

La autorrepresentación del andaluz en *web-series*

Inmaculada Gordillo¹

Recibido: 2011-08-09

Aceptado: 2012-03-02

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Gordillo I. Abril de 2012. La autorrepresentación del andaluz en *web-series*.

Palabra Clave 15 (1), 54-81.

Resumen

El artículo es el resultado de una investigación sobre la autorrepresentación de la imagen de Andalucía y de los andaluces a partir de la producción de ficción emitida a través de Internet. El panorama audiovisual andaluz ha cambiado radicalmente en las dos últimas décadas favoreciendo la producción independiente. Los andaluces empiezan a relatarse a sí mismos por lo que resulta pertinente investigar si se siguen manifestando los tradicionales estereotipos que la literatura y el cine han consolidado durante siglos. Para ello se ha seguido una metodología cualitativa centrada en el análisis textual a partir de la configuración de una serie de variables representativas de la imagen estereotipada del andaluz.

Palabras clave

Ficción *on-line*, cortometraje andaluz, estereotipos, identidad cultural, autorrepresentación, clichés.

¹ Universidad de Sevilla; España. ingoal@us.es

The Self-Representation of Andalusian in *Web-Series*

Abstract

This article is the result of a study on self-representation of the image of Andalusia and the Andalusian people based on fictional production shown via the Internet. The Andalusian audiovisual scene has changed dramatically in the last two decades and the people of Andalusia are beginning to tell their own stories. Consequently, it is important to determine if the traditional stereotypes consolidated for centuries in literature and film are still being portrayed. With that objective in mind, the study uses a qualitative method that features a textual analysis based on the configuration of a series of variables representative of the stereotyped image of the Andalusian people.

Key words

Online fiction, Andalusian short film, stereotypes, cultural identity, self-representation, clichés.

A autorrepresentação do andaluz em *web-séries*

Resumo

O artigo é o resultado de uma pesquisa sobre a autorrepresentação da imagem da Andaluzia e dos andaluzes a partir da produção de ficção emitida por meio da internet. O panorama audiovisual andaluz tem mudado radicalmente nas duas últimas décadas favorecendo a produção independente. Os andaluzes começam a relatar a si mesmos, razão pela qual se torna pertinente pesquisar se se seguem manifestando os tradicionais estereótipos que a literatura e o cinema consolidaram durante séculos. Para isso, seguiu-se uma metodologia qualitativa centrada na análise textual a partir da configuração de uma série de variáveis representativas da imagem estereotipada do andaluz.

Palavras-chave

Ficção on-line, curta-metragem andaluz, estereótipos, identidade cultural, autorrepresentação, clichês.

Introducción

La imagen de los andaluces dentro del ámbito audiovisual se ha caracterizado, desde las primeras manifestaciones del cinematógrafo, por la recurrencia a un estereotipo basado en una serie de tópicos superficiales y, en muchas ocasiones, reflejo de una realidad desfigurada. En la mayoría de los casos esa imagen ha sido manufacturada por autores no andaluces, ya que la industria audiovisual en esta comunidad ha carecido de un tejido empresarial propio y de un conjunto de creadores autóctono —exceptuando contadas salvedades— durante muchas décadas. Además, habría que subrayar que esa imagen distorsionada incluso ha llegado a ser el prototipo de lo español exportado al exterior, sobre todo durante la época franquista.

A finales de los años ochenta, con la creación la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), la emisora autonómica integrada en la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (Forta), y de la primera facultad con la especialidad en Comunicación Audiovisual², la industria mediática audiovisual empieza a desarrollarse y, ya en la segunda mitad de los años noventa surgen abundantes creadores formados e integrados laboralmente en Andalucía. Pero no será hasta los primeros años del siglo XXI, con la segunda generación de Internet —en la que los usuarios se convierten en emisores de páginas web, *blogs*, *wikis* y redes sociales— cuando eclosione una mayor producción de discursos audiovisuales realizados por andaluces. El nuevo medio posee, además, la importante ventaja de una audiencia creciente y activa, que permite perfilar mucho más la autopercepción de la identidad cultural de Andalucía.

Así confluyen dos importantes avances que atañen a los dos polos comunicativos que frenaban a los creadores: las nuevas tecnologías en relación con la grabación de la imagen facilitan la producción, y esta encuentra en

2 Se trata de la Facultad de Ciencias de la Información (ahora Facultad de Comunicación) de la Universidad de Sevilla que comenzó su andadura en octubre de 1989.

Internet un medio de fácil acceso y de gran eficacia para su difusión. La red representa un fecundo canal de distribución para formatos de difícil desarrollo como el cortometraje y otras producciones de carácter seriado. Hay que tener en cuenta que el espacio del cortometraje dentro del mundo de la industria audiovisual constituye un ámbito con características propias y muy disímiles a los elementos de producción, distribución y rentabilidad habituales en otros productos más comerciales.

Los escasos canales de distribución del cortometraje, ya sea en vídeo o en 35 mm, se habían centrado sobre todo en festivales y muestras organizadas en torno a un público juvenil, lo que convierte a este producto en un formato de la industria audiovisual hecho por y para jóvenes, en la mayoría de los casos. Es interesante este nicho de público a la hora de tener en cuenta el análisis de los receptores de cortometrajes. Internet sirve de canal para estos productos que encuentran en la red un lugar propio y perfectamente adecuado por sus elementos de duración, producción y *target*.

La ficción andaluza *on-line* como objeto de estudio

A partir de esta reflexión podemos plantearnos una investigación que permita rastrear la imagen que los andaluces expresan de ellos mismos en la producción de ficción en Internet, y la relación de esta imagen con el estereotipo habitual en los otros medios de comunicación audiovisuales, como el cine y la televisión.

Estas cuestiones permitirán profundizar en la representación de la identidad de los andaluces y de Andalucía, ya que las manifestaciones de la industria cultural de un determinado ámbito geográfico o social son básicas para los procesos de identificación y propagación de la propia imagen. La producción audiovisual potencia, consolida y divulga los elementos que van a conformar la identidad cultural de un grupo social. Las películas, las series y otros contenidos audiovisuales de ficción como los cortometrajes, construyen y difunden imágenes originales, estereotipadas, novedosas, incluso arriesgadas e innovadoras. Y también transmiten elementos de autopercepción interesantes para comprender una determinada cultura.

