacional o a la americanización y atractivo internacional de las series de ficción propuestas. Futuros trabajos examinarán series de ficción de otros mercados nacionales, ampliando estas conclusiones y fortaleciendo la investigación sobre el carácter transnacional del servicio de Netflix y, de este modo, se descubrirán las nuevas estrategias que aplicarán las plataformas para alcanzar el éxito global y reflejar el contexto nacional en sus contenidos.

## Referencias

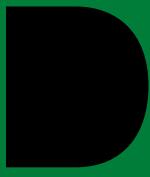
1. Albornoz, L., & García, M. (2021). Netflix Originals in Spain: Challenging diversity. *European Journal of Communication*, 37(1), 63-81. <https://doi.org/10.1177/02673231211012174>
2. Álvarez, H., Ecker, A., & Gómez-Pavón, A. (2022). *El español en Netflix: lengua común y circulación en la industria audiovisual global*. Observatorio Nebrija del Español.
3. Antoniazzi, S. (2018). La ciudad filmada: cine, espacio e historia urbana. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias sociales*, XXIV, 1-29. <https://revistes.ub.edu/index.php/b3w/article/view/27278>
4. Asmar, A., Raats, T., & Audenhove, L. V. (2022). Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 18(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/17496020221129516>
5. Barlovento Comunicación. (julio de 2024). *7ª Ola Julio 2024 Barómetro OTT – Multidispositivo*. <https://barloventocomunicacion.es/barometrotv-ott/7a-ola-julio-2024-barometro-ott-multidispositivo/>
6. Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Gedisa Editorial.
7. Cardoso, G., & Baldi, V. (2022). *Paradigmas de consumo e de evolução da indústria em Portugal e Europa*. OberCom Observatório da Comunicação Audiovisual.
8. Carrasco-Campos, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones | Tv series: genres and formats. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1(9), 174-200. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v1i1.22>
9. Cascajosa-Virino, C. (2023). Originals with a Spanish Flavor: Netflix's Cable Girls and the Reinvention of Broadcast TV Drama for Video-on-Demand Services. En A. Lotz & R. Lobato (Eds.), *Streaming Video. Storytelling Across Borders* (pp. 141-155). New York University Press.



10. Casetti, F., & di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.
11. Castelló Cogollos, E. (2004). Mecanismos de construcción de la identidad cultural en las series de ficción: el caso de la televisión autonómica en España. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, X(20), 45-77.
12. Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y Consejo. Por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado. 28 de noviembre de 2018. Diario Oficial de la Unión Europea L 303/6. <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>
13. FlixPatrol. (s. f.). *Turn of the Tide Hours Viewed*. <https://flixpatrol.com/title/turn-of-the-tide/hours-viewed/>
14. Fraga, A., Tordo, J., Gonçalves, H. (Escritores) & Fraga, A., Sequeira, P. (Directores). (2023). *Rabo de Peixe*. Ukbar Filmes.
15. García, M., & Hernández, M. (2021). Plataformas y política audiovisual: Netflix en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 855-866. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.73591>
16. Grece, C., & Tran, J-A. (2023). *SVOD Usage in the European Union*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/svod-usage-report-in-the-eu-2023-december-2023-c-grece-and-j-a-tran/1680af0850>
17. Guerricaechevarría, J. (Escritor) & Gual, R., Rodríguez, J. (Directores). (2024). *Clanes*. Vaca Films.
18. Higuera-Ruiz, M. J. (2023). Identificación cultural y emocional con Madrid a través de la serie Valeria (Netflix, 2020-2023). *Revista De Comunicación*, 22(2), 243-260. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3163>
19. Higuera-Ruiz, M. J., Lomas, S., Martín-García, T., & Marcos-Ramos, M. (2024). Elementos de identidad nacional y cultural en la ficción televisiva española distribuida por la plataforma RTVE Play. *Revista Latina de Comunicación Social*, (83), 1-16. <https://doi.org/10.4185/rlds-2025-2327>
20. Idiz, R. (2024). Local Production for Global Streamers: How Netflix Shapes European Production Cultures. *International Journal of Communication*, 18, 2129-2148. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21881>
21. Idiz, D., Noordegraaf, J., & Vliegthart, R. (2024). Culture as window dressing? A threefold methodological framework for researching the locality of Netflix series. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 20(1), 1-25. <https://doi.org/10.1177/17496020241235579>
22. Instituto de Ciências Sociais da UMinho [@ics.uminho]. (4 de julio de 2023). *Entrevista a Augusto Fraga, realizador de Rabo de Peixe* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QzKZPRaVi9Q>
23. Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-Invention of Television*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94316-9>
24. Jenner, M. (2023). Transnationalising Genre: Netflix, Teen Drama and Textual Dimensions in Netflix Transnationalism. En M. Jenner (Ed.), *Binge-Watching and Contemporary Television Studies* (pp. 183-200). Edinburgh University Press. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-39237-5\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-031-39237-5_13)
25. Lobato, R. (2019). *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479895120.001.0001>
26. Lobato, R. & Lotz, A. (2020). Imagining Global Video: The Challenge of Netflix. *Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 132-136. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0034>



