

1.1. La imagen de Andalucía en el audiovisual de ficción

Inmaculada Gordillo

1.1.1. El cortometraje como representación de la identidad cultural

Las manifestaciones culturales de un determinado grupo social o geográfico constituyen un factor esencial no sólo a la hora de conformar su propia identidad cultural, sino también para organizar y constituir la imagen que se proyectará dentro y fuera de ese grupo.

Las industrias culturales, impulsadas por los medios de comunicación de masas se convierten en agentes movilizadores y reforzadores de la identidad cultural. El cine, la televisión, la publicidad, los periódicos, la radio, las editoriales, las discográficas, etc. llegan a desarrollar un mercado de bienes culturales y simbólicos propios de una determinada cultura. Y dentro de las industrias culturales destaca sobremanera la producción audiovisual de ficción en su conjunto, abarcando tanto materiales cinematográficos, televisivos, videográficos o multimedia.

El cine se considera un medio de comunicación fundamental a la hora de definir, potenciar, difundir y consolidar la identidad cultural de un determinado territorio. Las películas, las series y otros contenidos audiovisuales de ficción como los cortometrajes, construyen y difunden imágenes originales, estereotipadas, novedosas, incluso arriesgadas e innovadoras. Sin embargo, la industria audiovisual en nuestra Comunidad Autónoma no es tan floreciente como en otros lugares de nuestro país o en comparación con la producción extranjera.

Las nuevas tecnologías en relación a la grabación de la imagen, así como las posibilidades que brinda Internet, han supuesto un revulsivo que reinvierte en el aumento de la producción audiovisual de ficción en Andalucía. 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 canales de distribución del cortometraje, aunque escasos, se centran sobre todo en festivales y muestras organizadas en torno a un público juvenil, lo que convierte a este producto en un género de la industria audiovisual hecho para y por jóvenes, en la mayoría de los casos. Es interesante este nicho de público a la hora de tener en cuenta el receptor que habitualmente se acerca a buscar estos materiales en la red.

Las nuevas realidades, las preocupaciones sociales, los ámbitos de discusión y las tendencias narrativas suelen trasladarse con mucha facilidad al mundo del cortometraje de ficción, por la libertad que implica este formato, ya sea en su acepción de vídeo o de 35 mm. Hasta hace pocos años, a causa de los canales de distribución, los largometrajes cinematográficos implicaban una mayor popularidad a muchos niveles, lo que

conllevaba -en ocasiones- el olvido de otros modos de expresión audiovisual. Sin embargo, en la actualidad, 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*.

1.1.2. El cortometraje andaluz: ¿un concepto de ficción?

La autoría del cortometraje, en un porcentaje importante de casos, recae en los jóvenes. Y la recepción de los mismos también. Más que un ámbito geográfico o un lugar concreto, el cortometraje pertenece a una franja de edad. Por ello, el adjetivo andaluz en muchas ocasiones es difícil a la hora de calificar o inútil en su conceptualización.

En el libro *El cortometraje Andaluz en la democracia* Rafael Utrera y Miguel Olid dan cuenta de la importancia de este formato en relación a la industria del largometraje, mucho más complicada y raquítica, sobre todo en aquellas fechas contempladas por los dos autores. Por otro lado, otorgan el adjetivo “andaluz” de una “forma generosa” a producciones donde el autor o el productor haya nacido o vivido en Andalucía, a obras con temática andaluza o universal, subvencionadas o no por organismos públicos andaluces... Desde esta misma premisa recogeremos en este capítulo las diversas producciones de ficción que pueden construir una imagen sobre el imaginario andaluz.

En realidad los rasgos de identificación cultural con la Comunidad Autónoma Andaluza pueden estar localizados en variadas piezas significantes presentes en una obra audiovisual, desde elementos espaciales o geográficos, a componentes 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 el contenido posee relación con Andalucía.

