

LOS MORANCOS Y LOS VIDEOCLIPS. DE OMAÍTA A DESPACITO

*The Morancos and the videoclips. From Omaíta to
Despacito*

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2020.i15.07>

Recibido: 28-09-2020


Aceptado: 11-11-2020

Publicado: 30-12-2020

Jose Rafael Ramos Barranco

Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, Francia

jrramosbarranco@gmail.com

ORCID  0000-0003-2895-7827

Como citar este artículo: RAMOS BARRANCO, jose Manuel (2020): "Los Morancos y los videoclips. De Omaíta a Despacito", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (15), pp. 130-147.

Resumen: *En este trabajo se analizan las variaciones textuales y visuales de los vídeos humorísticos de Los Morancos, que son un dúo cómico sevillano compuesto por los hermanos César y Jorge Cadaval, en los que se parodian temáticas de la actualidad política española. Para ello, se estudia la evolución artística de estos humoristas para comprobar si es un fenómeno innovador dentro de su planteamiento escénico o es una vertiente que ya desarrollan desde sus inicios. Del mismo modo, nos interrogamos sobre si es una particularidad de estos dos artistas en la escena española o, por el contrario, si entra dentro de una continuidad artística de los humoristas españoles que alcanza su apogeo en las dos décadas del siglo XXI. No obstante, aunque no sean los pioneros de este fenómeno en España, abordamos las causas del éxito que han alcanzado con las variaciones textuales y visuales de canciones de moda que colocan en un mismo plano la realidad cultural y política de España, así como el canal de difusión que se ha desplazado de la televisión a internet, favoreciendo una mayor inmediatez y abarcando un público mucho más vasto.*

Palabras clave: *medios de comunicación, medios de difusión, humor, intencionalidad política, variaciones de canciones, televisión, redes sociales.*

Abstract: *In this work the textual and visual variations of the humorous videos of Los Morancos are analyzed, which are a Sevillian comic duo composed of the brothers César and Jorge Cadaval, in which themes of current Spanish politics are parodied. To do this, the artistic evolution of these comedians is studied to see if it is an innovative phenomenon within their scenic approach or is it an aspect that they have already developed from the beginning. In the same way, we ask ourselves if it is a particularity of these two artists on the Spanish scene or, on the contrary, if it falls within an artistic continuity of Spanish humorists that reached its peak in the two decades of the 21st century. However, although they are not the pioneers of this phenomenon in Spain, we address the causes of the success they have achieved with the textual and visual variations of fashionable songs that place the cultural and political reality of Spain, as well as the broadcasting channel that has moved from television to the internet, promoting greater immediacy and encompassing a much wider audience.*

Keywords: *mass media, broadcast media, humor, political intentionality, song variations, television, social networks.*

Introducción y metodología

La canción y el espectáculo humorístico han compartido escenario desde la segunda mitad del siglo XIX, aunque con anterioridad el humor y la canción a través del teatro también habían compartido protagonismo. Son, sobre todo, las revistas-crónica de fin de año de mediados del siglo XIX y, fundamentalmente, el esplendor de los espectáculos de variedades franceses que, si bien se extienden por toda Europa desde mediados del siglo XIX, adquieren importancia a finales del siglo XIX en España, los que proponen al público distintos números musicales, humorísticos, de baile, de magia... sobre un mismo escenario. A mediados del siglo XX y, sobre todo, con la llegada de la televisión, estos

espectáculos variados van a ser disfrutados por el público bajo el nombre de “Revista” o de “Gala”, en los que a través de una trama cómica van a pasar por el escenario bailarines, cantantes, humoristas, actores... o bien, a través de un presentador van a ir desfilando por el escenario todo tipo de artistas del panorama nacional e internacional. Las galas más recordadas son las de Nochevieja, pero también se realizan en otros momentos del año. Es justamente en una de estas galas, la del año 1984-85 que tenía por título *Viva 85* y que estaba presentada por Concha Velasco, donde el dúo Los Morancos se presenta oficialmente¹ a nivel nacional con un número cómico/musical en el que interpretan flamenco en inglés², acompañados por dos guitarristas. Este dúo que va a ser el objeto de nuestro estudio está compuesto por dos hermanos, César³ y Jorge⁴ Cadaval, que nacieron y se criaron en el barrio de Triana en Sevilla. A lo largo de los 40 años de carrera, han realizado imitaciones, han versionado canciones, se han travestido y han creado personajes originales que les han permitido llegar no solo al público andaluz, sino también al nacional e internacional, sin haber perdido nunca su acento sevillano, ni haber intentado disimularlo sino más bien lo contrario, cuando muchos de sus personajes acentuaban y exageraban determinados estereotipos de los andaluces en el plano sociocultural y económico. Sin embargo, la cuestión política no aparece, al menos explícitamente, hasta el final de la primera década del siglo XXI a través de escenas que reproducen determinados momentos políticos como pueden ser los debates electorales o a través de canciones de las que han modificado la letra para expresar una escena de la actualidad política nacional o internacional.

Otro elemento importante en la evolución de estos artistas son los canales de difusión. Si hasta inicios del siglo XXI, la televisión había sido el amplificador que les permitía atraer a un mayor público a sus giras por teatros y salas de espectáculos de todo el país, a partir de ese momento, internet toma el relevo y multiplica la accesibilidad de posibles públicos. Lo interesante en este trabajo sería ver cómo se construye un humor andaluz estereotipado, una crítica política nacional e internacional al mismo tiempo que entran en juego nuevos medios de difusión que impulsan nuevas formas de consumo audiovisual.

Para intentar profundizar en esta reflexión, vamos a analizar la presencia de los estereotipos andaluces en los personajes más conocidos de este dúo. A continuación, estudiaremos la presencia de la canción en los programas televisivos de Los Morancos.