Las nuevas realidades, las preocupaciones sociales, los ámbitos de discusión y las tendencias narrativas suelen trasladarse con mucha facilidad al mundo del cortometraje y la serie de ficción, por la libertad que implican estos formatos. Así se convierten en excelentes mensajes donde expresar y dibujar la propia identidad cultural. Sin embargo, hay que considerar que el grupo social sobre el que recae la autoría de la mayor parte de los cortometrajes y series *on line* no tiene relación con una comunidad geográfica ni económica, sino que forma parte de una colectividad cultural marcada por rasgos de edad. Por ello, hablar de web-series o cortometrajes andaluces resulta en ocasiones forzado, aunque para Rafael Utrera, si el autor o el productor han nacido en Andalucía, independientemente si la temática es local o universal, un cortometraje puede ser catalogado como andaluz (Utrera y Olid, 1993, p. 10).

Sin embargo, para la investigación que abordamos este criterio resulta demasiado inespecífico, por lo que se ha seleccionado un corpus de textos audiovisuales que contiene componentes culturales relacionados con Andalucía, descartando aquellas obras que por su temática, sus elementos narrativos o de puesta en escena, no remiten en ningún momento a Andalucía o a los andaluces.

Podemos considerar que los componentes culturales relacionados con Andalucía pueden estar localizados en variadas unidades significantes presentes en una obra audiovisual, desde elementos espaciales o geográficos, hasta factores de la puesta en escena, contenidos temáticos o ingredientes sonoros. Más allá de la procedencia en el nacimiento del autor o la productora, desde aquí consideraremos que una obra audiovisual de contenido ficcional puede considerarse andaluza si alguno de sus componentes de la imagen, el sonido o del contenido posee relación con Andalucía.

Método

Para el estudio de la autorrepresentación de los andaluces en series emitidas y popularizadas a través de Internet se ha elegido una metodología perteneciente al paradigma cualitativo que nos permita acercarnos al objeto de estudio a partir del análisis de contenido. Sin embargo, para llegar a ese punto ha sido necesario, en primer lugar, realizar una selección de textos, para lo que se han utilizado procedimientos relacionados con los paradigmas cua-

litativo y cuantitativo. Por ello se han establecido unos criterios de búsqueda y una selección de textos a partir de dos parámetros: el primero, de tipo cuantitativo, según el número de reproducciones a través de la red. El segundo, en atención a elementos de contenido rastreando una serie de rasgos pertinentes para los objetivos marcados en el diseño de la investigación.

Búsqueda del corpus textual

Para organizar la relación de textos audiovisuales se ha tenido en cuenta un factor de facilidad de acceso para el usuario. Por ello se han consultado cuatro tipos de fuentes:

- Motores de búsqueda más usuales: Google, Yahoo, Lycos y Ask.com.
- Páginas institucionales y oficiales del audiovisual andaluz (Madeinshort Andalucía, Andalucía en corto, Fundación Audiovisual de Andalucía, etc.).
- Plataformas más visitadas de contenido multimedia (Youtube, Vimeo, Dailymotion).
- Sitios de autores o productoras de los propios textos audiovisuales (Mundoficción Producciones, Frikibot, etc.).

En los buscadores habituales como Google o Yahoo se encuentran materiales diversos y heterogéneos. Cuando se busca “cortometraje andaluz” remiten —dentro de las diez primeras entradas— a alguna de las páginas institucionales que relacionaremos más adelante. Si buscamos títulos concretos, sobre todo los más visionados, los buscadores poseen abundantes entradas que remiten a diversas plataformas: sitios web, plataformas de contenido multimedia, bitácoras personales, *wikis* o páginas oficiales de esos materiales. Es decir, los motores de búsqueda acostumbrados serán eficaces en la medida de que el usuario conozca los títulos de los cortometrajes o de las series andaluzas a los que quiere acceder.

Existe un conjunto de páginas institucionales u oficiales que permiten comprobar el buen momento de la industria audiovisual andaluza en relación con pequeños formatos, como el sitio web Madeinshort Andalucía³, que pertenece a un Programa de Promoción del Cortometraje Andaluza auspiciado por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Otra página con respaldo institucional de cortometrajes de ficción es Andalucía

3 <http://www.madeinshortandalucia.es>

en corto⁴, un proyecto de la Asociación Cinematográfica de Benalmádena (Acibe), incentivado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. Se trata de “una plataforma de debate sobre el audiovisual andaluz, la revolución digital del cine y la distribución de los cortometrajes producidos en nuestra tierra”, buscando una herramienta y un apoyo para los nuevos creadores. En la página de la Fundación Audiovisual de Andalucía⁵ se ha creado un Portal de Promoción de obras audiovisuales andaluzas⁶, que ha contado con el respaldo de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA) —Agencia de Desarrollo Regional del Gobierno Andaluz, adscrita a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa—, y la colaboración de varias agrupaciones de productores andaluces: la Asociación de Empresas de Producción Audiovisual y Productores Independientes de Andalucía (Aepaa-Apiia) y la Plataforma de Empresarios y Creadores del Audiovisual Andaluz (Pecaa). Este portal tiene como objetivo “promocionar el sector audiovisual andaluz y apoyar a las empresas y a los profesionales andaluces en su expansión nacional e internacional, así como el fomento de las iniciativas de coproducción de nuestras empresas productoras con otras empresas nacionales y/o internacionales”. Dentro del Portal Avándalus existe un link de Producciones Andaluzas con un apartado especial para cortometrajes. Ahí se recogen 182 entradas de cortos realizados por productoras andaluzas en los últimos años, con fichas técnicas y artísticas, festivales y premios, y datos de contacto de la productora.

Otras páginas fácilmente accesibles para los usuarios son los sitios de las productoras y los autores andaluces, como la página de Mundoficción Producciones⁷. En el link Producciones existen datos sobre los cortometrajes (en su conjunto forman casi una webserie), fotos y pueden descargarse las siguientes producciones: *Aquello era otra cosa*, *Eso es así*, *Esto ya no es lo que era*, *Reflexiones veraniegas*. Es interesante también el caso de Malviviendo⁸, pues posee una página web, un *blog*, un canal propio en Youtube, varias páginas en Facebook, e incluso una entrada en Wikipedia⁹. La descarga de los capítulos de esta webserie es muy cómoda y accesible para el usuario de la red.

4 <http://www.andaluciaencorto.com/>

5 <http://www.fundacionava.org/>

6 <http://www.avandalus.org>

7 <http://mundoficcionproducciones.com/>

8 <http://malviviendo.com/>

9 <http://es.wikipedia.org/wiki/Malviviendo>

Entre los sitios que recogen información sin que exista la posibilidad de descargar parte o toda la producción de la empresa está la página de La Zanfoña Producciones¹⁰, donde solo aparecen algunos datos de tres cortometrajes de ficción. Poseen una producción centrada en el largometraje (*Siete Vírgenes* y *After* de Alberto Rodríguez, *Astronautas* de Santi Amodeo, o *Qué tan lejos* de Tania Hermida, entre otros). Del mismo tipo son las páginas de Almería 29 Letras:¹¹, La claqueta metálica¹², Sevilla: Dos de catorce Producciones¹³, Malaventura¹⁴, entre otras muchas.

