

Trabajo Fin de Grado

La imagen de los andaluces en la ficción televisiva española. Estudio de caso: *Allí abajo*

Autor/es

Carlos Ramos de Francisco

Director/es

José Antonio Gabelas Barroso

Facultad de Filosofía y Letras
2015

Resumen

En la evolución de la ficción televisiva en nuestro país, los personajes andaluces han sido caracterizados frecuentemente con los adjetivos de alegres y extrovertidos, vagos, incultos y procedentes de una clase social baja, frecuentando puestos de trabajo como el de asistente del hogar, camarero o portero. Ante esta imagen, en 2005, el Partido Andalucista elevó una queja al Parlamento de Andalucía sobre la ridiculización del colectivo andaluz en las series de televisión nacionales. En el presente trabajo ponemos el foco de atención en la representación de los andaluces en la ficción televisiva española actual, concretamente en *Allí abajo*. La investigación, por medio de la técnica de análisis de contenido, se centra en demostrar si en esta serie hay una ruptura de viejos estereotipos o, por el contrario, se vuelven a prácticas anteriores en la construcción de personajes de la comunidad sureña. Los resultados evidencian que *Allí abajo*, en términos generales, caracteriza a los personajes andaluces bajo estereotipos positivos y huye de los negativos, sin traspasar la línea que separa lo humorístico de lo caricaturesco.

Palabras clave: andaluces; personajes; estereotipos; ficción televisiva; series españolas

ÍNDICE

1. <u>Introducción</u>	4
1.1 Justificación del tema _____	4
1.2 Objetivos e hipótesis planteadas _____	5
2. <u>Marco teórico</u>	7
2.1 Aproximación al concepto de estereotipo y sus funciones _____	7
2.2 Tipología de los estereotipos _____	9
2.2.1 Estereotipos regionales andaluces _____	11
2.3 Estereotipos y medios de comunicación de masas _____	14
2.3.1 Estereotipos y construcción de personajes de ficción _____	14
3. <u>Marco contextual</u>	16
3.1 Andaluces en el contexto de las series televisivas españolas _____	16
3.1.1 La hegemonía de TVE en la ficción serial española (1956-1990) _____	16
3.1.2 Las nuevas ficciones en el marco de competencia televisiva (1990-1995) _____	17
3.1.3 El boom de las series profesionales y familiares (1995-1999) _____	18
3.1.4 La irrupción de los reality shows (1999-2002) _____	18
3.1.5 La vuelta a la época dorada de la ficción nacional (2002-2006) _____	19
3.1.6 Últimas tendencias en el sector (2006-2015) _____	21
4. <u>Metodología empleada</u>	24
5. <u>Estudio de caso: Allí abajo</u>	26
5.1 Ficha descriptiva de la serie _____	26
5.2 Descripción de los personajes andaluces _____	27
5.3 Análisis de resultados _____	29
5.3.1 Rasgos físicos _____	29
5.3.2 Rasgos sociológicos _____	31
5.3.3 Rasgos psicológicos y de conducta _____	33
5.3.4 Rasgos culturales y lingüísticos _____	36
6. <u>Conclusiones</u>	39
7. <u>Bibliografía</u>	41
8. <u>Anexos</u>	44

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del tema

La televisión ocupa el puesto número uno en el ranking de los medios de comunicación elegidos por los españoles a la hora de informarse y entretenerse. Según los datos aportados por Barlovento Comunicación (2015), en septiembre de este año, el consumo de televisión medio de un español superaba los 225 minutos; unos índices mucho mayores que los que dedicamos a leer la prensa o a escuchar la radio. Dentro del espectro televisivo, según las investigaciones de FAPAE (2014)¹, las series de ficción también se han hecho un hueco en los hogares españoles. Las industrias de producción de ficción televisiva han sabido adaptarse a las exigencias del público, que busca en la ficción local un medio con el que pasar un rato en familia y evadirse. Así, las series televisivas superan los índices de audiencia medio de los canales en los que se emiten, siendo el género más producido (30,8%), por encima de los informativos, tal y como recoge el *Anuario 2015 de las Artes escénicas, musicales y audiovisuales*, elaborado por SGAE.

La ficción audiovisual atraviesa por buenos momentos. Como género de televisión, uno de los medios de comunicación de masas, cumple una función social y formadora de opinión pública. Los contenidos que nuestra a los televidentes, los guiones, los elementos narrativos y el proceso de construcción de los personajes repercuten enormemente en la imagen que el público dibuja de un colectivo o de determinados grupos.

En ese proceso de representación de colectivos, la comunidad andaluza, el tema central de nuestra investigación, ha sido personificada bajo los estereotipos que les han atribuido a los andaluces desde prácticamente el SXVII. Desde su consolidación en los años noventa, la ficción televisiva ha mostrado en la pequeña pantalla a personajes andaluces de una forma ridiculizada y caricaturesca, sesgada y alejada de la realidad, que han despertado las risas de algunos y las quejas de otros.

De este modo, resulta interesante emprender una investigación sobre cómo se representan a los andaluces en la ficción televisiva actual. La elección tanto de la serie *Allí abajo* como de los andaluces representados en la misma no es casual. En primer lugar, el éxito cosechado por el film *Ocho apellidos vascos* en 2014 abrió de nuevo la puerta a la explotación de los tópicos andaluces y vascos como vehículo para hacer humor. En segundo lugar, es de las primeras veces en la historia de la ficción televisiva española en la que un andaluz asume el rol de personaje protagonista de la serie y, a su vez, que sean

¹ FAPAE: acrónimo de Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles

más de dos los personajes de esta comunidad que componen el reparto también es una novedad. En tercer lugar, las audiencias cosechadas superan los 4 millones de espectadores, copándose con los primeros puestos en el ranking de series más vistas en el momento de su emisión.

Por último, el tema de los estereotipos en el marco de la psicología social y en relación con los medios de comunicación en general y la ficción televisiva en particular es un campo que pocos investigadores en materia de comunicación han explotado.

Los estudios más relevantes, que nos han servido para fundamentar nuestro marco teórico y contextual, son los de Elena Galán Fajardo (2006) y los del Grupo Spectus (2004) que dedican propuestas para analizar estereotipos en los personajes de ficción. En cuanto a la representación de los andaluces en la pequeña pantalla, el artículo de opinión de Aguilar (2006) en la obra *Dos siglos de imagen de Andalucía*, el estudio de Teruel y Rodríguez (2005) sobre los andaluces en la telerrealidad, las aportaciones de Gordillo (2012) acerca de la autorrepresentación del andaluz en las web series y la investigaciones de Ruiz Muñoz (2008, 2010) sobre las mujeres andaluzas en el cine y la televisión han servido de base para configurar el objeto de la investigación y el estudio de caso posterior.

Las investigaciones en las que se relaciona estereotipo-ficción televisiva han versado, en su mayoría, sobre la representación del colectivo inmigrante en la ficción nacional, como el artículo *La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva actual: Los casos del Comisario y Hospital Central. Una propuesta de análisis*, de Galán Fajardo (2007), o la tesis de María Marcos (2013), titulada *La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de prime time*; del colectivo LGTB, como la investigación *El lesbianismo en las series de ficción televisiva española*, de González de Garay (2013); del colectivo juvenil, como la obra de Lacalle (2014), *Jóvenes y ficción televisiva: Construcción de identidad y transmedialidad*; o, en general de los estereotipos de género centrados especialmente en la serie *Aída*, como los estudios de Calvo, *Estereotipos femeninos en la decadencia económica: El paradigma de Aída y su utilización del humor*, y de Ramírez Alvarado (2012): *El hombre adulto en las series de ficción televisiva española: estereotipos en la serie Aída*.