27. Lotz, A. (2021a). In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 195-215. <https://doi.org/10.1177/1367877920953166>
28. Lotz, A. (2021b). Unpopularity and cultural power in the age of Netflix: New questions for cultural studies' approaches to television texts. *European Journal of Cultural studies*, 24(4), 887-900. <https://doi.org/10.1177/1367549421994578>
29. Lotz, A., & Potter, A. (2022). Effective cultural policy in the 21st Century: challenges and strategies from Australian television. *International Journal of Cultural Policy*, 28(6), 684-696. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.2022652>
30. Lotz, A., Eklund, O., & Soroka, S. (2022). Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass media flows. *Journal of Communication*, 72(4), 511-521. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac020>
31. Luz, B. (2024). Number of subscribers to video-on-demand services in Portugal 2023, by platform. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/1379077/portugal-subscribers-to-video-on-demand-services-by-platform/>
32. Mármol, J. (4 de julio de 2024). 'Clanes': ¿En qué historia está inspirada el nuevo éxito de Netflix que arrasa entre las series? *Cinemanía*. <https://www.20minutos.es/cinemania/series/clanes-historia-real-serie-netflix-tania-varela-5526105/>
33. Mateos, J. (2014). La aportación de la televisión a la construcción del imaginario español. *Comunicación y Medios*, (29), 64-75. <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/30142>
34. Mateos-Pérez, J. (2023). Protagonismo espacial en la ficción televisiva española. El caso de Antidisturbios (Movistar+, 2020). *Communication & Society*, 36(2), 1-15. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.1-15>
35. Navarro, C., & Monclús, B. (2021). The curation of European Netflix catalogues on social media: They key role of transnational and local cultural traits. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(4), 347-374. <https://doi.org/10.1177/17496020211044444>
36. Neira, E., Clares-Gavilán, J., & Sánchez-Navarro, J. (2023). Standing up to Hollywood: the Netflix glocal strategy for popularising non-English-language series worldwide. *Profesional de la información*, 32(4), e320409. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.09>
37. Netflix Portugal [@NetflixPT]. (15 de junio de 2023). A TRAVESSIA AINDA NÃO ACABOU. O fave português de todos nós vai regressar para a segunda temporada [tweet]. X. <https://x.com/NetflixPT/status/1669286483591589888>
38. Pedro, J. (2022). Descubriendo Netflix: identidad de marca y representaciones de la diversidad. *Revista de Comunicación*, 21(2), 179-196. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A9>
39. Saló-Benito, G. (2003). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Gedisa Editorial.
40. Salsabila, K. (2021). Netflix: Cultural Diversity or Cultural Imperialism? *Rubikon. Journal of Transnational American Studies*, 8(1), 15-27. <https://doi.org/10.22146/rubikon.v8i1.65480>
41. Stolz, B. (2023). National, Transnational, Transcultural Media: Netflix-The Culture-Binge. En M. Jenner (Ed.), *Binge-Watching and Contemporary Television Studies* (pp. 145-161). Edinburgh University Press.
42. Straubhaar, J. (2007). *World television: from global to local*. Sage.
43. Tena, A. (21 de junio de 2024). Dónde se rodó la serie 'Clanes' (Netflix). Romance y venganza en Galicia. *Guía Repsol*. <https://www.guiarepsol.com/es/viajar/vamos-de-excursion/donde-se-rodó-clanes/>



44. The Portugal News. (11 de abril de 2024). *Vuelve la serie Portuguesa de éxito de Netflix*. <https://www.the-portugalnews.com/es/noticias/2024-04-11/vuelve-la-serie-portuguesa-de-exito-de-netflix/87829>
45. Vassallo de Lopes, I., Piñon, J., & Duff Burnay, C. (2022). *Obitel 2022. Transformaciones en la Serialidad de la Ficción Televisiva Iberoamericana en Tiempos de Streaming*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
46. Yong Jin, D., Lee S., & Hong, S.-K. (2023). Netflix and the Global Receptions of Korean Popular Culture: Transnational Perspectives. Introduction. *International Journal of Communication*, 17, 6887-6895. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20718>
47. Wayne, M., & Castro, D. (2020). SVOD Global Expansion in Cross-National Comparative Perspective: Netflix in Israel and Spain. *Television & New Media*, 22(8), 1-18. <https://doi.org/10.1177/1527476420926496>
48. Wayne, M., & Uribe, A. (2021). Netflix original series, global audiences and discourses of streaming success. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 18(1), 1-20. <https://doi.org/10.1177/17496020211037259>