Selección

La búsqueda de rasgos pertinentes en nuestra investigación a partir del visionado atento de las obras audiovisuales andaluzas de la web, además de la consulta del número de reproducciones de la obra audiovisual concreta, han sido las dos pautas utilizadas para seleccionar las producciones más visionadas que inciden, de una u otra manera, en representar una imagen de Andalucía. Los rasgos pertinentes andaluces han sido considerados con un criterio laxo, teniendo en cuenta que pueden atender a diversos aspectos como lugar (espacio), a partir del sonido (acentos de los personajes, ruidos y música) y en relación con el tópico (elementos de la puesta en escena).

Por tanto, a partir de una primera búsqueda se han seleccionado obras de autores andaluces y esta variable se ha cruzado con criterios cuantitativos de difusión. El número de visitas y reproducciones de las obras —que Internet facilita en gran medida— permite descartar materiales de distinta índole. Muchos de ellos se deben a localismos extremos acompañados por un mínimo de calidad que impiden que la serie se popularice más allá de pequeños entornos.

El tercer criterio que ha permitido cerrar la selección lo constituyen elementos de contenido relacionados con los objetivos del trabajo. Si se necesita conocer la autoimagen de los andaluces en la ficción para la red, será necesario que los materiales analizados contengan elementos autóctonos de algún tipo:

10 <http://www.lzproducciones.com/>

11 <http://www.29letras.com/index.html>

12 <http://www.claquetametalia.com/1280.html>

13 <http://www.dosdecatorce.com/>

14 <http://www.malaventura.net/>

- Unidades espaciales o geográficas reconocibles e identificables de Andalucía.
- Unidades de la puesta en escenas relacionadas con la iconografía andaluza.
- Unidades temáticas relacionadas con el imaginario andaluz.
- Unidades sonoras identificables con Andalucía.

Instrumentos de análisis

Las estrategias metodológicas que se han aplicado en la selección resultante para la búsqueda de elementos que permitan definir la autopercepción y la autorrepresentación de la imagen de Andalucía en la ficción distribuida a través de la red se basan en el análisis textual. Tras el rastreo exhaustivo de discursos ficcionales realizados por andaluces y con rasgos identitarios marcados, y una vez configurada la selección, se ha utilizado un método de análisis textual que permite aplicar técnicas y protocolos de observación, comparación y deducción de los parámetros que resulten pertinentes a la investigación. Se ha diseñado un instrumento de aplicación propio, ajustado a las coordenadas que quieren comprobarse en relación con los tópicos más comunes que han configurado la imagen estereotipada del andaluz en los textos literarios y audiovisuales.

Por ello se ha realizado una tabla de elementos que corresponden a los tópicos habituales de la imagen del andaluz y de Andalucía a partir de la literatura y el cine tradicional¹⁵. Las principales variables de la tabla son las siguientes:

- Atraso en la vida cotidiana, en infraestructuras, formas de vida, nivel económico de la gente, falta de modernidad. Es una localización más cercana a África que a Europa, por lo que la falta de progreso es uno de los tópicos habituales sobre el andaluz. La asociación de elementos rurales va ligada a esta noción.
- La holgazanería es un estereotipo muy generalizado, relacionado con tópicos como la siesta, la desgana, la apatía o la vagancia propia de las altas temperaturas que durante los veranos se sufren en el sur. El andaluz suele ser calificado como mal trabajador, con poca producción y desganado.

15 Cfr. Guarinos (2009a); Ruíz-Muñoz (2008); Teruel Rodríguez y Fernández Cabello-Delgado (2005); Aguilar (2006) y Egea Fernández-Montesinos (2003).

- Folklorismo, conectado con la tradición, la fiesta y la religión. La alegría y tendencia a la fiesta están relacionadas con otros tópicos como la sociabilidad y el carácter abierto. El folclore en Andalucía posee una doble vertiente: la lúdica, llena de color, música y luz, y la oscura, más devota y religiosa, pero igual de externa y social que la de la fiesta.
- La gracia y el desparpajo también forman parte de la imagen tópica del andaluz de todos los tiempos. El salero, la capacidad para el chiste, la chispa y la simpatía van unidos al ingenio rápido.
- El temperamento, tanto para el arte como en el carácter: la fogosidad, la exaltación, el calor y la pasión han sido también características asumidas por los hombres y las mujeres del sur. A su vez —como casi siempre en Andalucía— el carácter temperamental posee un contrapunto dramático: la tendencia al fanatismo, a la violencia, a la Andalucía negra del bandolero. El temperamento andaluz es un tópico habitual en la literatura y el cine. Está relacionado con la expresión de las emociones. Para Fernández Trevijano, “el andaluz convierte sus emociones en un espectáculo del que él mismo disfruta” (1999, p. 109).
- Nivel cultural y profesional escaso, con poca cualificación y capacitación, debido, en muchas ocasiones, a la escasa formación. La incultura y el analfabetismo vuelven a relacionarse con la Andalucía rural, atrasada y relegada.
- Descuidado nivel lingüístico. Las modalidades lingüísticas de las diferentes hablas andaluzas han sido consideradas incorrectas en relación con el castellano normativo durante siglos, incluso por los propios andaluces. A esto se le añade el tópico de que la mayoría de los andaluces usan vulgarismos y otras incorrecciones sintácticas y gramaticales. En ocasiones se intenta encubrir el habla andaluza a partir de añadir eses en todas las palabras. Esta característica normalmente se identifica con bajo nivel cultural.
- Picaresca: el andaluz se considera una especie de truhán simpático, buscavidas y caradura, que resuelve las situaciones de la vida cotidiana de forma individualista y en provecho propio. El pícaro roza el delito, y en la actualidad podría estar representado por la figura del “gorrilla” o aparcacoches ilegal, una figura habitual en las ciudades andaluzas a pesar de la oposición de la mayoría de los ciudadanos.