1.2 Objetivos e hipótesis planteadas

El objetivo central de la presente investigación, como ya hemos perfilado en los párrafos anteriores, se centra en demostrar cómo son representados los personajes andaluces en la serie *Allí abajo*. De este objetivo central se desprenden otros objetivos más específicos necesarios para alcanzar esa meta prioritaria de la investigación:

- 1- Definir el concepto de estereotipo en el marco de la psicología social y de la comunicación, así como profundizar en el papel que juega éste en la construcción del personaje de ficción.
- 2- Establecer un cuadro- resumen de los estereotipos regionales de los andaluces, a través de los estudios sociológicos de autores reconocidos en la materia, que nos sirva como base para la realización del estudio de caso.
- 3- Realizar un breve resumen de la historia de la ficción televisiva española y visibilizar cómo han sido representados los personajes andaluces en este contexto de ficción para ver más claramente las diferencias y semejanzas con respecto a la caracterización que se realiza del andaluz en *Allí abajo*.

La hipótesis central es que *Allí abajo* recurre al estereotipo en el proceso de construcción de los personajes andaluces y se refleja en una multitud de elementos narrativos presentes en la serie. De ésta se desglosan otras más concretas:

1. A pesar de explotarlos, *Allí abajo* rompe con viejos estereotipos caricaturescos que se le han atribuido al personaje andaluz de ficción: vago, nivel cultural bajo y bajo extracto social. En otras palabras, la serie recurre a los estereotipos desde una vertiente humorística, sin superar la línea del prejuicio y la discriminación.
2. El número de estereotipos positivos sobre los andaluces serán mayores que los negativos. Los adjetivos más marcados que se le atribuyen a los personajes de esta comunidad sureña en la serie de ficción son los de alegres, extrovertidos, serviciales y trabajadores.
3. Los distintos rasgos que caracterizan a los personajes representan, en cierta medida, a la sociedad andaluza actual.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Aproximación al concepto y funciones del estereotipo

La RAE define estereotipo como “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o categoría social con carácter inmutable”. El término de estereotipo, tal y como afirma Brigham (1971), citado en Gómez (2003: p.124) ha sido definido por una multitud de investigadores de la psicología social, pero no se ha llegado a un acuerdo tácito sobre sus funciones e importancia, dado que cada autor expuso su aproximación al concepto en función de sus intereses y necesidades, destacando unos rasgos u otros.

Varios estudiosos en la materia de los estereotipos atribuyen el nacimiento de este término a Walter Lippman en su obra *Public Opinion*, en la que definió los estereotipos como “imágenes mentales” (Lippman, 1922: p. 65). Para Lippman, siguiendo a Cano Gestoso (1993), los estereotipos median entre nosotros y el mundo que nos rodea:

“Suponen un alejamiento de la realidad, es en cambio un alejamiento inevitable. Al no existir una alternativa acertada o exacta, el estereotipo no puede ser considerado por lo tanto un sesgo o un error, sino como una forma natural de percepción” (Cano, 1993:p. 22)

La conceptualización de Lippman a principios de los años veinte, en la que ya atribuía al estereotipo un carácter simplificador y economizador del mundo, sentó las bases de las líneas de investigación de diversos psicólogos sociales en relación a este concepto.

Dentro de sus atribuciones más concretas, varios autores han afirmado que el estereotipo, como proceso cognitivo, está ligado al prejuicio. Por prejuicio entendemos “un juicio previo o una pre-comprensión a la que se llega antes de que se recoja o examine la información pertinente y que por lo tanto se basa en razones inadecuadas o incluso imaginarias” (Klineberg, 1968: p.439). Uno de los máximos exponentes que expusieron esta correlación fue Gordon Allport en su obra *The nature of prejudice* (1954) para quien el estereotipo es una “creencia exagerada hacia una cierta categoría. Su función es justificar (racionalizar) nuestra conducta en base a una categoría” (p. 191). En otras palabras, para Allport, el estereotipo actúa como un mecanismo defensivo y justificador de la hostilidad que depositan ciertos grupos sociales hacia otras categorías opuestas. Es lo que se conoce como proceso de categorización.

Las ideas expuestas por Allport serían retomadas por Tajfel en sus obras *Aspectos cognitivos del prejuicio* (1969) y *Grupos humanos y categorías sociales* (1984), quien define el estereotipo como la “atribución de características psicológicas generales a

grupos humanos grandes” (Tajfel 1984: p.173). Según Tajfel (1984), el estereotipo surge de un proceso de categorización, de una tarea de simplificación y sistematización que el individuo realiza de la información de su entorno. El ser humano, como ente social, se adscribe a un determinado grupo y describe al resto de grupos, los exogrupos², en base a unos rasgos generalistas, basados en el desconocimiento y la distorsión, a los que les pretende dar cierta coherencia con el fin de preservar su rol dentro del grupo y el estatus quo del mismo. Esto lleva, de forma casi inevitable, a que los prejuicios y la hostilidad afloren en las relaciones intergrupales.

Ya entrados en la década de los noventa y principios del S.XXI, el concepto de estereotipo ha seguido objeto de investigación por parte de una gran cantidad de estudiosos, llegando a conclusiones muy similares a las expuestas por sus referentes anteriores. Los psicólogos australianos Quin y McMahon (1997) recurren de nuevo a la característica simplificadora del estereotipo: “Es una imagen convencional que se ha acuñado para un grupo de gente. Esto convierte al estereotipo en una forma simple de pensar sobre la gente, ya que podemos considerarla en términos de imágenes acuñadas” (p.137). Para ellos, el estereotipo facilita los procesos comunicativos, puesto que la sociedad, al estar familiarizada con esa imagen mental que se hace de una comunidad, un sexo o una raza, incluye esos estereotipos prefijados en su discurso oral y escrito. (Quin y McMahon, 1997) Esta teorización también fue acuñada por Roberto Aparici, para quien el estereotipo es “una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple”. (Aparici, 2010: p.48)

En cuanto a las funciones de los estereotipos, como ya hemos vaticinado en los párrafos anteriores, siguiendo a Gómez (2003), en base a las aportaciones de Vicente (1999), se clasifican atendiendo a su cualidad individual o social:

Tabla 1: Funciones de los estereotipos

FUNCIONES INDIVIDUALES	FUNCIONES SOCIALES
<p>1- Facilitar la identidad social del individuo, es decir, aceptar el estereotipo sobresaliente en el grupo para conseguir la integración y aceptación grupal. (Tajfel, 1972)</p> <p>2- El favoritismo endogrupal: La tendencia a mantener una imagen</p>	<p>1- Función ideológica: Esta función lleva a adscrita otras tres: explicación de acontecimientos a gran escala, la justificación de acciones cometidas contra el exogrupo y la definición del endogrupo bajo atributos positivos y al exogrupo bajo los negativos. (Vicente, 1999)</p>

² Por endogrupo entendemos el propio grupo. Por exogrupo, los grupos a los cuales nosotros no pertenecemos.

positiva del endogrupo y una negativa del exogrupo (Tajfel, 1984)	
3- La diferenciación categorial: La conducta de los individuos del exogrupo es explicada solo en base a los estereotipos que se le aplican. (Taylor, 1978)	2- Función despersonalizadora: El estereotipo conduce a una deshumanización del individuo, al limitar su imagen como sujeto individual a los rasgos atribuidos al grupo. (Zimbardo, 1970)
4- Predicción y explicación de la conducta: Los estereotipos sociales, aunque sean carentes de verdad, estimulan respuestas y conductas. (Gómez, 2003: p. 143)	
5- Justificación de la hostilidad hacia el grupo estereotipado	

Elaboración propia. Fuente: Gómez (2003)

2.2 Tipología de los estereotipos

En términos generales, los estereotipos pueden ser positivos, negativos o un híbrido entre ambos, dependiendo de la perspectiva desde la que se interpreten. Siguiendo a Contreras: “Un estereotipo positivo describe favorablemente y valora atributos idénticos en conjunto, los cuales son distintivos de otros grupos. Un estereotipo negativo describe características desventajosas del mismo y del grupo.”(Contreras, 2015:p.1). Relacionado con ello, desde una posición social, se puede distinguir entre auto-estereotipos -aquellos que nosotros vinculamos a nuestro grupo, están instaurados en nuestra mente como un atributo definitorio de nuestra comunidad grupal- y hetero-estereotipos, aquellos que asignamos a otras categorías.