1.1.3. Páginas institucionales y oficiales de cortometrajes andaluces. El programa *Madeinshort Andalucía*

El sitio web *Madeinshort Andalucía* (<http://www.madeinshortandalucia.es>) pertenece al “Programa de Promoción del Cortometraje Andaluz” auspiciado por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía dentro del desarrollo del Plan Estratégico para la Cultura Andaluza (PECA), con el objetivo de procurar la promoción y difusión de los cortometrajes andaluces dentro y fuera de nuestra Comunidad Autónoma. El programa se define como “una apuesta por los jóvenes creadores andaluces” y permite a los realizadores registrar sus productos para poder acceder a los servicios que ofrece.



Ilustración 1. Página *Madeinshort Andalucía*

En este portal, además, se puede encontrar información variada de festivales, premios, noticias, mercados, circuitos de proyección, publicaciones e incentivos relacionados con el mundo del cortometraje producido en Andalucía. También permite la posibilidad de acceder a cortometrajes.

La mayoría de los cortos poseen un visionado restringido, solamente para los Festivales de vídeo o de cortometraje que previamente se han inscrito en *Madeinshort Andalucía*. En todos se puede acceder a una sinopsis de la producción, así como a las fichas técnicas y artísticas. Incluso hay alguno -con una producción que tiene ya más de cinco años- cuyo visionado es público desde esta página oficial.

En el enlace “Publicaciones” la página recoge varios anuarios de catálogos de cortometrajes desde 2004. Se presentan en formato pdf, con datos abundantes de la productora, los actores, el director y el propio corto, tanto en castellano como en inglés. También aparecen el cartel y numerosas fotos de los cortos.

Otra página con respaldo institucional de cortometrajes de ficción es *Andalucía en corto* (<http://www.andaluciaencorto.com/>). Es 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 esta página pueden encontrarse secciones variadas, como la “Cortoteca”, una especie de biblioteca de cortos y otras producciones (como videoclips, webseries...), “Noticias”, “Festivales”, “Ayuda”, “Formación”.

En la página de la Fundación Audiovisual de Andalucía (<http://www.fundacionava.org/>), se ha creado un “Portal de Promoción” de obras audiovisuales andaluzas (www.avandalus.org), 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-APRIA) 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.

En otras páginas oficiales relacionadas con el audiovisual andaluz, como la de la Filmoteca de Andalucía, la información sobre cortometrajes andaluces es escasa y la escasa que aparece se organiza en forma de catálogo. Así, en http://www.filmotecadeandalucia.com/_pelicula.php/1917/Catalogo_de_cortometrajes_andaluces_2009/3/ no hay contenidos pero se puede encontrar un enlace a las fichas técnicas de ocho cortometrajes realizados en 2008. En la información de la Filmoteca andaluza no existe ningún elemento más sobre cortometrajes y otras obras ficcionales andaluzas.

1.1.4. Blogs y webs

Los blogs son un instrumento dinámico, ágil y participativo, por lo que el mundo de la producción cinematográfica de escaso presupuesto se sirve, en muchas ocasiones, de este medio para ofrecer al internauta fotos, datos sobre las producciones, noticias sobre exhibiciones y premios, novedades, foros de debate, trailers y otros materiales. En algunas ocasiones las páginas institucionales se complementan con un blog, como *Andalucía en corto* (<http://www.andaluciaencorto.com/blog/>), relacionado con la página web pero más dinámico en cuanto a noticias. Por otro lado, son muy numerosas las productoras que poseen su propio blog, incluso en ocasiones, una única producción posee también un blog independiente.

Entre ellas podemos destacar los blogs de la productora *Letra M* (<http://letramproducciones.blogspot.com/>), donde se recogen noticias y reseñas de sus producciones, tanto en formato de largometraje (*Héctor y Bruno* de Ana Rosa de Diego, *Carlos contra el mundo*, de Chiqui Carabante), como de cortometraje (*Tosferina* de Álvaro Alonso, *Mayte y las nubes*, Ana Rosa de Diego, *Marisma* de Modesto Gonzáles o *Los Díaz felices* de Chiqui Carabante). El blog de Frikibot (<http://frikibot.blogspot.com/>) no recoge demasiadas actualizaciones, aunque ofrece algunos elementos que pueden resultar interesantes para los fans de José Antonio Pérez y sus series (*Niña repelente*, *Cocinero Loren* y *Paco y Migué*), como los bocetos iniciales de Margarita o los primeros diseños de Paco y “Migué”.