Por otro lado, existen también otros elementos que marcan la identidad andaluza, que no son precisamente tópicos, sino rasgos que definen y forman parte de la cultura y el patrimonio de lo andaluz

- Paisaje. Identificar Andalucía geográficamente siempre es posible en el terreno del audiovisual gracias a elementos reconocibles de varios tipos. Desde los urbanos y concretos (la Giralda de Sevilla, la Mezquita de Córdoba, entre otras), o no urbanos y generalistas (un gran olivar de Jaén, playas de dunas en Huelva). En este apartado incluimos también lugares indeterminados, pero con connotaciones andaluzas (patio andaluz, bares con terraza, etc.).
- Hablas andaluzas más o menos marcadas, pero fácilmente reconocibles e identificables. La manifestación de las distintas variedades del andaluz es independiente del nivel cultural del hablante.
- Expresiones culturales autóctonas (Feria de Sevilla, Carnaval de Cádiz, Romería el Rocío, el traje de flamenca, el gazpacho). La mayoría de estas manifestaciones, debido a su popularidad y a la recurrencia dentro de los discursos literarios y audiovisuales, dan pie a algunos de los tópicos recogidos más arriba.

A partir de los tópicos y los rasgos característicos podremos elaborar un cuadro metodológico de elementos sobre los que se incidirá dentro del análisis textual, donde se relacionen las variables con sus equivalencias:

Cuadro 1. Rasgos característicos de lo andaluz

Variable	Se relaciona con
Paisaje	Reconocible, concretos, generalistas o indeterminados.
Acento	Hablas andaluzas, variedades del andaluz.
Cultura	Fiestas populares, gastronomía, costumbres.
Atraso	Falta de modernidad, nivel de vida atrasado, ruralidad.
Holgazanería	Siesta, desgana, apatía, vagancia.
Folclorismo	Tradicición, fiesta, religión, carácter abierto.
Gracia	Desparpajo, salero, ingenio.
Temperamento	Pasión, fogosidad, exaltación, fanatismo, dramatismo.

▶ Incultura	Poca cultura y poca capacitación, ausencia de formación.
Malhablar	Vulgarismos, incorrecciones sintácticas.
Picaresca	Buscavidas, caradura, engaño.

Fuente: elaboración propia.

La ficción *on-line* más visionada

A partir de las fuentes consultadas y visionadas se ha conseguido una relación de materiales audiovisuales de la que a continuación se ofrecerán el título, los autores, el número aproximado de visitas o reproducciones, así como una breve descripción argumental.

***Niña repelente* (José Antonio Pérez, Frikibot)**

La webserie *Niña repelente* puede verse en su propia página web¹⁶, además de en otras plataformas como Vimeo, Youtube o Dailymotion. En YouTube las visitas a los episodios de la serie suman más de veintisiete millones de reproducciones (febrero 2011). Incluso es habitual encontrar los vídeos, comentarios o alusiones en numerosos blogs y en varios grupos en Facebook (“Niña repelente”, “El gnomo de la niña repelente”, “Concha, la madre de la niña repelente”, “Me encanta la niña repelente”, etc.) con más de 200.000 fans en total. Se trata de una producción de Frikibot, escrita y dirigida por José Antonio Pérez, que en febrero de 2011 había estrenado quince episodios y un especial de navidad. Los creadores de la serie aparecen en los créditos como Jape y Mape (el mismo José Antonio Pérez y su hermano Manuel, ambos de Camas, Sevilla), que junto a Jesús Calvo de León componen Impose Estudio. Cada uno de los capítulos (con una duración variable, desde tres minutos hasta nueve) muestra, en tono cómico, algún momento de la vida de Margarita, una niña desvergonzada, antipática y algo más que revoltosa, de unos cinco años, que vive con sus padres. Antonio, el padre de Margarita, es un parado bobalicón y calzonazos al que su hija llama “carva” (calva en castellano); Concha, la madre, está continuamente viendo visiones a causa de

¹⁶ <http://www.niñarepelente.com>

su adicción a los antidepresivos, por lo que nadie la toma en serio y hasta su hija la considera loca. Otros personajes habituales son su amiga “Canina”, flaca y malhumorada, la vecina y su hijo Jorge Luis, un niño obeso y adicto a las telenovelas latinoamericanas, algo mayor que Margarita, al que esta llama “gorda”.

Esto ya no es lo que era, Aquello era otra cosa, Eso es así, Reflexiones veraniegas y Mensaje Navideño (Alfonso Sánchez, Mundoficción)

Las producciones de Mundoficción componen un conjunto de cortometrajes —calificados como “comedias sociales” por la propia productora— protagonizados por dos actores (Alberto López y Alfonso Sánchez) que encarnan a diversos personajes. Además, el propio Alfonso Sánchez es el responsable de la dirección y el guión. Con el mismo esquema narrativo (una conversación entre dos amigos) revisan determinados temas relacionados con Andalucía, la juventud, la vida o cuestiones concernientes a efemérides diversas (navidades, vacaciones estivales...). Pueden verse en abundantes páginas: YouTube, Vimeo, Dailymotion, en numerosos *blogs*, en varios grupos de Facebook (como “Fans de Mundoficción Productions”, entre otros) o en la página web de la productora¹⁷. El número de reproducciones en YouTube superó los once millones (febrero de 2011). Los títulos más visionados son *Esto ya no es lo que era*¹⁸, donde desde un lugar del extrarradio de Sevilla, el Culebra y el Cabeza, dos amigos de casi 30 años, departen sobre la economía, la vivienda, el trabajo y la honradez humana justo antes de perpetrar un robo con la cara cubierta con capirotos de nazareno. Con los mismos actores, verdadera marca de fábrica de Mundoficción, el segundo cortometraje se titula *Aquello era otra cosa*¹⁹, que muestra una conversación entre Roque y Vladi, dos hippies antisistema debatiendo sobre los ideales del Mayo del 68, las revoluciones y las utopías antes de coger un taxi para ir a casa de los padres de Vladi (que están en el chalet de la playa) pasando por el McDonald a pillar algo de comer; *Eso es así*²⁰, donde Rafi y Fali, dos pijos sevillanos de derecha, critican a los “pensadores ilustrados” que alertan del

17 <http://mundoficcionproducciones.com/>

18 <http://www.youtube.com/watch?v=7e8w9HZgw9c&feature=related>

19 <http://www.youtube.com/watch?v=tU7LlBiBOic&feature=related>

20 <http://www.youtube.com/user/mundoficcion#p/u/0/kyxjboYHvM8>

cambio climático, alabando el ABC, a José María Aznar y los métodos de producción chinos. Tomando un aperitivo en un conocido establecimiento de Sevilla discuten sobre política, economía y decencia, aunque al final se van del bar sin pagar la cuenta.

También pueden encontrarse variaciones sobre los mismos personajes en otros cortos como *Reflexiones veraniegas*²¹, varias conversaciones entre tres parejas de amigos muy distintos que pasan el verano en la misma playa, interpretadas por los dos actores ya citados, o *Mensaje Navideño*²².