Dentro de esta división general, los estereotipos se pueden subdividir en diferentes tipos atendiendo a una serie de variables:

Tabla 2: Tipología de los estereotipos

VARIABLE	ESTEREOTIPOS	EJEMPLOS
Variable étnico racial	-Estereotipos étnicos: “Es una generalización hecha acerca de un grupo étnico referente a la atribución de un rasgo que se considera injustificado para el observador” (Brighman,1971) en Gómez (2003). Normalmente están ligados a la raza o color de piel del grupo estereotipado.	Estereotipo positivo: Todos los negros son buenos corredores Estereotipo negativo: Todos los gitanos son ladrones.
Variable de género/sexo	-Estereotipos de género: “Manifiestan la distribución	Estereotipos positivos: Las mujeres son buenas

	de los roles entre hombres y mujeres en la sociedad. Ello hace que en los contactos sociales los miembros de ambas categorías pongan en juego atributos o tipos de conductas atribuidas al rol.” (Eagly, 1984, citado en Gómez, 2003: p. 136)	organizadoras de la vida familiar. Los hombres son fuertes. Estereotipos negativos: Las mujeres son frívolas. Los hombres solo piensan en fútbol y beber cerveza.
Variable generacional	-Estereotipos de la vejez y de la juventud, ligados a la atribución de ciertas características por la edad.	Estereotipos positivos: Todos los ancianos son sabios, todos los jóvenes tienen vitalidad. Estereotipos negativos: Los ancianos tienen muy mala memoria, los jóvenes no hacen más que fumar y beber.
Variable religiosa/cultural	Estereotipos ligados a la cultura y a la religión	Estereotipo positivo: El catolicismo es la verdadera religión. Estereotipo negativo: Todos los pertenecientes al Opus Dei son sectarios.
Variable político-social	Estereotipos generalizables por la clase social del grupo, que normalmente se asocia al favoritismo por determinado partido político	Estereotipo positivo: Todos los votantes de izquierda donan alimentos y acuden a manifestaciones. Estereotipo negativo: Todos los ricos son especuladores, corruptos y votantes del PP.
Variable de aspecto físico	Estereotipo ligados a la belleza y aspecto físico normalmente atribuidos a mujeres	Estereotipo positivo: Todas las modelos tienen un cuerpo casi perfecto. Estereotipo negativo: Todas las rubias son tontas.
Variable profesional	Estereotipos ligados al trabajo desempeñado	Estereotipo positivo: Todos los psicólogos son empáticos. Estereotipo negativo: Todos los funcionarios son unos vagos.
Variable nacional y regional	Estereotipos ligados al lugar de origen del grupo (país o región)	Estereotipo positivo: Todos los japoneses son trabajadores. Estereotipo negativo: Todos los rusos son borrachos.

Elaboración propia. Fuentes: Gómez (2003) y Romero (2012)

2.2.1 Estereotipos regionales andaluces

Los estereotipos de las distintas comunidades que componen el territorio nacional son definidos como “el conjunto de adjetivos utilizados para describir a cada uno de tales grupos de un modo estadísticamente significativo”. (Sangrador, 1996: p.104).

Sangrador (1996), en su estudio sociológico *Identidades, Actitudes y Estereotipos en la España de las autonomías*, elaboró unas líneas de medición de los rasgos estereotípicos por medio de muestras nacionales para determinar los adjetivos descriptivos en orden decreciente, en términos de porcentajes, que se atribuyen los miembros de un grupo regional (auto-estereotipo) y los que le atribuyen los residentes de otras comunidades autónomas (hetero-estereotipo). En el caso concreto de los andaluces, los adjetivos más utilizados entre la muestra seleccionada reflejaron esa imagen endogrupal del andaluz alegre y extrovertido. Sin embargo, ese favoritismo del propio grupo choca con los hetero- estereotipos asignados, que tienden a ser más negativos.

Tabla 3: Estereotipos de los andaluces

ESTEREOTIPOS	%	PORCENTAJES EN EL	
		Autoestereotipo	Heteroestereotipo
Alegres	46,1	43,9	46,7
Abiertos	26,8	30,3	25,9
Graciosos	25,3	20,6	26,4
Juerguistas	20,7	15,1	22
Amables	18,6	23,8	17,4
Exagerados	13,4	13,4	13,4
Charlatanes	11,3	5,5	12,6
Vagos	8,8	2,0	10,4
Cariñosos	8,5	12,2	7,7
Sencillos	8,3	12,7	7,3
Bebedores	6,6	6,5	6,7
Religiosos	6,5	6,9	6,4
Vivos	4,4	3,2	4,7
Chapuceros	4,4	2,0	4,9
Incultos	3,6	1,0	4,2

Elaboración propia. Fuente: Sangrador (1996)

En base a la investigación de Sangrador (1996), Moya y Rodríguez (1998) estudiaron los estereotipos que 1193 andaluces tienen de sí mismos. Los resultados de la evaluación, tal y como se muestra en el gráfico que presentamos a continuación, desvelaron que los

rasgos que los andaluces señalan como definatorios de los habitantes de su región son similares a los que le atribuyen residentes de otras regiones.

Los resultados apoyan la controvertida hipótesis del “fondo de verdad” en los estereotipos: el estereotipo andaluz refleja de alguna manera la forma de ser de los andaluces. (...)No obstante, podría ser perfectamente posible que cuando los andaluces se describen a sí mismos, lo que hacen es no decir cómo son ellos realmente, sino que, al igual que otros españoles, se limitan a aplicar el estereotipo difundido sobre su grupo. (Moya y Rodríguez, 1998: p. 44)

Tabla 4: Atributos asociados a los andaluces y frecuencia de asociación al resto de grupos ³

ATRIBUTO EN %	AND	VAS	GALL	CAS	CAT	ESP	TOTAL
JUERGISTAS	46,10	2,51	1,76	2,35	1,09	24,73	13,09
GRACIOSOS	38,31	1,34	5,26	2,1	0,67	7,29	9,16
ABIERTOS	30,85	1,01	8,47	3,26	0,84	19,53	10,66
Amantes de su tierra	30,34	41,83	28	19,28	23,39	35,29	29,69
ALEGRES	29,5	0,84	3,18	1,34	0,17	20,87	9,32
Hospitalarios	24,64	6,03	14,75	12,24	1,00	27,74	14,4
EXAGERADOS	22,98	5,03	1,84	0,92	1,59	3,02	5,90
VIVOS	18,11	1,34	2,68	3,69	0,33	9,64	5,96
SERVICIALES	14,84	1,17	9,22	7,21	0,67	12,57	7,61
Apasionados	14,58	4,44	2,18	1,42	0,08	21,04	7,29
Honrados	10,9	3,52	13,5	8,97	1,42	9,72	8,0
Tradicionalistas	9,81	12,99	17,85	12,15	4,27	13,16	5,28
Trabajadores	9,4	10,81	12,91	8,13	29,34	13,83	12,73
Religiosos	9,05	1,76	12,91	9,56	1,76	16,76	8,63
Bebedores	8,97	4,86	2,09	2,26	0,33	9,39	4,65
VAGOS	8,63	0,59	1,26	0,75	3,02	5,53	3,30
Amables	7,96	1,1	12,41	9,64	0,42	8,05	6,6
Ind. Dispersión	8,8	17,72	16,93	21,67	10,53	14,93	

Elaboración propia. Fuente: Muñoz y Rodríguez (1998)