¹ Ya habían aparecido el 17 de febrero de 1984 en el programa *Un, dos, tres...* pero no figuraban en los créditos.

² *Viva 85*, el número de los Morancos con su presentación junto a Concha Velasco como dos turistas norteamericanos que quieren probar suerte en el mundo del espectáculo en España. Consultado el 11/03/2020 en https://www.youtube.com/watch?v=4m_OoGckRQE

³ Nació en Sevilla el 19 de septiembre de 1964.

⁴ Nació en Sevilla el 8 de octubre de 1960.

Y finalmente, abordaremos los videoclips que han realizado estos artistas en el siglo XXI apoyándose en los videoclips de canciones de moda.

1 Los Morancos en la televisión: Omaíta y Antonia

Una de las misiones fundamentales de la televisión es el entretenimiento e, indiscutiblemente, el humor forma parte de él, prácticamente desde sus comienzos. En este trabajo, no se pretende hacer una historia del humor en la televisión pública, pero es curioso cómo la puesta en escena del humor necesita, en muchos casos, réplicas para crear ese momento divertido y distendido en el espectador. Si la historia del humor en España cuenta con grandes artistas en solitario como pueden ser Arévalo, Eugenio, Chiquito de la Calzada, o Paco Gandía, por citar algunos de distintas épocas diferentes, los tríos y los dúos humorísticos han tenido un papel importante en las dos últimas décadas del siglo XX y en las primeras del siglo XXI. Si Tip y Coll amenizaron con su humor de lo absurdo a los espectadores, desde finales de los setenta, los años ochenta y los noventa son para humoristas como Los hermanos Calatrava, Martes y Trece, Faimino y Cansado, Cruz y Raya y Los Morancos. Con estilos diferentes, estos grupos de humoristas han podido desarrollar su humor en las galas de Televisión Española y muchos de ellos han contado con programas de humor propios en los que poder desarrollar durante treinta o cuarenta minutos distintas escenas cómicas sobre temáticas socioculturales distintas como las relaciones de pareja, las relaciones laborales, las relaciones entre amigos, las imitaciones de otros artistas del espectáculo o de la vida pública nacional o internacional, y las imitaciones/versiones de cantantes de éxito del momento o de épocas pasadas, entre otras posibilidades. El humor de un artista individual se va a centrar más en contar chistes o anécdotas graciosas relativamente breves mientras que los tríos y dúos cómicos van a reproducir o exagerar fragmentos de la vida cotidiana o del imaginario colectivo para crear la situación cómica que divierta y entretenga al telespectador. Además, este tipo de emisiones cuentan con la colaboración de otros humoristas y en algunos casos con la participación de un artista invitado que colabora en las escenas cómicas desarrolladas durante el programa en cuestión.

Es normal que estos humoristas tengan personajes originales que los acompañen durante varios programas distintos y que se transformen en parte fundamental del espectáculo como un alter ego indisoluble del artista en cuestión. En el caso de Cruz y raya, encontramos en sus escenas cómicas televisivas al gitano Juan de Dios, a Tomás, a la vieja del visillo y a Manolo Escobar en situaciones inverosímiles y para Los Morancos, que es el caso que nos interesa aquí, tenemos a Antonia y a Omaíta. Estos dos personajes ya los hemos encontrado a mediados de la década de los noventa en el programa que

televisión española dedica a estos humoristas, *Érase una vez los Morancos*⁵, y en el que recopila sus mejores momentos en los distintos programas en la cadena pública hasta la fecha. Al final de este recopilatorio, aparecen distintos personajes que vamos a ir encontrando en los programas sucesivos de este dúo para TVE y que van a ir cobrando protagonismo hasta formar parte del título del programa como es el caso en las emisiones de 1997 y 1998, *Entre Morancos y Omaíta*, o todavía más significativo en la del año 2003, *El retorno de Omaíta*, en la que el nombre artístico del dúo humorístico desaparece del título. Es decir, los personajes que han creado han adquirido tanta fuerza entre el público que ocupan el protagonismo de los intérpretes reales, por lo que la encarnación de estos dos humoristas ha terminado por ser la identificación pública de los mismos. Antonia es una señora de unos cuarenta años regordeta con dos hijos la Jenny y el Jonathan, pelirroja y vestida siempre con falda por debajo de la rodilla y blusa todas ellas muy coloridas. Está casada con Paco un señor con bigote en paro con pantalones de pinzas oscuros, camisa desaliñada y tirantes. Omaíta, por su parte, es la madre de Antonia. Es una señora mayor regordeta de unos setenta años vestida con un vestido negro por debajo de la rodilla que no se quita nunca porque está de luto ya que es viuda.

En el caso del programa recopilatorio del año 1994 que mencionamos anteriormente, los personajes aparecen en la playa disfrutando de las vacaciones, aunque hay un comentario muy interesante de Omaíta cuando está tomando el sol en el que dice que este año se había cogido un día entero de vacaciones y que era demasiado, así que el año que viene se tomaría medio día nada más. Este comentario gracioso de una anciana que está tomando el sol en la playa mientras vigila a su nieta, esconde la realidad socioeconómica de muchos andaluces que no tienen la posibilidad de poder disfrutar de vacaciones porque su condición económica no se lo permite y, aunque esto pueda extenderse a otras regiones de España, el acento andaluz de los protagonistas y determinados estereotipos que van a aparecer en las escenas cómicas que protagonizan proyectan esta realidad, que puede ser nacional, con un carácter puramente regional. De hecho, los programas en los que estos personajes cobran todo el protagonismo cuentan la vida cotidiana de una familia andaluza que no llega a fin de mes, en la que el marido se pasa el día en el bar bebiendo, los niños en la calle y las dos mujeres, Antonia y Omaíta, en casa ocupándose de las labores domésticas mientras reciben la visita de las vecinas y explican sus preocupaciones diarias sobre distintos puntos de la vida cotidiana. Estamos ante una representación de corte costumbrista. Es un intento por reproducir la realidad cotidiana en un barrio obrero insistiendo en los puntos cómicos que en muchos casos acentúa el estereotipo andaluz. Antonia representa a la “maruja” que se ocupa de los cotilleos del barrio con las vecinas y que utiliza un lenguaje vulgar y