La clave narrativa de todos los cortos es la comedia, a partir de la utilización de mecanismos irónicos y paródicos.

***Malviviendo* (David Sáinz, Different)**

La webserie *Malviviendo* estrenó el abril de 2010 el décimo y último capítulo de la primera temporada, que comenzó a emitirse el 24 de noviembre de 2004 y que ha mantenido un elevado número de reproducciones tanto en Vimeo como en Youtube y en la página de la serie²³. En el canal propio que tienen en YouTube las reproducciones de los episodios superan los ocho millones, y si tenemos en cuenta otros vídeos relacionados como tomas falsas, *making off*, trailers y videoclip, suman un millón más (febrero 2011). Tiene, además, un grupo en Facebook con más de 27.000 fans. Está realizada para su emisión en Internet por parte de la productora Different y la dirige David Sáinz, de origen canario pero vecino de Sevilla, que también interpreta al personaje principal. La serie recrea distintas situaciones cotidianas vividas por los habitantes del ficticio barrio sevillano de Los banderilleros, un grupo de personajes socialmente bastante inadaptados (camellos, timadores, chaperos, yonkis, ladrones y exconvictos). A pesar de la coralidad de la serie, cabe destacar el protagonismo de El Negro (David Sáinz), un canario que encuentra en Sevilla el lugar ideal para vivir despreocupadamente como gorrilla (aparcacoches ilegal), y El Zurdo (David Valderrama), un vendedor de droga del barrio. La lógica narrativa de la serie atraviesa la parodia social y mediática, y la búsqueda de la comicidad a partir de prototipos casi caricaturescos.

21 <http://vimeo.com/9380598>

22 <http://www.youtube.com/user/mundoficcion?blend=1&ob=4>

23 <http://malviviendo.com/>

***Curso dandalú* (Juan Miguel del Castillo, Caliche-Films)**

Otro de los cortometrajes más visionados es la producción de Caliche-Films *Curso dandalú*, que desde enero de 2006 puede verse en Youtube²⁴. Está realizado en Jerez de la Frontera, en el año 2003, por Juan Miguel del Castillo, y en febrero de 2011 contaba con casi un millón y medio de reproducciones. También puede verse en Dailymotion, aunque el número de visitas y comentarios es mucho menor. Se trata de un corto en clave de comedia de un curso para comprender el andaluz y diferenciarlo del castellano. Una especie de parodia del clásico *Follow me* con elementos de Andalucía, tanto del lenguaje como culturales. La productora, en vista del éxito en Internet, decidió que las sucesivas entregas les aportaran alguna rentabilidad económica, por lo que solamente se subió a YouTube una promo que dirigía a una página web²⁵ y que comercializaba el nuevo cortometraje (a través de un SMS). Más tarde, desde julio a octubre de 2009, las sucesivas entregas del *Curso dandalú* se emitieron los domingos en Canal Sur TV.

***Mi señora I, Mi señora II y Mi señora III* (Juan Rivadeneyra, Producciones Intermitentes)**

Trilogía de cortometrajes *Mi señora* con más de medio millón de visitas en Youtube el primero de ellos²⁶, casi veinticinco mil visitas la segunda entrega de la trilogía²⁷, y acercándose a las treinta mil la tercera²⁸. Son tres cortometrajes dirigidos por el cordobés Juan Rivadeneyra y protagonizados por José Chaves, que reflexionan en torno al piropo como agresión, a partir de varios prototipos masculinos. El cortometraje original tuvo bastante éxito en festivales y en Internet por lo que dio pie a la realización de la trilogía. Existe una unidad marcada por el momento temporal (los tres hacen alusión al mismo instante en que unos coches se detienen esperando que el semáforo se ponga en verde), y por el actor protagonista. José Chaves se convierte en el protagonista de los tres cortometrajes interpretando a tres tipos muy diferentes socialmente, aunque semejantes en su comportamiento o pensamientos marcadamente machistas.

24 http://www.youtube.com/watch?v=wJgr_mwcR1g&feature=related

25 <http://www.caliche-films.es>

26 http://www.youtube.com/watch?v=q25310aVV_0&NR=1&feature=fvwp

27 <http://www.youtube.com/watch?v=QYLvpPyQIN4>

28 <http://www.youtube.com/watch?v=S9SpavFvZwM&feature=related>

Resultados

Los resultados obtenidos a la hora de aplicar las variables seleccionadas en el instrumento metodológico aportan una serie de datos provisionales que pueden condensarse en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.

Variable	Curso dandalú	Niña repelente	Mi señora	Mundo-ficción	Malviviendo
Paisaje	+	+	o	X	+
Habla andaluza	X	X	X	X	X
Cultura	+	+	o	+	+
Atraso	+	X	X	+	+
Holgazanería	X	+	o	X	X
Folclorismo	X	+	o	+	o
Gracejo	X	X	+	X	X
Poca cultura	+	X	X	o	+
Picaresca	+	X	+	X	X
Habla incorrecta	X	X	+	o	+

X Presencia reiterada

+ Presencia esporádica

o Ausencia

Fuente: elaboración propia.

Como puede comprobarse, en todos los cortometrajes existen características propias y reconocibles de la región andaluza. La más sobresaliente es el habla: en la totalidad de las obras analizadas los personajes hablan andaluz, de forma marcada y reconocible por cualquier castellanohablante. De este modo, las producciones audiovisuales poseen un sello geográfico reconocible. El paisaje, por otra parte, está escasamente reflejado. Tan solo en uno de los capítulos de *Malviviendo*, el titulado “Callejosos” (1x05), la parodia del programa *Callejeros La Cuatro*, hay un recorrido paisajístico por Sevilla, con planos de la Torre del Oro, el Guadalquivir y el puente de Triana, o la plaza de toros de La Maestranza. También en las conversaciones de *Mundoficción*, un residente en Sevilla puede reconocer fácilmente

—a pesar del poco movimiento de cámara y la ausencia de planos contextualizadores— la Alameda de Hércules o un famoso bar de la Puerta Osario de Sevilla; y en el Saludo Navideño puede verse de fondo la Giralda. En las demás series los paisajes señalan algunos lugares indeterminados de Andalucía: patios típicos, las playas de Huelva o barrios populares. En cuanto a los elementos culturales, solo los cortometrajes de Mundoficción aluden verbalmente en varias ocasiones a elementos de la cultura sevillana y andaluza, como la Feria, la Semana Santa o la Romería de la Virgen del Rocío, aunque recurren a estas formas culturales como tópico.