Los rasgos estereotipados auto percibidos por los propios andaluces continuó siendo objeto de estudio en el SXXI. CEA (Centro de Estudios Andaluces) elaboró un informe (2006) sobre las continuidades y los cambios en los estereotipos y las autopercepción que tenían los andaluces de ellos mismos en los inicios de siglo por medio de 3200 encuestas telefónicas repartidas de forma equitativa entre las ocho provincias de la comunidad andaluza realizadas entre el 24 de mayo y el 20 de junio de 2006. De acuerdo a los datos

³ AND: Andaluz; VAS: Vasco; GALL: Gallego; CAS: Castellano; CAT: Catalán; ESP: Español. Los atributos puestos en mayúscula designan los estereotipos de los andaluces según el estudio, ya que presentan un porcentaje mucho mayor que en el resto de regiones españolas.

aportados, el andaluz se sigue viendo como una persona amable, alegre, abierta, simpática y religiosa. No obstante, se observan algunos cambios:

“Emergen como nuevas perspectivas y tendencias estereotípicas propias del carácter andaluz otras como pueden ser las de “trabajador”; “honrado”; y/o “responsables”. En este mismo sentido, la tolerancia y la solidaridad aparecen como aspectos que se perciben con fuerza en el imaginario estereotípico del andaluz actual”. (CEA, 2006: 3)

Tabla 6. Autopercepciones de los andaluces en los inicios del SXXI

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Abiertos	547	17,1	18,4	22,4
	Alegres	474	14,8	16,0	40,5
	Trabajadores	367	11,5	12,4	82,3
	Buenas personas	285	8,9	9,6	52,5
	Simpáticos	243	7,6	8,2	68,4
	Amables	118	3,7	4,0	4,0
	Agradables	71	2,2	2,4	42,9
	Acogedores	65	2,0	2,2	24,6
	Hospitalarios	62	1,9	2,1	57,7
	Tranquilos	59	1,8	2,0	97,5
	Graciosos	52	1,6	1,7	55,7
	Conformistas	42	1,3	1,4	53,9
	Sencillos	39	1,2	1,3	60,2
	Sociables	47	1,5	1,6	70,0
	Juerguistas	43	1,3	1,4	100,0
	Optimistas	34	1,0	1,1	58,9
	Con arte	33	1,0	1,1	94,4
	Solidarios	33	1,0	1,1	95,5
	Honestos	27	,8	,9	98,4
	Seviciales	5	,2	,2	98,6
	Otros	326	10,2	11,0	93,3
	Total	2970	92,8	100,0	
Perdidos	Sistema	230	7,2		
Total		3200	100,0		

Fuente y elaboración: CEA (2006)

2.3 Estereotipos y medios de comunicación de masas

En base a las teorías de aprendizaje social, la influencia de determinados agentes sociales, como la familia, el entorno en el que vivimos y los medios de comunicación de masas influyen notablemente en la recepción de ciertos estereotipos y prejuicios hacia ciertos grupos. (Gómez, 2003).

Como apuntan Quin y MacMahon (1997), la sociedad crea los estereotipos y los medios de comunicación se convierten en el salvoconducto para difundirlos. En palabras de Galán, “el estereotipo se transmite, se reafirma y refuerza muy frecuentemente a través de los medios de comunicación de masas, cuyas imágenes se alzan como muros entre la realidad y los individuos”. (Galán 2006: p. 63).

No hay que olvidar que los medios, como industria de mercado, buscan un beneficio económico que se traduce en números de audiencia. El sujeto ya no se muestra impasible ante la información recibida por los mass media, sino que ahora exhibe una postura activa en la codificación de los mensajes. Así, los medios, según Grupo Spectus, encuentran en los estereotipos “un estupendo envoltorio que selecciona, compone y embala una construcción de la realidad desde unos intereses y privilegios” (Grupo Spectus 2004: p.136). De este modo, desde los distintos soportes mediáticos, se usaran los estereotipos como una manera de optimizar tiempo y esfuerzo; un método de simplificación y distorsión de la realidad social para que el público “identifique y reconozca los géneros” (Galán, 2006: p. 63) con mayor facilidad.

A estas mismas conclusiones llega Alfeo (2011) en su investigación titulada *Análisis narratológico y sociedad representada: los personajes LGTB⁴ en el cine*, para quien en los discursos televisivos y cinematográficos, en términos narrativos, se hace uso de los estereotipos como “fórmulas que incrementan la eficacia comunicativa allanando el camino, aportando información adicional sobre la que ya no es necesario extenderse y que permite a emisor y receptor centrarse en el meollo de la cuestión”. (p. 63)

2.3.1 Estereotipos y construcción de personajes de ficción

Si en la televisión los estereotipos ya eran un mecanismo usado frecuentemente para discernir la información principal y facilitar al espectador una comprensión más rápida de los mensajes que le están transmitiendo, en el género de ficción audiovisual “esta categorización se acrecienta, ya que el tiempo que disponen los espectadores para

⁴ LGTB: colectivo que representa a las lesbianas, gays, transexuales y bisexuales.

reconocer a los personajes y otorgarles rasgos de personalidad no suele superar la hora y media”. (Galán, 2006: p. 64). De acuerdo a lo afirmado por Marcos (2013), los guionistas y productores, en el proceso de caracterización de los personajes en la ficción, se enfrentan a una ardua tarea que exige claridad a la hora de determinar las razones por las cuales ese determinado individuo ficticio se comporta de esa manera en el transcurso de la narración, de forma que el telespectador lo conciba de una forma coherente. Por ello, es usual recurrir al estereotipo, como ya hemos aproximado, puesto que, la generalización de los rasgos físicos, psicológicos y de conducta de determinados estratos sociales como los jóvenes, las mujeres, las minorías étnicas o el colectivo homosexual, entre otros, resta trabajo tanto al guionista como al receptor de los contenidos. A su vez, los ambientes y los escenarios en los que se mueven esos personajes a la largo de la trama argumental también tienen claros signos estereotípicos. (Grupo Spectus, 2004).

No obstante, como apunta Galán, esa continúa reiteración de ciertos atributos a la hora de caracterizar al personaje “perpetúan ciertas imágenes estandarizadas y convencionales, a menudo cargadas de connotaciones negativas” (Galán 2006: p.77). Por lo tanto, la televisión encuentra en las historias de ficción televisiva una vía para influir en la opinión pública y en el imaginario social en relación a un determinado grupo. Los espectadores, sumados en un cambio tecnológico, donde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han sido sustituidas por las TRIC (Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación), que ha supuesto la entrada del Factor Relacional en el contexto mediático, conversan sobre las interpretaciones personales que hace de los contenidos que consumen. (Marta, Gabelas & Aranda, 2012). De este modo, cuando se presenta un determinado colectivo en las series de televisión totalmente estereotipado, el individuo como “perceptor crítico, que interacciona de manera multidimensional para convertirse en un sujeto concienciado, participe y actante” (Gabelas & Marta, 2012) acentúa y expresa, en ocasiones, la postura dominante del endogrupo frente a las categorías marginales.