Podríamos enumerar otros muchos blogs de productoras como *Higuera en corto* (<http://higueraencorto.blogspot.com/2008/02/la-productora-andaluza-el-mandato.html>) o *La viuda alegre* (<http://viudaalegreproducciones.blogspot.com/>)

Algunos autores y producciones tienen sus propias páginas webs. Es interesante el caso de *Malviviendo* pues posee una página web, un blog, un canal propio en *YouTube*,

varias páginas en *Facebook* e incluso una entrada en la *Wikipedia* (<http://es.wikipedia.org/wiki/Malviviendo>).

La plataforma PECAA, (<http://www.pecaa.es/index.php>), está integrada por productoras de cine, documental y empresas de servicio a la producción, radicadas en Andalucía como Arte Sonora, Ático 7, Andalucine, Background 3D, Green Moon España, Gheko Film Sur, Imago Producciones, Intermedia Producciones, Jaleo Films, La Zanfoña Producciones, Letra M, Loasur Audiovisual, MLK Producciones, Palacio Producciones, Toma 27, XL Producciones, Granada Film Factory, Perles Films y Rec. En la página web aparecen noticias sobre las actividades de la Plataforma, sobre las producciones de los asociados, estrenos, premios, festivales, etc. Asimismo, puede encontrarse los datos de contacto de todas las empresas que forman parte de PECAA.

Por otra parte, existen numerosas páginas oficiales de productoras andaluzas, algunas con la posibilidad de visionar directamente la producción y otras muchas de carácter meramente informativo. Entre las primeras encontramos la página de Mundoficción Producciones (<http://mundoficcionproducciones.com/>). En el link “Producciones” existen datos sobre los cortometrajes, fotos y pueden descargarse las siguientes producciones: *Aquello era otra cosa*, *Eso es así*, *Esto ya no es lo que era*, *Reflexiones veraniegas*. Además, dos personajes muy populares de sus cortos animan a que los seguidores de la productora participen económicamente en el próximo proyecto (un largometraje) a través de la campaña “Trinca tu ladrillo”.

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 Producciones (<http://www.lzproducciones.com/>) donde sólo 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 29 Letras (<http://www.29letras.com/index.html>), La claqueta metálica (<http://www.claquetametalia.com/1280.html>), Dos de catorce Producciones (<http://www.dosdecatorce.com/>), Malaventura (<http://www.malaventura.net/>), entre otras muchas.

1.1.5. Las producciones andaluzas de ficción más visionados

A partir de las plataformas más usadas por los internautas (*YouTube* y *Vimeo* sobre todo) seleccionaremos las producciones más visionadas que inciden, de una u otra manera, en representar una imagen de Andalucía, ya sea como lugar (espacio), como sonido (acentos de los personajes, ruidos y música) y como tópico (elementos de la puesta en escena).

Uno de los cortometrajes más visionados es la producción de Caliche-films *Curso dandalú*, que desde enero de 2006 puede verse en *YouTube* (http://www.youtube.com/watch?v=wJgr_mwcR1g&feature=related). Está realizado en Jerez de la Frontera, en el año 2003, por Juan Miguel del Castillo y en abril de 2010 contaba con 1.135.000 visitas. Se trata de un corto en clave de comedia de un curso para comprender el andaluz y diferenciarlo del castellano. 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 dirige a una página web (www.caliche-films.es) y que comercializa el nuevo cortometraje (a través de un SMS). Sin embargo, a partir de fragmentos emitidos en Canal Sur de la segunda y sucesivas partes, pueden encontrarse otras páginas que recogen algunos minutos de las nuevas producciones: <http://www.youtube.com/watch?v=OhVbHpX9Vbg>, <http://www.youtube.com/watch?v=uGTneRVgiRg&feature=related>, <http://www.youtube.com/watch?v=ljIzBABJgM8&feature=related>, etc. El corto se caracteriza por utilizar todos los elementos de puesta en escena, de contenidos y narrativos que se han empleado para construir el tópico general de Andalucía. El presentador del curso (Luis Lara) acompaña su traje de chaqueta tradicional con un clavel rojo en la solapa, se dirige al espectador desde el típico patio andaluz luminoso, con macetas, bebiendo una copa de manzanilla y marcándose 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 y los elementos folklóricos. Las clases del curso implican expresiones locales y formas de pronunciar dialectales de Andalucía, incluyendo vulgarismos y supuestas "incorrecciones" lingüísticas de todo tipo. La lógica genérica es de tipo 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 pandereta, alegría y arte, con habitantes abiertos, atrasados, vagos y siempre dispuestos a una buena fiesta.