⁵ *Érase una vez los Morancos*, emitido el 20/10/1994, RTVE, Madrid. Consultado el 11/03/2020 en <https://www.rtve.es/alacarta/videos/programas-y-concursos-en-el-archivo-de-rtve/erases-vez-morancos/4933319/>

es una señora bastante ordinaria. Una de las frases míticas del personaje es: ¡Jonathan sube parriba! que dice a voz en grito desde la ventana de su piso para que suba su hijo que nunca aparece en las escenas. Su marido Paco acentúa la imagen exterior de gandul del hombre andaluz que pasa el día en el bar bebiendo y que está siempre cansado de no hacer nada. Una de las réplicas cómicas del personaje que muestra el talento del mismo es cuando otro personaje se presenta en el bar diciendo que se llama Bartolo pero le gusta que lo llamen Bartolomé, a lo que Paco responde: “Me llamo Paco y me gusta que me llamen Pacomé”. Lo cómico se produce por la voluntad del personaje por ser convidado a la mesa con el juego de palabras con su nombre, pero al mismo tiempo pone de realce la inacción en las vidas de estos personajes que sobreviven en un barrio obrero en el que nunca ocurre nada. Otro elemento que llama la atención es que Paco no está en un bar cualquiera sino en una peña flamenca en la que hay un escenario en donde se realizan espectáculos de flamenco, lo que sigue vinculando las escenas con el estereotipo andaluz en el que todos los andaluces bailan flamenco y son conocedores del mismo. La mayoría de escenas entre Antonia y Omaíta ocurren en la cocina lo que muestra una visión machista del andaluz que, en gran medida, corresponde con la realidad de las familias andaluzas y españolas de las dos últimas décadas del siglo XX. Otro de los momentos cómicos de estas escenas es cuando Antonia sube y baja el hueso del jamón que está colgado en una esquina de la cocina como si de un ídolo se tratara. La imagen del jamón representa los tiempos mejores de la casa y, al mismo tiempo, la realidad actual de la misma en la que la familia moja el hueso en los pucheros para que este tome gusto a carne. Todo esto se rodea de toda una parafernalia cómica que no deja de esconder la realidad socioeconómica de la clase obrera andaluza.

Estas escenas van evolucionando. La Jenny que no quiere estudiar, aparece en una peluquería. El personaje encarna la figura de la calorra o de la cani, terminología de los barrios populares para definir a las jóvenes escandalosas que visten con chándales fashions y se maquillan enormemente y que van a ocupar toda una serie de profesiones no cualificadas en las periferias de las ciudades. Este fenómeno no se reduce únicamente a Andalucía, pero la representación que ofrecen Los Morancos no deja lugar a dudas. Frente a Antonia y a la Jenny, aparece Omaíta. Esta matriarca que intenta mostrar las buenas maneras, la forma correcta de hablar y la cultura al resto de la familia, pero que deja entrever con sus réplicas un gran analfabetismo y una gran incultura que crean el desfase cómico. Bajo esta imagen cómica, se esconde la realidad de muchos jubilados que contribuyen con su pensión a la economía familiar a la vez que comparten la casa con hijos y nietos para estar acompañados. Se van añadiendo personajes que entran a formar parte de la familia de Omaíta y Antonia, como el estudiante extranjero que vive con ellos y aprende las costumbres locales. Es interesante ver que en una España en pleno progreso y con una economía en pleno crecimiento como es la España de finales de los noventa y principios del siglo XXI, lo cómico no sea la adaptación de las familias populares a un estatus superior de clase media o a la clase media a un estatus superior de clase alta, sino los sinsabores de una familia humilde de un barrio popular andaluz

que se las ingenia como puede para subsistir. Y entramos aquí, en otro estereotipo andaluz de afrontar siempre la realidad con alegría y no mostrar nunca sus penas. Estas escenas serían la expresión de un conformismo que no impide la búsqueda de la felicidad y el buen humor frente a la adversidad. Como anunciamos anteriormente, no hay una denuncia política explícita en estas escenas cómicas como si hemos podido comprobar con los elementos socioculturales y económicos de determinados sectores de la sociedad andaluza y española, pero, en cierto modo, la expresión de esta realidad puesta en paralelo con la imagen progresista y de bonanza de la España de finales de los noventa y principios del siglo XX, muestra ciertas inquietudes políticas en el propio desfase entre la realidad de grandes núcleos de población y la imagen de éxito y bienestar que se está implantando en el imaginario colectivo de los españoles en las últimas décadas del siglo XX y las primeras del siglo XXI.

Tras haber demostrado esta presencia de los estereotipos andaluces a través de estos personajes que transmiten una determinada visión socioeconómica de un sector de la población española, habría que abordar el papel de la canción y de la música en estos programas musicales y ver si es una particularidad de los Morancos o un elemento común en los espectáculos de humor y ver si aparecen espacios políticos en estos espacios humorísticos.