3. MARCO CONTEXTUAL

3.1 Andaluces en el contexto de las series de televisión españolas

La representación del habitante de la comunidad andaluza en la evolución de la ficción televisiva nacional ha estado marcada por el uso de los estereotipos regionales a la hora de construir y dibujar su carácter, incidiendo más en aquellos rasgos catalogados de negativos: vagos, incultos, exagerados, bebedores y con frecuentes incorrecciones léxicas a la hora de expresarse oralmente. Parafraseando a Ruiz Muñoz (2010), el formato de ficción televisiva ha servido de puente para explotar todavía más los estereotipos andaluces que ya se habían asentado en el imaginario colectivo dada la recurrente difusión que se había hecho de ellos en la literatura histórica, en el cine del siglo pasado y en el teatro, especialmente en las obras de los hermanos Álvarez Quintero. Estas afirmaciones quedan contempladas en el *Barómetro Audiovisual de Andalucía* (2013), elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía, el cual muestra que para los residentes sureños:

“Lo peor de la imagen que se proyecta de Andalucía es la caracterización de sus habitantes en los medios como “vagos” (21%). En segundo lugar, y con porcentajes parejos, se citan la atribución de falta de cultura (13,8%) y la excesiva carga folclórica de los contenidos (13,1%).” (Consejo Audiovisual de Andalucía, 2013: p.113)

3.1.1 La hegemonía de TVE en la ficción serial española (1956-1996)

Las primeras producciones de ficción televisiva en España datan de 1956, iniciándose una etapa monopolista de TVE. Esta cadena de televisión asumió un rol activo y pionero en la estandarización de las primeras series de ficción en nuestro país (Diego, 2010). En palabras de García de Castro (2002), la década de los cincuenta y principios de los sesenta, la denominada Edad de Oro del género dramático, la cadena pública apostó por el conocido como *teleteatro* y las novelas seriadas.

En base a lo argumentado por Palacio (2001) en Diego (2010), ante los bajos índices de audiencia cosechados por estos programas de ficción, la imposibilidad de que tuvieran circulación internacional y las transformaciones en los sistemas de producción, la televisión española comenzó a explotar en los años sesenta hasta finales de los ochenta dos nuevos géneros : las miniserias basadas en adaptaciones literarias o biográficas como *Teresa de Jesús* (1984) o *Los Pazos de Ulloa* (1975) y las series dramáticas: *Crónicas de un pueblo* (1971), *Curro Jiménez* (1974) o la emblemática *Verano Azul* (1981).

Curro Jiménez fue uno de los personajes andaluces más representativos en la pequeña pantalla. Tal y como apunta García de Castro, la serie, del género western, recreaba el bandolerismo andaluz del SXIX, donde la figura de Curro representó ese bandido generoso, dado a los demás, que logró “encontrar la simpatía y la identificación con el público, lo que permitió afianzar la afición por productos españoles que millones de espectadores concedían a las series americanas y francesas.” (García de Castro 2002: p.72)

Palacio sostiene que Curro Jiménez recreaba de forma didáctica un pasaje histórico. La ambientación en esta comunidad española y el hecho de que el personaje fuera andaluz no es fruto de la casualidad, sino que guarda relación con el momento en el que se produce la serie: la Transición Española:

“A lo mejor lo que ocurre es que en la batalla de la imágenes, decisiva para la consolidación democrática, las necesarias operaciones realizadas de un imaginario nacional democrático, modélicamente representado en la figura de Curro Jiménez, encontraron en Andalucía el caldo de cultivo y el espacio simbólico más adecuado para la transmisión de los nuevos valores”. (Palacio 2002: p. 3-4)

3.1.2 Las nuevas ficciones en el marco de competencia televisiva (1990-1995)

En los años 90, TVE pierde totalmente su hegemonía en la producción de ficción televisiva en España. A la liberalización de RTVE y el nacimiento de las cadenas autonómicas en 1983, se le suma, en 1990, el surgimiento de las primeras cadenas de televisión privadas: Antena 3 y Telecinco. Como apunta Diego, “la instauración de un nuevo régimen de competencia transformó los hábitos de producción, el reparto publicitario y el sistema de producción televisiva. La década de los noventa supuso el despegue definitivo del desarrollo de la industria de ficción nacional” (Diego 2010: p.51). Entre ellas, algunas que cosecharon altos índices de audiencia, mezclando dosis de realidad y ficción, fueron *Pepa y Pepe* (1994, TVE), *Historias de la puta mili* (1994, Telecinco), *Farmacia de Guardia* (1991) y *Los ladrones van a la oficina* (1993), ambas producidas por Antena 3.

Es en esta última donde el personaje andaluz bajo atributos estereotipados empieza a ser representado. Dos de sus personajes esporádicos, Lola y Lolita, interpretadas por Lola y Lolita Flores, camareras del bar donde se desarrolla toda la trama de la serie, respondían a la imagen de la andaluza gitana folklórica, graciosa, alegre, con una modalidad lingüística un tanto exagerada que reflejaba su bajo nivel cultural.

3.1.3 El boom de las series familiares y profesionales (1995-1999)

Las cadenas de televisión españolas, dados los altos índices de audiencia cosechados en el lustro anterior, empezaron a ver que la producción de ficción televisiva les podría reportar grandes ventajas: configurar la imagen de la cadena y altos beneficios económicos, dado su lento envejecimiento y la “posibilidad de venderlas a canales de pago naciones o a cadenas de televisión extranjeras” (Diego, 2010: p.83).

Se apostó así por el modelo de *dramamedia*⁵, que copó todo el prime time televisivo y despertó un efecto en cadena entre las distintas industrias de producción televisiva por confeccionar comedias familiares o profesionales con dosis melodramáticas. (García de Castro, 2003). Entre las más sobresalientes se encuentran *Médico de Familia* (1995, Telecinco), *La casa de los líos* (1995, Antena 3), *Hostal Royal Manzanares* (1995, TVE), *Manos a la obra* (1997, Antena3), *Periodistas* (1998, Tele5), *Compañeros* (1998, Antena3) y *Siete vidas* (1999, Tele5).

En este período hegemónico de la ficción televisiva española no faltaron los personajes andaluces. Siguiendo a Ruiz Muñoz y Sánchez Alarcón (2008), la mujer andaluza en la pequeña pantalla destacaba por un carácter costumbrista ya utilizado en el cine para representar a los habitantes de esta comunidad. Uno de las que más despertó tanto la simpatía como las quejas de los espectadores por su caracterización fue “la Juani”, la empleada del hogar gaditana de la familia Martín en *Médico de Familia*.

Interpretada por la madrileña Luisa Martín, Juani dejaba ver muchos de los atributos estereotipados negativos que han caracterizado a los andaluces: una mujer inculta, de baja clase social, religiosa, exagerada tanto en el acento como a la hora de expresar los sentimientos; bebedora, dadas las numerosas secuencias en las que aparece tomando un vaso de vino; y con claras raíces flamencas, que se podía apreciar en sus frecuentes dentales rojos con estampados florales. Como apunta Ruiz Muñoz, “detrás vinieron otras sureñas que remiten inequívocamente a los tópicos cinematográficos de antaño, como Ali (Esther Arroyo) en *Periodistas* (Tele5) o Laura (Paz Vega) en *Siete vidas* (Tele5)” (Ruiz Muñoz 2010: p. 193)

3.1.4 La irrupción de los reality shows (1999-2002)

Los tres años que abarcan esta etapa de ficción televisiva nacional se resumen en el acusado descenso de las series televisivas en prime time, debido, en primer lugar, al

⁵ La dramamedia es un modelo de ficción televisiva, heredado de Estados Unidos, en el que los contenidos mezclan dosis cómicas y dramáticas.

fracaso, en términos de audiencia, de sus predecesoras y en segundo lugar a la irrupción de los programas de telerrealidad⁶ en la parrilla televisiva: *Gran Hermano* (2000, Tele5) y *Operación Triunfo* (2001, TVE). (Diego, 2010)

Sobre estos dos reality shows, Teruel y Fernández (2005) emprendieron una investigación bajo el sobrenombre *Andaluces en la telerrealidad: la audiencia a través del estereotipo del andaluz anónimo* en el que, por medio de datos cuantitativos, determinaron el alto porcentaje que en estos programas había de participantes andaluces. Según ellos, las causas de este fenómeno se explican por:

“La facilidad de identificación con estos ciudadanos debido a su carácter periférico y a un estereotipo cuyas connotaciones negativas, paradójicamente, encajan en la dinámica de estos programas. Por ejemplo, especialmente en GH, estos defectos arquetípicos-vagos, incultos...- son características que provocan la diversión antes que el rechazo. En OT, el estereotipo del andaluz artista encaja con lo que se supone que el público espera.”