De la trilogía de cortometrajes *Mi señora*, el primero de ellos cuenta con aproximadamente medio millón de visitas en *YouTube* (http://www.youtube.com/watch?v=q25310aVV_0&NR=1&feature=fvwp), más de 15.000 visitas la segunda entrega de la trilogía (<http://www.youtube.com/watch?v=QYLvpPyQIN4>) y más de 20.000 la tercera (<http://www.youtube.com/watch?v=S9SpavFvZwM&feature=related>). 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. Para Rivadeneyra, 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 desafortunadamente, 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 a 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..."). En la segunda parte, el mismo actor interpreta a un ejecutivo de nivel social alto 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. Mientras corre su calenturienta imaginación, intenta aleccionar moralmente a su hija adolescente. Y 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.

Las producciones de Mundoficción son varios 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 festividades 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 propia página web de la productora (<http://mundoficciónproducciones.com/>). Los títulos más visionados son *Esto ya no es lo que era* (<http://www.youtube.com/watch?v=7e8w9HZgw9c&feature=related>) 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.



Ilustración 2. Página de *Mundoficción*

Con la intervención de los mismos actores, verdadera marca de fábrica de Mundoficción, el segundo cortometraje se titula *Aquello era otra cosa* (<http://www.youtube.com/watch?v=tU7LiBiBOic&feature=related>), que muestra una conversación entre Roque y Vladi, dos hippies anti-sistema debatiendo sobre los ideales del Mayo del sesenta y ocho, las revoluciones y las utopías antes 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. *Eso es así* (<http://www.youtube.com/watch?v=kyxjboYHvM8>), el tercer corto, Rafi y Fali critican a los “pensadores ilustrados” que alertan del cambio climático, alabando al *ABC* y a José M^a Aznar y los métodos de producción chinos antes de irse sin pagar las consumiciones del bar. También pueden encontrarse variaciones sobre los mismos personajes, como *Reflexiones veraniegas* (<http://vimeo.com/9380598>), tres conversaciones entre personajes muy distintos que pasan el verano en la misma playa, interpretado por los dos actores ya citados, o *Mensaje Navideño* (<http://www.youtube.com/user/mundoficcion?blend=1&ob=4>). Todos los cortometrajes de Mundoficción utilizan la parodia como base humorística, subrayando la comicidad a partir del uso de estereotipo (el “hippy”, el “pijo”, el “friki”...) en función de sus contradicciones. Los tópicos son la base de las conversaciones, pero el tratamiento paródico de los mismos les confiere nuevas lecturas y una dimensión cómica notable. Abundan elementos locales como los espacios fácilmente reconocibles (La Alameda de Hércules o el Bar Eme de la Puerta Osario en Sevilla), el paso de palio de la Esperanza Macarena, la lista de tapas de los bares o los capirotos de nazareno para perpetrar un atraco, combinados con temas tópicos de la actualidad (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 Andaluza!”; “si es q tenian q se sevillanosss..q arte tenemos los sevillanosssssss!!!”; “Pedaso de triunfaso. La sevillania la esensia, viva Sevilla kohone!!!!”