En relación con las variables correspondientes a los estereotipos más usados sobre el andaluz puede observarse cómo los autores andaluces vuelven a este recurso. En el cuadro 2 puede comprobarse a primera vista que se dan todas aquellas variables recogidas de obras realizadas por autores no andaluces en la representación de Andalucía a lo largo de la historia. Unas veces de forma esporádica, otras de forma reiterada, pero todas las narraciones *on-line* de la selección recogen la mayor parte de los tópicos. Veamos, a continuación, los resultados en cada una de las obras analizadas.

Las variables del análisis en los cortometrajes de Mundoficción

La clave genérica de los cortos es la comedia, y los mecanismos utilizados para provocar la risa o la sonrisa del espectador recaen en una serie de conversaciones donde los tópicos se ponen de manifiesto de forma palpable. La parodia y la ironía constituyen la base humorística de todos los cortometrajes, subrayando la comicidad a partir de personajes estereotipados que encajan en encasillamientos propios de Andalucía, aunque no de forma exclusiva. Las contradicciones en la forma de hablar, pensar y actuar de personajes como el hippy, el pijo o el cani²⁹ constituyen otros de los pilares para provocar el efecto cómico.

Por ello, los tópicos habituales manejados en relación con los andaluces están recogidos con suficiente presencia, exceptuando la falta de cultura o el habla incorrecta. Los compadres, como se denominan entre ellos los dos protagonistas, hacen del ocio un lugar para discutir sobre diversas preocupaciones de su tiempo, aunque en ningún momento muestran un

²⁹ Los canis son una especie de tribu urbana caracterizada por pertenecer a clases sociales desfavorecidas e imitar estilos y tendencias habituales en la etnia gitana, como el corte de pelo o los gustos musicales.

habla incorrecta o baja cultura. A pesar de su peculiar modo de pensar, hay una cierta información y un grado de conocimiento de los temas que abordan, y a partir de ahí entra en juego la ironía.

El carácter ocioso de los personajes en todos los cortos, el gracejo y el ingenio en las conversaciones, así como la picaresca (salen sin pagar de los bares, se aprovechan del entorno familiar o resuelven su bajo poder adquisitivo con un atraco con capucha de nazareno) son los tópicos que poseen mayor presencia. Existen alusiones a elementos folclóricos propios de Sevilla o Huelva, y a costumbres estereotipadas.

Cuadro 3.

Variable	Mundoficción
Paisaje	X
Habla andaluza	X
Cultura	+
Atraso	+
Holgazanería	X
Folclorismo	+
Gracejo	X
Poca cultura	o
Picaresca	X
Habla incorrecta	o

X Presencia reiterada

+ Presencia esporádica

o Ausencia

Fuente: elaboración propia.

En general, los tópicos son la base de las conversaciones, pero el tratamiento paródico de los mismos les confiere nuevas lecturas y una dimensión cómica notable. Como se señaló más arriba, abundan los elementos locales como los espacios fácilmente reconocibles, y elementos culturales como el paso de palio de la Esperanza Macarena, la lista de tapas de los bares o los capirotos de nazareno, combinados con temas tópicos de la actua-

lidad (el cambio climático, el gobierno socialista, la crisis o Julián Muñoz). Los comentarios de los internautas sobre los cortos subrayan elementos de identidad andaluza —desde la superficialidad del medio y con una ortografía cercana a las distintas hablas de la comunidad— con expresiones como “Aro que si, que artihtone. Amo ahi Andaluzia!”; “si es q tenian q se sevillanoss..q arte tenemoss los sevillanosssssss!!!”; “Pedaso de triunfo. La sevillania la esensia, viva Sevilla kohone!!!!”.

Así pues, el uso del tópico y del estereotipo es un elemento sobresaliente de las producciones de Mundoficción, a pesar de que la visión humorística sobre ellos tergiversa el sentido de los mismos.

Las variables del análisis en la serie *Niña repelente*

Lejos de construir una niña tierna y algo revoltosa, José Antonio Pérez ha creado un personaje maleducado, irrespetuoso, grosero y verdaderamente perverso. La familia vive en una barriada de clase media baja, en el extrarradio de Sevilla, y tanto el acento como la sintaxis y el vocabulario de todos los personajes son marcadamente andaluces. En la edición web de *El Correo de Andalucía* se reivindica el origen de la serie y del equipo de producción “made in Sevilla”, en un artículo titulado “*Niña repelente*: la novia de Bart Simpson vive en el Carambolo”³⁰. El paisaje urbano, sin embargo, solamente es reconocible como andaluz a partir de elementos de la puesta en escena (como el cartel “Asociación de Vecinos Blanca Paloma” del capítulo 2), y el de la playa del episodio 5 se asocia fácilmente a la playa de Matalascañas, en Huelva. Por otro lado, las referencias a los elementos de la cultura andaluza son esporádicas y se circunscriben a momentos familiares más que sociales.

En cuanto al uso de los tópicos y estereotipos se destacan los elementos de atraso y ausencia de cultura (lo que puede manifestarse también por las incorrecciones gramaticales de la mayoría de los personajes), así como la picaresca del personaje de Margarita (cfr. el capítulo 5).

Así pues, la serie muestra, siempre en tono cómico, una familia peculiar, de clase media-baja y con un nivel cultural bastante escaso. Se recrea en algunos elementos reconocibles y típicos, como el cuadro de la virgen del Rocío, las playas de Huelva con los chiringuitos de sardinas, o los rella-

30 <http://www.elcorreoweb.es/sevilla/081206/nina/repelente/novia/bart/simpson/vive/carambolo#comentarios>

nos de los bloques de pisos donde los vecinos se visitan unos a otros continuamente.

Los manifiestos rasgos andaluces de la serie contrastan con la factura de la cabecera que, con cierto aire nostálgico, organiza la banda sonora y la voz en *off* como los clásicos dibujos animados norteamericanos doblados en Latinoamérica.

Cuadro 4.

Variable	Niña repelente
Paisaje	+
Habla andaluza	X
Cultura	+
Atraso	X
Holgazanería	+
Folclorismo	+
Gracejo	X
Poca cultura	X
Picaresca	X
Habla incorrecta	X

X Presencia reiterada

+ Presencia esporádica

o Ausencia

Fuente: elaboración propia.