(Teruel y Fernández, 2005: p.6)

A pesar de este auge de los espacios de “realidad televisiva”, varias series producidas en este período inestable de ficción local consiguieron cierto éxito y lograron plantarles cara en la pugna por las audiencias. Entre ellas encontramos *El comisario* (2000, Tele5), *Ana y los 7* (2002, TVE) y *Cuéntame cómo pasó* (2001, TVE), la serie histórica protagonizada por la familia Alcántara que, catorce años después de la emisión de su primer capítulo, todavía se encuentra en antena.

TVE volvió a apostar por un personaje andaluz para representar a la empleada del hogar de una familia numerosa. En *Ana y los 7*, la caracterización física, psicológica y sociológica que se hizo del personaje de Manuela, interpretado por Aurora Sánchez, guardaba ciertas similitudes con Juani de *Médico de Familia*.

3.1.5 La vuelta a la época dorada de la ficción televisiva (2002- 2006)

Tras un período de relativa inestabilidad en el panorama de ficción televisiva española, los primeros años del SXXI supusieron un realce de este género televisivo en nuestro país, que, como sostiene Diego (2010), alcanzaron cuotas medias del 60% de la producción televisiva, emitiéndose un total de 128 series.

⁶ Fenómeno televisivo que abarca diferentes géneros televisivos, entre los que destacan los reality forms o factual forms, que “muestran personas reales llevando a cabo acciones o conversando sobre hechos que han ocurrido en la realidad” (Bienvenido León, 2009: p. 14)

La temática doméstica, familiar y profesional, con grandes dosis satíricas y humorísticas, fueron la nota dominante, en el que continuaron ficciones que ya se habían hecho un hueco en la programación televisiva de prime time, como *Cuéntame cómo paso* y *Ana y los 7* de TVE y se le sumaron nuevas comedias de situación de las distintas cadenas generalistas, como las reconocidas *Aquí no hay quien viva* (2003), *Mis adorables vecinos* (2005) y *Los hombres de Paco* (2005) en el caso de Antena 3; las triunfantes, en términos de audiencia, *Los Serrano* (2003) y *Aída* (2005), así como el primer espacio basado en sketches, *Camera Café* (2005), en el caso de Telecinco. Por último, entre las series más destacadas emitidas por TVE se encuentran *Con dos tacones* (2006) y su apuesta para la franja de entre-mesa: *Amar en tiempos revueltos* (2005).

El dibujo de la folclórica extrovertida, inculta, hospitalaria y exagerada continuó siendo el patrón principal en el mecanismo de representación de la mujer andaluza. Siguiendo a Ruiz Muñoz, entre los ejemplos más destacados se encontraría Choni, la hermana de Fiti en *Los Serrano*, humanizada por Pepa Aniorte, natural de Murcia. El perceptible acento murciano de la actriz, muy similar al andaluz, hizo creer erróneamente a muchos espectadores que el personaje procedía de esta región española. Además, “la estereotipada caracterización interna y externa de Choni era idéntica a la que habitualmente se les ha atribuido a las mujeres andaluzas” (Ruiz Muñoz, 2010: p.194). Un segundo ejemplo similar lo encontraríamos en Macu, la sobrina de Mauricio Colmenero en *Aída*, interpretada por la gaditana Pepa Rus. La modalidad lingüística andaluza de Pepa era idónea para un personaje de corte humorístico, que fue caracterizado bajo los adjetivos de paleta, ignorante y demás tintes peyorativos y estereotípicos prejuiciosos y grotescos, suponiendo “la elevación a la máxima potencia del arquetipo andaluz”. (Ruiz Muñoz, 2010: p.195)

En el caso de los personajes masculinos andaluces, la vaguería, la incultura, el carácter alegre y su buena fe fueron sus sellos de identidad. Tal y como enuncian varios autores, entre ellos Aguilar (2006), Emilio, el portero de la comunidad de vecinos de la comunidad de Desengaño 21 en *Aquí no hay quien viva*, al que le daba vida el cordobés Fernando Tejero, muestra estas atribuciones estereotipadas anteriormente citadas. Durante las 13 temporadas de la serie, mostró una personalidad vaga, eludiendo sus responsabilidades laborales para irse a tomar cervezas al videoclub contiguo al edificio; y un bajo nivel cultural, tal y como se demuestra en el diálogo donde él junto a su novia, su ex pareja y la nueva pareja de esta última juegan al Trivial tras una cena:

- **EMILIO:** *De que os reís tanto si ahora voy a acertar...4, uno, dos, tres, cuatro. Verde. ¿Eso qué es?*
- **BELÉN:** *Ciencias...Jolines....A ver, ¿cuál es el principio de Arquímedes?*
- **EMILIO:** *La A (todos ríen)*

Capítulo Aquí no hay quien vida 3x25 Érase una traición

Ante esta ridiculización y caracterización esperpéntica que se hacía del andaluz en la ficción local, en 2005, tal y como recoge el diario *El Mundo* (2005), el Parlamento andaluz aprobó por unanimidad la propuesta del parlamentario andalucista Antonio Moreno en la que se critica la representación del personaje andaluz en series como *Aquí no hay quien*, *Los Serrano*, *Ana y los 7*, entre otras. Según Moreno: “Los andaluces estamos siendo estereotipados, ridiculizados y exagerados por nuestra rica forma de hablar.” (12 de mayo de 2005, *El Mundo*). Este proceso de caricaturización negativa reiterada del colectivo de la comunidad del sur nos lleva a preguntarnos, como sostiene Aguilar: “Bueno, camareros, cocineros, sirvientas, porteros... todos son oficios dignos, pero ¿por qué han de ser siempre andaluces los que hagan de ellos en la pequeña pantalla?”. (Aguilar 2006: p.141)

Las telecomedias de éxito apuestan siempre por el andaluz pícaro y desahogado como una fórmula de despertar la risa del público, asignándoles papeles secundarios y profesiones adjudicadas en el imaginario colectivo español a personas de un extracto social bajo. “No hay en el imaginario que se va creando con estos programas ciudadanos andaluces que sean ingenieros de telecomunicaciones, médicos o investigadores de prestigio.” (Aguilar 2006: p.139)

3.1.6 Últimas tendencias en el sector (2006-2015)

La irrupción de las cadenas Cuatro y La Sexta en 2005 “fragmentan aún más la audiencia y complican el éxito y afianzamiento de los productos de ficción nacionales” (Diego, 2010: p. 165). Las tendencias, como bien señalan Puebla, Carrillo e Iñigo (2014) y Diego (2010) se pueden resumir de la siguiente manera:

- Auge de la *sitcoms*, definidas como “un formato de ficción que presenta personajes planos y estereotipados, ambientadas en situaciones cotidianas, familiares y actuales que son exageradas con un propósito cómico” (Puebla, 2012:p.16). Entre ellas destacan los sketches humorísticos *Escenas de Matrimonio* (2007, Tele5), *Padres* (2009, Antena3) o el actual *Gym Tony* (2015,