2 La canción y la política en los programas televisivos de los Morancos

La canción, como ya enunciamos al inicio de este trabajo, es un elemento fundamental en las representaciones humorísticas de los Morancos. Desde sus inicios televisivos en TVE con distintos palos flamencos cantados en inglés, los hermanos Cadaval han mostrado un interés considerable por los cantantes y las canciones. En especial, César Cadaval quien junto a Miguel Ángel Magüesín (Dr. Kelli) compuso una bulería para Camarón de la Isla, *La Luna llena* que aparece en el disco *Soy gitano* (Camarón de la Isla, 1989) y también la canción que popularizaron Los del Río, *Sevilla tiene un color especial* (Los del Río, 1991), además de otras composiciones para otros artistas como el grupo Siempre así. En el año 2010, llegó a las semifinales en los carnavales de Cádiz con la chirigota *Los pre-paraos* de la que también formaban parte otros famosos como José Manuel Soto. Vemos como la canción está presente en la concepción artística de estos dos humoristas, pero no es un elemento diferenciador si lo comparamos con otros humoristas. Una característica de los programas humorísticos de los años ochenta y noventa es la imitación de un cantante versionando alguna de sus canciones más representativas. Desde los programas de Martes y Trece hasta los de Cruz y Raya, la imitación de artistas como Rocío Jurado, Manolo Escobar, Julio Iglesias, Raphael, El

último de la Fila, Simon & Garfunkel, Mickael Jackson, por citar solo unos pocos, es una constante que va variando en función de los humoristas y de las décadas pero que se mantiene durante las dos primeras décadas del siglo XXI.

En un primer momento, en cada uno de los programas cómicos suele aparecer, o en mitad o al final del programa, una imitación musical de un artista o de un grupo en el que aparecen uno o dos miembros del dúo cómico cantando la canción y acentuando los elementos distintivos del artista en cuestión a la hora de interpretar sus canciones. Aquí estaríamos ante una variación gestual de la puesta en escena del cantante en cuestión. Sin embargo, la canción va cobrando protagonismo dentro de los programas humorísticos hasta el punto de aparecer como una sección propia. Cruz y Raya la realiza repasando la actualidad musical con la imitación de Joaquín Luqui para *los 40 principales* en el que aparecen fragmentos de vídeos con los humoristas imitando e interpretando un tema del artista en cuestión, aunque acentuando todos los gestos del artista en su puesta en escena. En otros programas, realizan la totalidad de la canción y cambian al intérprete como Manolo Escobar interpretando una canción rock o modifican la letra jugando con el sentido de la canción. En este caso concreto, estaríamos ante una variación textual, según Louis-Jean Calvet, cuyo objetivo es la comicidad del nuevo texto. Los Morancos también van a realizar esto. En su programa *Moranquísimo* para Canal Sur en 2004-2005, tienen una sección de *Éxitos musicales* que es presentada por los artistas imitando a dos latinoamericanos que venden discos en la calle presentando así el *Top manta*. Esta escena está sacada de la realidad del mercado del disco que, a partir de 2001, con la piratería de los cds, pasan a venderse más discos de manera ilegal que de manera legal. Y los discos son vendidos por inmigrantes en situación irregular que colocan una manta en el suelo donde exponen los discos de los artistas de moda a precios que desafían cualquier competencia. En esta sección imitan al artista en cuestión y modifican levemente la letra para acentuar una situación graciosa como con la canción del Arrebato *Búscate un hombre que te quiera*, de la que los Morancos sacan *Búscate un novio y no esta fiero*⁶ en la que el Arrebato se queja ante su hija del novio que se ha buscado que no hace otra cosa que comer. Seguimos ante variaciones textuales que buscan la risa en el espectador. Y es en este programa donde aparece por primera vez su versión de la canción del grupo moldavo O-Zone, *Dragostea din tei*, que se convirtió en un himno gay en muchos países de América Latina, bajo el título de *Marica tú o Fiesta Pluma Pluma gay*⁷. Esta canción va a permitir la internacionalización del dúo cómico que no había conseguido con sus escenas cómicas y sus personajes más representativos, es decir, que la versión de una canción les permite superar la frontera nacional, pasando de una representación cómica a una reivindicación política en determinados países de América Latina. Este fenómeno es lo que Henry Jenkins define como lo transmediático: un elemento que en su función original es una versión cómica y divertida de una canción

⁶ Consultado el 11/03/2020 en <https://www.youtube.com/watch?v=j02J7VcY5iI>

⁷ Emitido el 26/07/2004. Consultado el 11/03/2020 en <https://www.youtube.com/watch?v=ecf4pxeq8CI>

moldava, termina convirtiéndose y cargándose de sentido político gracias a la difusión en las redes sociales para el colectivo gay que lo retoma como una reivindicación de la libertad sexual.

La canción no solo está presente dentro de los programas, sino que también abre y cierra el programa. Como puede ocurrir con los programas concurso de los años noventa que tienen su propia banda sonora, los programas cómicos van a crear sus propias canciones de apertura como es el caso del programa de los Morancos *El retorno de Omaíta*⁸, en el que, además, de la canción, aparecen unos muñecos de los distintos personajes del programa interpretándola. Esta canción ya había sido la banda sonora del programa anterior *Entre Morancos y Omaítas*⁹ que interpretaban los dos artistas delante de un grupo de bailarinas. No es un caso único el de este dúo puesto que Cruz y Raya hacen lo mismo. Se utiliza la canción como un elemento atractivo que impida el cambio de canal por parte del telespectador, además de como un instrumento identificativo para marcar desde el inicio el contenido del programa y sus intérpretes.