La serie *Niña repelente* puede verse en su propia página web (<http://www.niñarepelente.com>), además de en otras plataformas como *Vimeo*, *YouTube* o *Dailymotion*, incluso en numerosos blogs y 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 26.000 fans en total. Se trata de una producción de Frikibot, escrita y dirigida por José Antonio Pérez, que en abril de 2010 había estrenado seis 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 (los primeros con una duración de tres minutos, que poco a poco va aumentando hasta casi cinco de los dos últimos) muestra, en tono cómico, algún momento de la vida de Margarita, una niña de unos cinco años que vive con sus padres. Lejos de construir una niña tierna y algo revoltosa, José Antonio Pérez ha creado un personaje maleducado, irrespetuoso, grosero y verdaderamente perverso. 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 su adicción a los antidepresivos, por lo que nadie la toma en serio y hasta su hija la considera loca. Otros personajes habituales son la abuela, gruñona e insoportable, y el vecino Jorge Luis, un niño obeso y adicto a las telenovelas latinoamericanas, algo mayor que Margarita al que ésta llama “gorda”. 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” (<http://www.elcorreoweb.es/sevilla/081206/nina/repelente/novia/bart/simpson/vive/carambolo#comentarios>).



Ilustración 3. La serie *Niña Repelente* en YouTube

La serie muestra, siempre en tono de comedia, una familia peculiar, de clase media-baja y con un nivel cultural bastante escaso. Se recrea en algunos elementos reconocibles como tópicos, como el cuadro de la Virgen del Rocío, las playas de Huelva con los chiringuitos de sardinas, o los rellanos 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 americanos doblados en Latinoamérica.

La serie *Malviviendo* estrenó en 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 propia página de la serie (<http://malviviendo.com/>). Tiene un grupo en *Facebook* con más de 17.000 fans. Está realizada para su emisión en Internet por parte de la productora *Different* y la dirige David Sáinz, 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 ex-convictos). 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.



Ilustración 4. Página de la serie *Malviviendo*

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. En la serie domina el habla andaluza, aunque su protagonista principal tenga acento canario. 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 subtítulan de forma paródica. Y, abundando en el tema, en el capítulo quinto se critica la tendencia de muchos programas de televisión a subtítular a los personajes que hablan andaluz. Algunos elementos típicos como la figura del gorrilla, las expresiones y el acento andaluz son elementos localistas 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 homenajes a series de televisión y películas populares, desde *Los Soprano* a *Perdidos*, *Expediente X*, *Prison Break*, *La hora de Hitchcock*, *Sexo en Nueva York*, *South Park*, *Callejeros*, *28 semanas después*, *Trainspotting* o *Pulp Fiction*. Los elementos espaciales de la serie 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, en el capítulo quinto (“Callejosos”), una parodia del programa *Callejeros* de Cuatro, 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. 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 logrado 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.

1.1.6. Conclusiones

La imagen de Andalucía en el cine -y en la mayoría de los medios de comunicación- se ha caracterizado por numerosos elementos folklóricos llenos de superficialidad y con una serie de tópicos que han organizado un universo simbólico basado en este estereotipo que viene desde el Romanticismo. En esta imagen de Andalucía, lo rural se asocia a lo pasional, a lo emotivo: “el andaluz convierte sus emociones en un espectáculo del que él mismo disfruta, con la historia como escenario y la naturaleza como testigo” (Fernández Trevijano, 1999: 109). El folklore se asocia, asimismo, a rituales y fiestas populares, donde el cante y baile flamenco, los toros y lo religioso inunda el imaginario andaluz. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la imagen de Andalucía y de los andaluces instalada en el imaginario colectivo de los consumidores (nacionales o foráneos) 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. En gran parte de los casos la imagen de Andalucía -sobre todo la que se consolidó a partir del franquismo- ha dependido de productoras, directores y guionistas no andaluces.

El mundo del cortometraje y de las series ficcionales distribuidas a través de Internet aporta una mayor democratización en el audiovisual y la posibilidad de ampliar esa imagen estática y estereotipada abriendo un abanico de formas e identidades mucho más plural. Existen numerosas páginas de cortometrajes donde, a pesar de estar hechos en Andalucía y por autores andaluces, no se proyecta ningún tipo de imagen local, pudiendo parangonarse con otras obras de ficción de jóvenes de cualquier otra zona 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, en la producción de ficción que se difunde a través de Internet, podemos encontrar algunas obras donde se recurre al estereotipo, perpetuando la imagen de la Andalucía de pandereta, aunque no son las más profusas. Abundan, por otro lado, una serie de obras donde el sentido dramático de la tradición lorquiana deja paso a la sátira y la comedia juvenil, donde se muestra a unos personajes contestatarios, desocupados y a veces asociales. Se trata de 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.