- Cuatro), así como series como *La que se avecina* (2007, Tele5), *Con el culo al aire* (2012, Antena3) o nuestro objeto de estudio, *Allí abajo* (2015, Antena3)
- Gusto por las series históricas, que como afirma Diego “implicaron un gran esfuerzo en las áreas de dirección artística “(Diego, 2010: p. 166). *Águila Roja* (2009, TVE) o *Isabel* (2012, TVE) son algunas de las más conocidas. A su vez, se produjo un resurgir de las miniseries biográficas de “dos o tres capítulos que recrean la vida de personajes públicos” (Puebla, Carrillo y García, 2012: p. 75) como la dedicada al artista Raphael- *Raphael, qué sabe nadie* (2011, Antena3)- a los actuales reyes de España- *Felipe y Letizia* (2010, Tele5)- o a la cantaora Isabel Pantoja: *Mi Gitana* (2012, Tele5).
 - Series dirigidas a un público más juvenil y adolescente de temáticas diversas:
 - o Ciencia ficción, donde enmarcamos *El internado* (2007, Antena 3), *Los protegidos* (2010, Antena3), *El barco* (2011, Antena3) y *El ministerio del tiempo* (2015, TVE)
 - o Profesionales, dedicadas especialmente al sector médico- *El síndrome de Ulises* (2008, Antena3) y *Doctor Mateo* (2009, Antena 3)- pero también al ámbito de la escuela – *Física o Química* (2008, Antena 3)- e incluso al periodístico: *B&B* (2014, Tele5)
 - o Familiares, entre las que se encuentra *La familia Mata* (2007, Antena3)
 - Las adaptaciones de series de éxito extranjeras. A modo de ejemplo, resaltar la producción de formato colombiano *Sin tetas no hay paraíso* (Tele5) o *La chica de ayer* (2009, Antena3).
 - Asentamiento de las telenovelas en el horario de sobremesa y tarde. *Amar es para siempre* (2013, Antena3) supone la continuación de la ya citada *Amar en tiempos revueltos* (2005, TVE). A ésta se le suma *El secreto del puente viejo* (2011, Antena3).
 - Aparición de las web series, como *Malviviendo*, *Bec@rios* o *Niña repelente*. Como estrategia comercial, tanto cadenas como productoras comienzan a buscar nuevas plataformas para difundir sus contenidos, más allá de la televisión, e “Internet es una de las más importantes” (Diego, 2010:p. 169). Definimos web serie como:

“Series de ficción creadas para ser emitidas por Internet. Se trata de una nueva forma de producción de ficción, dirigida a un nuevo público y emitida en un nuevo medio, que presenta características propias diferentes a las ofrecidas por las ficciones de los medios tradicionales.” (Hernández, 2014:p.1)

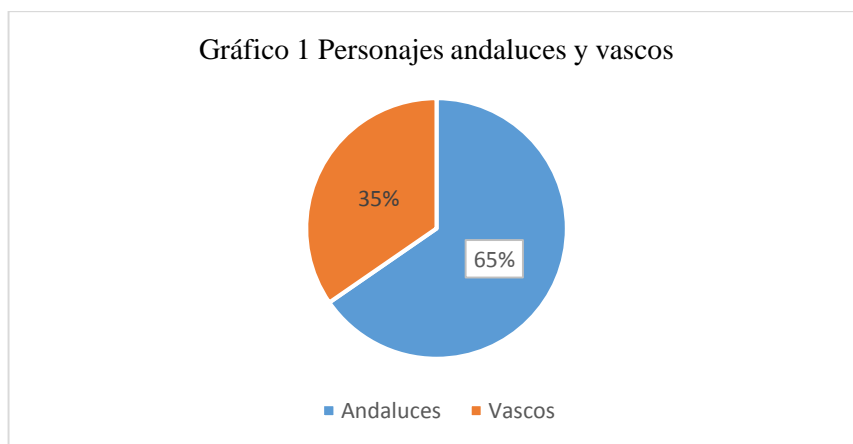
En este contexto, tras la aprobación de la protesta del partido andalucista al Parlamento andaluz, se presuponía que la caracterización estereotípica y ridiculizada del personaje andaluz en las series de televisión tocaba a su fin, pero las expectativas se han cumplido solo en parte. Los guionistas siguen apostando por el andaluz carismático, torpe y extrovertido, que se ejemplifica en Juan (Dani Rovira), el periodista becario de 33 años, enamorado y despistado en *B&B*; o el sureño pícaro y caradura, al que responde Fermín Trujillo (Fernando Tejero), el espetero malagueño afincado en la casa de su hija y su yerno en *La que se avecina*.

Con respecto a las web series, Inmaculada Gordillo emprendió una investigación sobre la auto representación de los andaluces en la serie *Malviviendo*, *Niña repelente*, *Curso Andalú*, en las producciones de *Mundo ficción- Esto ya no es lo que era*, *Aquello era otra cosa*, *Eso es así*, *Reflexiones veraniegas* y *Mensaje Navideño*- y en la trilogía de *Mi señora*, cortometrajes producidos por *Producciones Intermitentes*. Los resultados evidenciaron que “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” (Inmaculada Gordillo, 2012, p. 79). Según la autora, la imagen que se ha proyectado del andaluz en los medios audiovisuales ha estado marcada por los tópicos y los estereotipos, ofreciendo al espectador una visión estática de la comunidad a través de unos personajes de pandereta. Solo en las producciones de la web se ha observado una tendencia hacia la democratización de los andaluces, algo que también tendría que ocurrir en la televisión.

4. METODOLOGÍA EMPLEADA

La metodología empleada para la realización del presente Trabajo de Fin de Grado ha sido la de análisis de contenido. Esta técnica de investigación es definida por Berelson en López Noguero (2002) como “objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación” (p. 173).

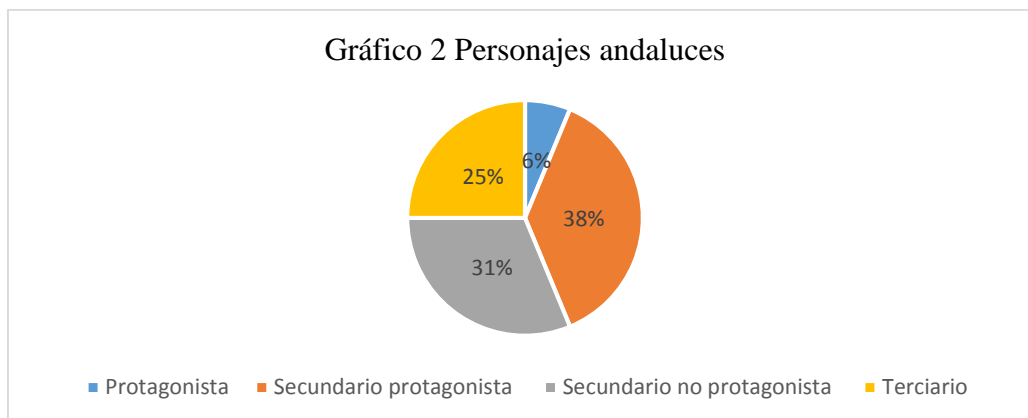
La muestra escogida para la realización de la investigación sobre *Allí abajo* corresponde a los 13 capítulos de la primera temporada, estrenada el 7 de abril de 2015 y finalizada el 30 de junio de ese mismo año. En la misma, el total de personajes asciende a 26: 17 andaluces y 9 vascos.



Fuente: Elaboración propia

De los 17 personajes andaluces que componen el reparto de la serie, un 64% del total, uno adopta el papel de protagonista (6%), 7 son secundarios protagonistas (38%), 5 secundarios no protagonistas (31%) y 4 terciarios (25%), los cuales aparecen de forma esporádica. Dada la importancia que *Allí abajo* brinda a los personajes secundarios, nuestro objetivo de estudio abarca tanto la protagonista como los secundarios protagonistas y no protagonistas, dejando a un lado los personajes terciarios. Las razones de esta muestra final (13 personajes) se explican porque todos ellos aparecen entre el 90 y el 100% de los capítulos y tenemos la capacidad de perfilar la mayoría de sus rasgos físicos, sociológicos y psicológicos a través de sus intervenciones y diálogos.

Gráfico 2 Personajes andaluces



Fuente: Elaboración propia

La ficha de análisis utilizada para analizar a los personajes andaluces en la investigación está basada en las ya diseñadas por Galán (2006), Grupo Spectus (2004) y Gordillo (2012), ajustándolas a nuestro objeto de estudio para llegar a los objetivos e hipótesis planteadas. Se dividen en los siguientes variables:

- Rasgos físicos: edad, sexo y aspecto físico
- Rasgos sociológicos: estado civil, ámbito familiar, clase social, ámbito profesional y ámbito educativo.
- Rasgos psicológicos y de conducta: abiertos, amables/serviciales, alegres, charlatanes, graciosos, cotillas, exagerados, pícaros, bebedores y vagos.
- Rasgos culturales y lingüísticos
 - a. Culturales: gastronomía, folclorismo, atraso en la vida diaria, incultos.
 - b. Lingüísticos: Expresiones andaluzas, acento exagerado, vulgarismos e incorrecciones léxicas y gramaticales.