La cuestión política aparece abiertamente en los programas de *Moranquísimo* con la creación de la sección *Deváter electoral* en la que Jorge encarna a un representante de un partido ficticio de extrema izquierda, IDI, Izquierda de la Izquierda, y César encarna a un representante de un partido ficticio de extrema derecha, DDD, Derecha de la Derecha. En estos debates electorales se pone de manifiesto sobre todo el diálogo de sordos entre los representantes de los partidos políticos que pasan el tiempo a echarse la culpa en lugar de encontrar soluciones comunes. Se caricaturizan las propuestas de la izquierda y de la derecha llevándolas a los extremos de lo irracional. Mientras que la derecha lo prohíbe todo y está contra todo cambio, la izquierda limita las responsabilidades individuales y culpa a las instituciones por los actos de los ciudadanos. Estos debates han ido evolucionando desde 2004 y en función de la actualidad política. Han abordado temas como la educación infantil, el desempleo, la delincuencia, los indignados... siempre con estos posicionamientos extremos. En algunos de estos debates aparece un moderador que generalmente toma partido a favor de la izquierda y contra los planteamientos machistas, racistas y desproporcionados del candidato de la derecha. La vestimenta de ambos candidatos está claramente estereotipada con la presencia de la boina con la cruz roja de cinco puntas del Che o vestido de perroflauta por parte del candidato de la izquierda que se llama Vladimir mientras que el candidato de la derecha que se llama José Antonio va con traje, tirantes y corbata. Incluso en esta sección aparece la canción en numerosas ocasiones, sobre todo por parte del candidato de la derecha que, además de ser presentado con el himno nacional español, suele irse del debate con ritmo marcial mientras que el candidato de la izquierda ha cantado en varios debates, la canción de Jarcha, *Libertad sin ira*. Es curioso que se utilice esta

⁸ Consultado el 11/03/2020 en <https://www.youtube.com/watch?v=Q33gidUToyI>

⁹ Aparece en Lolita que es la invitada de la semana al programa. Consultado el 11/03/2020 en <https://www.rtve.es/television/archivo/humor/>

canción para un candidato a la izquierda de la izquierda porque esta canción ha sido utilizada tanto para las primeras elecciones democráticas tras la muerte de Franco, 15 de junio de 1977, como para recriminar los atentados de ETA en las manifestaciones, lo que la aleja bastante del radicalismo izquierdista que pretende encarnar el personaje de Jorge. No podemos olvidar que estamos ante una caricaturización política que, en cierta medida, muestra la imagen que pueden tener determinados sectores de la población del comportamiento de sus representantes políticos a la hora de debatir sobre sus propuestas políticas para el futuro del país, pero que en ningún momento se realizan verdaderos debates sobre el fondo de las temáticas abordadas sino que ambos personajes desarrollan sus propuestas extremas sin escuchar las del otro y la mayoría de intercambios son insultos. Curiosamente junto a la sección Éxitos musicales, la sección de *Deváter electoral* es otra de las que más éxito tiene de estos artistas en la primera década del siglo XXI.

A lo largo de este trabajo, hemos podido ver los distintos acercamientos de Los Morancos a la canción. Esos acercamientos han pasado de la imitación de los gestos exagerados del intérprete en cuestión, a la modificación de las letras de las canciones buscando la comicidad con una representación teatralizada de la misma. Podemos ver que hasta prácticamente el inicio de la segunda década del siglo XXI, el acercamiento al artista o a la canción es paródico sin llegar a la ofensa del personaje imitado y sin buscar otra intención que provocar la risa en el espectador. Sin embargo, los videoclips de los Morancos en su canal de youtube van a causar un impacto en el acercamiento cómico a la canción.

3 La canción visual de Los Morancos: los videoclips y las redes sociales

José Mota, excomponente del dúo Cruz y Raya, en 2010 en su programa *La hora de José Mota* en TVE, realiza una imitación de Mariano Rajoy con una canción de Mickael Jackson a la que le cambia la letra y que muestra al político negando todos los casos de corrupción que se le implican a los miembros de su partido. Esto nos muestra que los Morancos no son los únicos que realizan este tipo de canciones, aunque la letra de José Mota en ningún momento va más allá de lo puramente constatado y no toma partido a favor o en contra del imitado. Sin embargo, en los videoclips de los Morancos hay un posicionamiento por parte de los personajes. Ya hemos evocado las variaciones textuales y gestuales en las canciones y los intérpretes de las mismas en las versiones realizadas por los Morancos, pero a las anteriores y, coincidiendo con la encarnación de Mariano Rajoy por parte de José Mota, estaríamos ante variaciones visuales que sitúan el objeto artístico en lo transmediático. Es decir, no asistimos únicamente a una

imitación de un cantante con una letra diferente, sino que estamos ante una suplantación del cantante por un personaje que reivindica o explica una determinada situación política. A esto, habría que añadirle lo transmediático cuando una canción generalmente latina con una temática amorosa o festiva destinada al baile y a la evasión es retomada para, con una intención irónica y cómica, cargarla con un sentido político que expresa un malestar social en distintas capas de la sociedad española, e incluso de otras sociedades internacionales.

Los Morancos abren su Canal Youtube el 5 de noviembre de 2014¹⁰ y desde ese día han recibido 131.562.068 vistas los que los convierte en influencers. Esta repercusión en las redes sociales les ha permitido ir de invitados en varias ocasiones para cantar sus versiones al programa de Pablo Motos, *El Hormiguero*, que es uno de los más seguidos en la hora de máxima audiencia de las noches televisivas españolas (22h-23h). Si antes era la televisión lo que daba visibilidad al artista, ahora son las redes sociales, convirtiendo a la televisión en un elemento secundario que confirma las tendencias de los cibernautas. Del mismo modo, los humoristas utilizan los medios de la industria discográfica para crear estos productos. Un ejemplo es el playback que vemos en los videoclips en los que los artistas encarnan sus personajes, pero la canción que suena ha sido grabada previamente en un estudio discográfico y acoplada a la gestualidad del vídeo.

Las versiones de los Morancos cuyas letras han sido creadas por ellos mismos y por Lolo Seda que van de 2014 a 2019 las podemos dividir en tres bloques casi cronológicos:

- Las canciones interpretadas por los personajes más conocidos de los humoristas: Antonia y Omaíta que se realizan prácticamente entre 2014 y 2018.
- Las canciones interpretadas por los personajes de los que habla la letra modificada de la canción: Iñaki Urdangarín, Pablo Iglesias, Pedro Sánchez, Puigdemont, Monedero, Mariano Rajoy... que se realizan a partir de 2017.
- Las canciones interpretadas por la imitación del cantante en cuestión: Rosalía, que se realizan a partir de 2018.