Las variables del análisis en la serie *Malviviendo*

Los componentes paisajísticos de *Malviviendo* están bastante desdibujados: a pesar de que los personajes aluden a la ciudad de Sevilla, el barrio de Los banderilleros podría ser cualquier suburbio deprimido y marginal de cualquier ciudad. Únicamente, como se señaló más arriba, en el capítulo “Callejosos” se muestra una serie de imágenes de los edificios y lugares más emblemáticos de Sevilla, para situar la ciudad donde se va a grabar el programa. Sin embargo, algunos rasgos culturales propios de Andalucía así como el uso de la modalidad andaluza en el habla, convierten a *Malviviendo* en un ejemplo claro de webserie andaluza. En realidad el persona-

je principal y narrador de la serie habla con acento canario, aunque todos los demás personajes poseen un acento andaluz muy marcado. Incluso en el segundo capítulo aparecen unos personajes que viven en un pueblo —el imaginario Merysvillas— con un acento andaluz exageradamente cerrado, casi incomprensible, que subtitulan de forma paródica. Y, abundando en el tema, en el capítulo quinto se critica la tendencia de muchos programas de televisión a subtitular a los personajes que hablan andaluz.

Los tres tópicos de mayor presencia son la holgazanería, el gracejo e ingenio y la picaresca como modo de vida, frente al folclore que se queda fuera de la serie. Los personajes poseen una cultura media-baja y solo algunos, muy esporádicamente, cometen incorrecciones gramaticales.

Cuadro 5.

Variable	Malviviendo
Paisaje	+
Habla andaluza	X
Cultura	+
Atraso	+
Holgazanería	X
Folclorismo	o
Gracejo	X
Poca cultura	+
Picaresca	X
Habla incorrecta	+

X Presencia reiterada

+ Presencia esporádica

o Ausencia

Fuente: elaboración propia.

El resultado es una serie que fusiona personajes y elementos localistas con cuestiones que hacen referencia al imaginario cultural y social de los jóvenes de cualquier lugar de España. Algunos elementos típicos como la figura del gorrilla, las expresiones y el acento andaluz son elementos lo-

calistas que se combinan con rasgos de la serie de carácter global: las formas de actuar y las conversaciones de los personajes, o las parodias y los homenajes a series de televisión y películas populares, desde *Los Soprano* a *Perdidos*, *Expedientes X*, *Prison Break*, *La hora de Hitchcock*, *Sexo en Nueva York*, *South Park*, *Callejeros*, *28 semanas después*, *Trainspotting* o *Pulp Fiction*.

Los tópicos utilizados coinciden con la imagen estereotipada del andaluz, pero lo mismo podría corresponderse a un tipo de vida que rodea a submundos relacionados con la droga y la prostitución, comparando la serie *Malviviendo* con otra radicalmente diferente como *The Wire* (HBO, 2002-2008), cuyos personajes, sin embargo, también se muestran holgazanes, buscavidas e ingeniosos.

Por ello, la serie *Malviviendo* (al igual que las producciones de *Mundoficción*) puede considerarse “glocalista”, al combinar elementos de contenido local con otros globales. Tal vez esta característica, junto a la calidad de los guiones y de la imagen han conseguido que la serie reciba miles de visitas a través de las webs y los blogs, y haya generado multitud de comentarios en foros diversos. La divulgación ha sido tan contundente que han conseguido constituirse transmedialmente, con su salto a la televisión y a la radio: TVE 2, Canal Sur 2, la Cadena Ser o La Sexta han recogido reportajes sobre la serie y entrevistas a sus autores y protagonistas.

Las variables del análisis en el cortometraje *Curso dandalú*

El corto se caracteriza por utilizar todos los elementos de puesta en escena, de contenidos y narrativos, que se han utilizado para construir el estereotipo de Andalucía.

El presentador del curso (Luis Lara) acompaña su traje de chaqueta tradicional con un clavel rojo en la solapa y se dirige al espectador desde el típico patio andaluz luminoso, con macetas, bebiendo una copa de manzanilla, y con momentos en los que se marca un cantecito con su baile.

En este cortometraje los andaluces aparecen como vagos, abiertos y alegres, artistas, faltos de cultura, amantes del buen vivir, de los bares, las tapas, los elementos folclóricos... Y las clases del curso implican expresiones locales y formas de pronunciar típicas de Andalucía, incluyendo vulgarismos e incorrecciones lingüísticas de todo tipo. La lógica genérica es

de carácter cómico, buscando el chiste fácil —que en más de una ocasión es la recreación de un tópico— y la broma jocosa, más que ningún tipo de reivindicación de carácter lingüístico o cultural. El cortometraje incide en la imagen ancestral de Andalucía como lugar de folclore y pandereta, alegría y arte, con habitantes abiertos, atrasados, vagos y siempre dispuestos a una buena fiesta.

Cuadro 6.

Variable	Curso dandalu
Paisaje	X
Habla andaluza	X
Cultura	+
Atraso	+
Holgazanería	X
Folklorismo	X
Gracejo	X
Poca cultura	+
Picaresca	+
Habla incorrecta	X

X Presencia reiterada + Presencia esporádica o Ausencia
Fuente: elaboración propia.

Las variables del análisis en la trilogía *Mi señora*

La trilogía de cortometrajes titulado *Mi señora* ofrece apenas rasgos de paisaje o de la cultura andaluza, sin embargo, dibuja unos personajes que, gracias a su manera de hablar, son ubicados claramente en el sur de España. Los tópicos utilizados son mucho más escasos que en los ejemplos anteriores, y se centran principalmente en elementos de atraso y de cultura baja (sobre todo en el primer corto). A partir de ahí, en el segundo y tercer corto, la cultura y el atraso se convierten rasgos opuestos, aunque los comportamientos se mantienen.

Para Rivadeneyra, el autor, este corto plantea la doble moral existente en nuestra sociedad, la falta de respeto, y un tipo de realidad que muchas veces supera a la ficción. En la primera parte el conductor de una furgoneta grita desafortadamente, sacando medio cuerpo por la ventanilla, un abundante conjunto de expresiones que empiezan como un piropo (“eres la mujer más bonita del mundo”) pero van evolucionando hacia el insulto, la amenaza o la vulgaridad más animal. Este monólogo de barbaridades lo dirige hacia una chica que pasa delante de su vehículo mientras espera que el semáforo se ponga verde. El tipo de planificación elegido centra toda la atención visual en la imagen del conductor, su furgoneta, y en la dirección de su mirada, hacia fuera del vehículo, donde se supone que se encuentra la mujer a quien dirige sus groserías. Pero al final, justo cuando dice “te vas a librá... porque está aquí mi señora, que si no...”, el plano de abre y el espectador puede descubrir que su esposa y dos niños pequeños lo acompañan en el asiento delantero del vehículo. En ese momento suena el tema *El ramito de violetas* interpretado por Manzanita (“es que su marido era el mismo demonio...”).

Cuadro 7.

Variable	Mi señora
Paisaje	o
Habla andaluza	X
Cultura	o
Atraso	X
Holgazanería	o
Folclorismo	o
Gracejo	+
Poca cultura	X
Picaresca	+
Habla incorrecta	+

X Presencia reiterada

+ Presencia esporádica

o Ausencia

Fuente: elaboración propia.