En el primer grupo encontramos letras que oponen un ellos a un nosotros, siendo el ellos las élites políticas y económicas y el nosotros el resto de la sociedad, pero sobre todo las clases más desfavorecidas. La canción *Bailando* (Iglesias, 2014) cuyo videoclip oficial aparece en youtube el 11 de abril de 2014, es versionado por los Morancos el 8 de noviembre del mismo año con el título *Mangando*¹¹. Antonia y Omaíta abordan la cuestión de las cantidades de dinero robadas por los políticos haciendo referencia a Jordi Pujol, a la Infanta y burlándose de los brotes verdes a los que hacía referencia Mariano Rajoy que para las intérpretes es comer ensalada. En la versión de la canción de Marc Anthony y Gente de Zona, *La Gozadera* (Gente de Zona, 2016), que los Morancos titulan

¹⁰ <https://www.youtube.com/user/losmorancosdetriana/about>

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=eGngjaclMwI>

*La pelotera*¹², que aborda la insolidaridad de los políticos europeos ante la crisis y crea un paralelismo entre la canción de Marc Anthony que reúne en la fiesta a todos los latinos bajo sus banderas para instar a esa solidaridad en Europa entre los países miembros de la Unión. En 2016, en septiembre aparece el videoclip de *La Bicicleta*¹³ que versiona la canción del mismo nombre de Carlos Vives y Shakira que había aparecido unos meses antes, para criticar la ausencia de pacto electoral que llevaba a la convocatoria de nuevas elecciones. Se alude a los gastos que suponen los comicios para los ciudadanos y la solución de los políticos son los recortes cuando, según Antonia y Omaíta, son ellos los responsables al no conseguir ponerse de acuerdo por el bien del país. La bicicleta que en la canción de Shakira y Vives es el medio de transporte para recorrer camino juntos, se transforma en la versión de los Morancos en un arma para mostrar el descontento y lanzársela a los políticos. Finalmente, en este primer grupo tenemos la canción *¿Quién tiene la culpa?*¹⁴ que es la versión de *Échame la culpa* (Fonsi, 2019¹⁵) de Luis Fonsi y Demi Lobato que aparece en 2017 y que aborda la cuestión de los ERE en Andalucía con Manuel Chaves y Jose Antonio Griñán. El videoclip comienza con una exposición periodística del juicio de los ERE para encadenarse con el canto del himno de Andalucía. Esto muestra la ironía porque los que estaban al servicio de esta región se han servido de ella para sus intereses propios y, de hecho, le cambian la letra al himno para hablar justamente de esa malversación de fondos públicos. En la letra de la canción se expresa el malestar de la sociedad ante la falta de responsabilidad política a la hora de asumir los cargos y en esta oposición ellos/nosotros, el nosotros es el que tiene que pagar las consecuencias de las acciones de ellos.

En el segundo grupo de canciones, tenemos a los protagonistas de la acción interpretando la escena. Desaparece el ellos/nosotros y escuchamos las voces de los personajes. Si en las canciones anteriores se había respetado la puesta en escena del videoclip oficial de la canción, en estas versiones se alejan de los videoclips oficiales para poder encarnar mejor las acciones que se relatan en las canciones. En la versión de *Despacito* (Fonsi, 2019) de Luis Fonsi y Daddy Yankee que los Morancos titulan *Despacito dependiendo del delito*¹⁶ que suben a su canal de youtube en 2017, y en la que se aborda una crítica a la justicia española considerándola parcial y en la que se considera que la justicia española tiene dos varas de medida en función de si el acusado es rico o pobre. El escenario de la canción de Fonsi es la playa, los bares, coches en la calle y hombres y mujeres bailando de manera sensual, mientras que en la versión de los Morancos nos encontramos en una sala de audiencias con César de Juez y Jorge de Iñaki Urdangarín. Se le leen los cargos al acusado y la justificación que da Urdangarín es la misma que la

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=7IGM1MbWTFg>

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=ApeGqSE1pPM>

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=-SDX9-6Ajeo>

¹⁵ Las fechas que aparecen en numerosas canciones son posteriores a las grabaciones de los videoclips porque se tiene en cuenta la publicación de la canción en un álbum y no la aparición de la misma en single o videoclip.

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=a1Nufe22QM0>

que hemos encontrado en las canciones precedentes: la falta de responsabilidad propia, se insiste en quién es su mujer y se duda de que pise la cárcel. Este mismo año de 2017, versionan la canción de *Felices los 4* (Maluma, 2018) bajo el título de *Infelices sin trato*¹⁷ en la que Jorge de Puigdemont y César de Mariano Rajoy en una cama de hotel muestran su desacuerdo y la falta de entendimiento. Dos posturas públicas opuestas se muestran en la canción en la intimidad de un cuarto de hotel. Mientras que en la canción original se habla de un trío amoroso sin inconvenientes posibles y se juega con la sensualidad/sexualidad de los actores, en la versión no hay nada de sensualidad y se juega justamente con el no deseo del otro. Vemos como en las canciones se ha atacado sobre todo a los dos grandes partidos PP y PSOE, y no por ser los partidos mayoritarios sino por los problemas judiciales de ambos y los intereses partidistas por encima de los intereses de los electores. Lo que queda reflejado también en la canción *Ya no quiero ná* (Índigo, 2019), que los Morancos transforman en *Yo ya no pinto ná*¹⁸ y que aborda la pérdida de Susana Díaz de las elecciones de diciembre de 2018 al Parlamento de Andalucía en favor del PP que se asocia con Ciudadanos y Vox para poder gobernar. En la versión se explica la caída de los socialistas y al mismo tiempo se expresa la inquietud con la llegada de Vox que aparece en la canción con la figura de Abascal a caballo interpretada por César, mientras que Jorge encarna a Susana Díaz bailando rodeada de cuatro jóvenes bailarinas. Sin embargo, Podemos también va a entrar a formar parte en las parodias de los Morancos sobre todo por dos fenómenos: la adquisición de un chalet valorado en más de seiscientos mil euros por parte de Pablo Iglesias y las recientes elecciones de 2019 para formar gobierno por los pactos. Para el primer fenómeno, tenemos la versión del mismo título *Mayores*¹⁹ de Becky G y Bad Bunny, en la que Jorge interpreta a Pablo Iglesias que llega a una inmobiliaria junto a Irene Montero y César hace de vendedor. Nos alejamos de la sensualidad de la canción original para situarnos en una agencia y en un chalet que visitan Pablo e Irene. En la canción se critica la doble moral de Pablo Iglesias que critica los excesos de los miembros del gobierno para cometer otro, según los Morancos y gran parte de la opinión pública. Para el segundo fenómeno, versionan la canción de los Panchos *María Cristina me quiere gobernar*, transformándola en *Contigo ahora si quiero gobernar*²⁰, en la que se parodia el juego de pactos que han llevado a cabo Podemos y el PSOE que tuvo como consecuencia la convocatoria de nuevas elecciones y que terminó con un resultado similar y obligando a ambos partidos a asumir responsabilidades. En la versión se ironiza como motivo del primer desacuerdo el uso del avión que tanto ha sido criticado a Sánchez. Y se le cambia el nombre al grupo por Los Tan Panchos, dejando a entender la poca vergüenza de ambos dirigentes que son encarnados por Jorge mientras que César encarna la sombra de Abascal que está al acecho para hacerse con el poder y se ironiza sobre una nueva

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=sGyZLsmzIqY>

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=5GblrYXcAXk>

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=hiz8YcplDA4>

²⁰ https://www.youtube.com/watch?v=hUxt4QhapJc&ab_channel=LOSMORANCOSOFICIAL

repetición de elecciones que seguiría favoreciendo al representante de la extrema derecha.

El último grupo corresponden a dos versiones de la cantante Rosalía: *Malamente*²¹ y *Con altura*²² que ha sido transformada en *Con basura*²³. La primera hace referencia a las licenciaturas regaladas por la universidad rey Juan Carlos y se respeta el videoclip de la artista con la única modificación del licenciado con capote en lugar del torero sin camiseta. En la segunda se produce un distanciamiento por varios motivos. La canción de Rosalía ensalza cierto lujo, el videoclip se desarrolla en un avión que no es uno de los medios de transporte más limpios mientras que la versión de los Morancos habla de ecología y del problema del plástico.

Si nos fijamos bien tanto en las coreografías como en los ritmos, lo andaluz está muy presente en casi todas las versiones a pesar de que las canciones originales sean mayoritariamente de ritmos latinos, pero las temáticas abordadas se centran en temas nacionales. Incluso tienen dos canciones originales como son *Antonia y Trump*²⁴ del año 2016 en la que Antonia hace frente a Trump en defensa de los latinos por las políticas migratorias que quiere imponer el futuro presidente de Estados Unidos y *Maduro se comió nuestro futuro*²⁵ del año 2018 en la que el dúo cómico ironiza sobre el apetito económico de Maduro a través de su cambio físico al haber cogido peso desde que es presidente mientras el pueblo venezolano está pasando necesidad. Vemos como estas dos canciones hacia la comunidad latina dan acceso a estos dos hermanos a cierta internacionalización y cuentan con más de un millón de “vistos” en casi todos sus videoclips.

Conclusión

Después de haber abordado los programas televisivos del dúo Los Morancos analizando tanto el papel de los estereotipos andaluces en la elaboración de sus personajes como el papel de la canción y de la política en sus propuestas televisivas, así como los videoclips que han creado versionando canciones de éxito del momento al mismo tiempo que abordan reivindicaciones políticas sobre determinados comportamientos de los dirigentes políticos, podemos decir que las escenas televisivas desarrolladas por los mismos y en las que ya se podía respirar cierta reivindicación social en un periodo en el que España disfrutaba y vendía el bienestar, se ha ido acentuando con los años como

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=9L3dwNAsbxw>

²² https://www.youtube.com/watch?v=p7bfOZek9t4&ab_channel=RosaliaVEVO

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=KT8D4hWxiO4>

²⁴ https://www.youtube.com/watch?v=QnbJ2qJbuQo&ab_channel=LOSMORANCOSOFICIAL

²⁵ https://www.youtube.com/watch?v=vu16D1IguEA&ab_channel=LOSMORANCOSOFICIAL

hemos podido comprobar con la aparición de la sección de debates electorales en los que, aunque el candidato de la Derecha de la derecha puede representar al hombre acaudalado, muestra claramente al estereotipo del terrateniente déspota andaluz. Y la expresión máxima de esa crítica sociopolítica queda reflejada en los videoclips donde se especifican abiertamente las reivindicaciones y donde se identifica a los culpables con nombres y apellidos. Es curioso ver la fusión entre la canción de moda y el escándalo de la actualidad política. Y también ha resultado interesante ver las posibilidades de difusión que abren las redes sociales para los productos artísticos que dejan la televisión como un aparato obsoleto y rígido que no permite disfrutar de los programas libremente y que imponen cláusulas temporales y espaciales que hoy en día con internet en los teléfonos cualquier individuo puede disfrutar en cualquier momento y en cualquier lugar. Otro elemento interesante que hemos abordado ha sido lo transmediático y cómo de un objeto artístico con una finalidad precisa se construye o se diluye en otra fuente de sentido que lo aleja del original sin perder ciertos elementos reconocibles en el nuevo objeto reconstituido con una nueva significación y que se distribuye, o no, por los mismos canales de difusión y se dirige, o no, a los mismos públicos.