En la segunda parte, el mismo actor interpreta a un ejecutivo de alto nivel económico que oye al camionero del corto anterior y ve a la chica objeto de sus palabras ya que se encuentra detenido por el mismo semáforo. Gracias a la conversación que mantiene por el móvil con su hija, y al monólogo interior que se superpone en *off* a la conversación, puede comprobarse que posee una mentalidad muy parecida a la del individuo de la primera parte de la trilogía, a pesar de que lo critica y desprecia. La imaginación del ejecutivo sentado en el descapotable sigue los mismos derroteros del primer protagonista, aunque la única diferencia es que no lo expresa abierta ni públicamente. Y lo peor es que mientras corre su calenturienta imaginación, intenta aleccionar moralmente a su hija adolescente.

La tercera parte permite observar, en el mismo momento, a un matrimonio de clase media-baja donde la mujer critica al “agresor verbal” pero por otro culpa a la chica por vestirse de una determinada manera, mientras el marido también demuestra una moral muy parecida al de la furgoneta. El actor protagonista de los tres cortos, José Chaves, tiene un marcado acento andaluz —cordobés, específicamente— que intenta exagerar en el primer corto y mantener en los dos siguientes.

La trilogía *Mi Señora* ofrece ante todo una crítica de la vertiente machista y patriarcal de la sociedad andaluza, abarcando tanto a hombres como a mujeres de cualquier tipo de extracción social y cultural, aunque resulta perfectamente extrapolable a cualquier otra región española.

Conclusiones

La imagen de Andalucía en el cine — y en la mayoría de los medios de comunicación— se ha caracterizado por numerosos elementos folclóricos llenos de superficialidad y con una serie de tópicos que han organizado un universo simbólico basado en un estereotipo que viene desde el romanticismo. Por ello, la imagen de Andalucía y de los andaluces instalada en el imaginario colectivo de los consumidores de los medios de comunicación responde, en la mayoría de los casos, a una visión externa, ya que en el mundo del largometraje pocas veces los andaluces han tenido oportunidad de proyectar su verdadera identidad, sus historias o sus vivencias.

El mundo del cortometraje y de las series ficcionales distribuidas a partir de Internet aporta una mayor democratización al audiovisual, y la po-

sibilidad de ampliar esa imagen estática y estereotipada abriendo un abanico de formas e identidades mucho más plural. Existen numerosas páginas de cortometrajes donde, aunque han sido realizados en Andalucía y por autores andaluces, no se proyecta ningún tipo de imagen local, pudiendo parangonarse con otras obras de ficción de cualquier joven de otras zonas de España. Y cuando se subraya lo andaluz desde cualquiera de las perspectivas posibles, la imagen tópica se ve matizada o cambiada.

En cualquier caso, a partir de los resultados podemos considerar las siguientes conclusiones:

- En la producción de ficción que se difunde a través de Internet en la actualidad se encuentran algunas obras donde se recurre al estereotipo, perpetuando la imagen de la Andalucía de pandereta.
- En estas producciones se detecta un tono caricaturesco e hiperbólico, basando las claves narrativas en el uso del tópico y en su exageración para buscar el efecto cómico.
- Otras producciones se sirven de los elementos estereotipados del andaluz para cuestionar esos tópicos o, al menos, someterlos a crítica.
- Se utilizan puntos de vista críticos en clave de humor para la revisión de la imagen estereotipada.
- Abundan las obras donde el sentido dramático de la tradición lorquiana deja paso a la sátira y la comedia juvenil.
- Destacan los personajes contestatarios, desocupados y a veces asociales, contemplados desde un punto de vista irónico y crítico.

En general, las obras seleccionadas muestran una Andalucía donde los elementos estereotipados han dado paso a una imagen lúdica, jocosa, irónica y, en ocasiones, extremadamente crítica con la sociedad andaluza, donde se cuestionan tópicos recurrentes, dándoles la vuelta hacia una imagen gamberra y divertida.

Referencias

- Aguilar, J. (2006). Andalucía en los medios de comunicación. En Egea, A. (coord.), *Dos siglos de imagen de Andalucía* (pp. 135-144). Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

- Egea Fernández-Montesinos, A. (2003). Tópicos andaluces en el cine contemporáneo: de la españolada al poscostumbrismo. *Centra. Fundación Centro de Estudios Andaluces*. Documento de Trabajo. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/H200401.pdf> [Fecha de consulta: junio 2 de 2011].
- Fernández Trevijano, J.J. (1999). La doble mirada sobre Andalucía. *Comunicar*, 12, pp. 107-110. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15801216.pdf> [Fecha de consulta: junio 24 de 2011].
- González Galiana, R. (1999). La construcción de estereotipos andaluces en los medios. *Comunicar*, 12. pp. 101-106. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15801215> [Fecha de consulta: julio 7 de 2011].
- Guarinos, V. (2009a). Cuestiones sobre la representación audiovisual de la nueva Andalucía. De la amistad al amor: Campaña *Andalucía te quiere*. *Cuestiones publicitarias*, 14. Recuperado de <http://www.maecei.es/ultimo.html> [Fecha de consulta: agosto 2 de 2011].
- Guarinos, V. (2009b). Veinte años, veinte mujeres y veinte canciones (o algunas más). Evolución de la imagen de la mujer andaluza a través de las cantantes y sus canciones. En Loscertales F. y Núñez, T. (eds.), *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años* (pp. 77-130). Sevilla: Instituto de la Mujer.
- Lasso de la Vega, C. (2006). *La imagen de Andalucía en el discurso publicitario*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Ruiz Morales, F. C. (2007). *La imagen de Andalucía en los informativos de televisión en España*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Ruíz-Muñoz, M. J. (2008). Argumentos, personajes y escenarios para la reelaboración de la imagen de Andalucía en el cine (1975-2006). *Palabra Clave*, 11 (1), 123-139. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1419/1730>. [Fecha de consulta: abril 29 de 2011].

Teruel Rodríguez, L. y Fernández Cabello-Delgado, F. (2005). Andaluces en la telerrealidad: la audiencia a través del estereotipo del andaluz anónimo en televisión. *Comunicar*, 25, pp. 1-12. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-050> [Fecha de consulta: junio 20 de 2011].

Utrera Macías, R., Olid, M. (1993). *El cortometraje andaluz en la democracia*. Sevilla: El ojo andaluz.

Utrera Macías, R. (2006) (ed.). *Andalucía, un siglo de fascinación*. Sanlúcar de Barrameda: Pedro Romero.