Para terminar, hemos podido comprobar que la canción en el humor es una constante que en este estudio hemos visto principalmente en los dúos cómicos y, en concreto, con Los Morancos, pero que, por ejemplo, Carlos Latre con sus encarnaciones de artistas ha llevado a otros registros y que se ha ilustrado con el éxito del programa *Tu cara me suena* en el que distintos artistas se ponen en la piel de un cantante y son valorados tanto por su aproximación vocal como por su reproducción idéntica de los gestos y las expresiones del artista imitado y lo cómico en este programa surge en el desfase entre el original y la versión, y no en la acentuación de las singularidades del cantante como ocurre en las imitaciones de los humoristas de los años ochenta y noventa. Es decir que pasamos de una versión reivindicativa e irónica con los hechos de la actualidad política a una versión vaciada de todo toque personal y cuyo objetivo es la mimesis completa con el objeto artístico original creándose la comicidad en la incapacidad de copiar y reproducir un modelo.

Referencias bibliográficas y audiovisuales

Bibliografía

BAUDRILLARD Jean (1970), *La société de consommation*, París, Éditions Denoël.

BAUMAN Zygmund (2001), *La sociedad individualizada*, Madrid, Cátedra.

- BAUMAN Zygmunt (2007), *Le présent liquide: peurs sociales et obsession sécuritaire*, París, Seuil.
- BECKETT Howart S. (1988), *Les règles de l'art*, París, Flammarion.
- CALVET, Louis-Jean (2013), *Chansons. La bande son de notre histoire*, París, l'Archipel.
- GOFFMAN Erving (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi*, París, les éditions de minuit.
- GOFFMAN Ken (2005), *La contracultura a través de los tiempos. De Abraham al acid-house*, Barcelona, Anagrama.
- JENKINS Henry (2014), *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*, París, Armand colin.
- JEZO-VANNIER Steven (2013), *Contre-culture(s). Des anonymous à prométhée*, Marseille, Le Mot et le Reste.
- JUVIN Hervé et LIPOVETSKY Gilles (2010), *L'Occident mondialisé. Controverse sur la culture planétaire*, París, Grasset.
- MERCKLÉ Pierre (2011), *Sociologie des réseaux sociaux*, París, Éditions la Découverte.
- WARNIER Jean-Pierre (1999), *La mondialisation de la culture*, París, La Découverte.
- YPRODUCTIONS (2009), *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*, Madrid, Traficantes de sueños.

Audiovisuales y discografía

- CADAVAL, César y Jorge (Los Morancos) (1994), *Érase una vez los Morancos*, TVE, Madrid. Disponible en línea en <https://www.rtve.es/alacarta/videos/programas-y-concursos-en-el-archivo-de-rtve/erase-vez-morancos/4933319/>.
- (1997), *Entre Morancos y Omaítas*, TVE, Madrid. Disponible en línea en <https://www.rtve.es/television/archivo/humor/>.
- (2003), *El retorno de Omaíta*, TVE, Madrid. Disponible en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=Q33gjdUToyl> y <https://www.youtube.com/watch?v=Q33gjdUToyl>.
- (2004), *Moranquísimo*, Canal Sur, Sevilla. Disponible en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=j02J7VcY5il> y <https://www.youtube.com/watch?v=ecf4pxeq8CI>.

- (2014), Canal Youtube, en línea en <https://www.youtube.com/user/losmorancosdetriana/about>.
- (2015), La pelotera, Sevilla, en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=7lGM1MbWTFg>.
- (2016), La bicicleta, Sevilla, en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=ApeGqSE1pPM>.
- (2016), Antonia y Trump, Sevilla, en línea en https://www.youtube.com/watch?v=QnbJ2qJbuQo&ab_channel=LOSMORANCO_SOFICIAL.
- (2017), ¿Quién tiene la culpa?, Sevilla, en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=-SDX9-6Ajeo>.
- (2017), Despacito dependiendo del delito, Sevilla, en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=a1Nufe22QM0>.
- (2017), Infelices sin trato, Sevilla, en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=sGyZLsmzIqY>.
- (2018), Mayores, Sevilla, en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=hiz8YcplDA4>.
- (2018), Malamente, Sevilla, en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=9L3dwNASbxw>.
- (2018), Maduro se comió nuestro futuro, en línea en: https://www.youtube.com/watch?v=vu16D1lgUeA&ab_channel=LOSMORANCO_SOFICIAL.
- (2019), Yo ya no pinto ná, Sevilla, en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=5GblrYXcAXk>.
- (2019), Contigo ahora si quiero gobernar, Sevilla, en línea en https://www.youtube.com/watch?v=hUxt4QhapJc&ab_channel=LOSMORANCOS_OFICIAL.
- (2019), Con basura, Sevilla, en línea en: <https://www.youtube.com/watch?v=kT8D4hWxlO4>.

CAMARÓN DE LA ISLA (1989), *Soy gitano*, Madrid, Philips.

FONSI, Luís (2019), *Vida*, Miami, Sonic Music Latin.

GENTE DE ZONA (2016), *Visualízate*, Miami, Sonic Music Latin.

IGLESIAS, Enrique (2014), *Sex and love*, Miami, Republic Universal Music Latino.

ÍNDIGO, Lola (2019), *Akelarre*, Miami, Universal Music.

LOS DEL RÍO (1991), *Sevilla tiene un color especial*, Madrid, Zafiro.

MALUMA (2018), *F.A.M.E.* , Miami, Sonic Music Latin.

ROSALÍA (2019), *Con altura*, Miami, Sony Music. Disponible en línea en https://www.youtube.com/watch?v=p7bfOZek9t4&ab_channel=RosaliaVEVO.

https://www.youtube.com/watch?v=4m_OoGckRQE