5. ESTUDIO DE CASO: ALLÍ ABAJO

5.1 Ficha descriptiva de la serie



Cadena: Antena 3

País: España

Creadores: Aitor Gabilondo, César Benítez y Óscar Terol

Productora: Plano a Plano

Temporadas: 1- 13 capítulos

Inicio de emisión: 7 de abril de 2015

Duración media de cada capítulo: 70-80 minutos

Allí abajo se sitúa en Sevilla y San Sebastián respectivamente. Iñaki, un joven vasco muy arraigado a su tierra, se ve obligado a salir de su querida Euskadi para acompañar a su madre Maritxu, una vasca sobreprotectora y de carácter fuerte y dominante, en un viaje del Inmerso a Sevilla. Durante su estancia en la capital, todas las pesadillas de ambos se hacen realidad. La personalidad extrovertida y alegre de la gente del Sur, el acento, el calor, el flamenco, así como el colorido que envuelve las calles de la ciudad choca con la mentalidad ordenada y fría del Norte. Cuando su viaje estaba tocando a su fin, Maritxu sufre un aparatoso accidente que le hace entrar en coma e ingresar de inmediato en la clínica Híspalis. Allí, Iñaki, sin el apoyo incondicional de su madre y de su cuadrilla de amigos, preso del pánico, tendrá que sobrevivir y relacionarse con los trabajadores de la clínica, especialmente con Carmen, la enfermera jefe encargada de cuidar a su ama, una andaluza dicharachera y firme con la que los choques culturales son prácticamente diarios. No obstante, del roce se hace el cariño y, a pesar de las diferencias regionales y tras convivir juntos, ambos empiezan a sentir una atracción física, haciendo ver al espectador que el amor no entiende de fronteras y que los vascos y los andaluces, en el fondo, no son tan distintos.

La trama argumental de la serie guarda claras reminiscencias con la exitosa película *Ocho apellidos vascos*, donde también un vasco y una andaluza, a pesar de su temperamento contradictorio, logran enamorarse. Sin embargo, los guionistas y la propia María León

(Carmen, en la serie) afirman que tiene más puntos en común con el film francés *Bienvenidos al Norte*, que narra la historia de un funcionario de Correos procedente del sur de Francia que, tras ser sancionado en su puesto de trabajo, le obligan a trasladarse a un pequeño pueblo del Norte del país llamado Bergés. En ese recóndito lugar, idílico, se encuentra con gente maravillosa, cambiando totalmente su percepción sobre los habitantes norteños.

El target al que va dirigido la serie comprende todas las edades, desde los más pequeños hasta los más mayores. Es una comedia de situación donde los contenidos giran en torno a los estereotipos vascos y andaluces, pero, tal y como argumenta María León, sin ofender a nadie: “Trabajamos mucho en eso, en hacer comedia pero sin cachondearnos, hacerlo de forma sutil”. (7 de abril de 2015, *El País*)

La primera temporada de la serie, compuesta por un total de 13 capítulos, finalizó con un share del 24,4%, con 4.182.000 espectadores. El último capítulo, *Maite Zaitut*, también se alzó con el minuto de oro. Un total de 4.796.000⁷ televidentes visualizó el reencuentro entre Carmen e Iñaki en la estación de Santa Justa, donde la andaluza, con el fin de impedir la marcha del vasco, le declara su amor al que él le responde con un “yo también te quiero, mi *arma*”.

5.2 Descripción de los personajes andaluces⁸

5.2.1 Personaje protagonista

- **Carmen Almonte**: Es la enfermera jefe de la clínica Híspalis de alrededor de 30 años. Dicharachera, profesional y alegre, mantiene una relación con Rober, pero será el vasco afincado en su casa, Iñaki, quien finalmente acabe de cautivarla. Es hermana de Rafi, el camarero de la clínica y cuñada de Isabel, la esposa de este último.

5.2.2 Personajes secundarios protagonistas

- **Roberto Almenar “Rober”**: médico cirujano de la clínica Híspalis. Treintañero, guapo y de buena familia, intentará por todos los medios conquistar el corazón de Carmen, aunque por el camino mantenga una relación con Trini para darle celos a la primera. Se interpondrá continuamente en la unión entre la enfermera e Iñaki.

⁷ Datos ofrecidos por Eleconomista.com y formulatv.com

⁸ Al ser tantos los personajes andaluces que componen la serie *Allí Abajo*, en este apartado solo se ha realizado una pequeña descripción de cada uno de ellos. Para profundizar en sus características psicológicas, sociológicas, psicológicas, culturales y lingüísticas, ver Anexo 1: Ficha descriptiva de personajes andaluces

- **Don Benito Benjumea:** A sus 62 años, es viudo, tiene dos hijos, está jubilado y se encuentra ingresado en la clínica Híspalis, de la que no se quiere marchar ya que la considera su propia casa. De un nivel social alto, culto, Don Benjumea representa al galán andaluz, cotilla y pícaro que hará lo posible para zafar a las enfermeras para realizar todo tipo de actividades prohibidas en un hospital, como por ejemplo fumar. Para ello, contará con el apoyo incondicional de José, su proveedor y mano derecha, con el que mantiene una buena relación de amistad.

- **José Gregorio Narváez “Jozé”:** Ocupa el cargo de celador de la clínica. Joven, bastante gracioso, representa al andaluz caradura, que intenta sacar dinero tanto a los empleados del hospital como a los pacientes. Es la mano derecha de Don Benjumea. Mantiene una relación puntual con Azucena, la nieta del adinerado paciente, de la cual se acaba enamorando, aunque no es correspondido.

- **Dolores Ocaña:** Es la recepcionista cuarentona de la clínica caracterizada como la antena parabólica del hospital; una mujer cotilla que de todo se entera y todo cuenta. A pesar de este sello característico, Dolores mantiene una buena relación con las enfermeras y personal del Híspalis, especialmente con Carmen.

- **Trinidad Lozano “Trini”:** Es la directora de la clínica Híspalis de alrededor de 35 años. Guapa, autoritaria y muy profesional, es la que aporta mayor seriedad al hospital, preocupada siempre de la imagen corporativa del mismo. Mantendrá una relación esporádica con Rober, aunque éste solo la quiere para darle celos a Carmen, con la que la directora choca continuamente ya que la enfermera no acepta muchas de sus decisiones empresariales.

- **Rafael Almonte “Rafi”:** Trabaja como camarero en la clínica Híspalis junto con su esposa Isabel, cocinera. Su carácter hablador y risueño no es un impedimento a la hora de realizar su trabajo, el cual ejecuta con profesionalidad, a pesar de que Trini quiere despedir tanto a él como a su mujer debido a los pocos beneficios que genera el bar. Es hermano de Carmen y tiene una hija, Rosita.

- **Isabel:** Se perfila como una mujer sentimental y algo exagerada. Trabaja como cocinera en el bar de la clínica junto a su marido Rafi. A pesar de que sus dotes culinarias no son del agrado de los comensales, que siempre critican sus platos, con la ayuda de Iñaki, pondrá todo su empeño en mejorar la calidad de la comida, con el fin de conservar su puesto de trabajo.

5.2.3 Personajes secundarios no protagonistas

- **Piedad:** Es una de las vecinas treintañera de Carmen, cuya máxima afición, al igual que sus amigas y también vecinas, Luci y Merche, es cotillear por la ventana del patio y enterarse de lo que sucede en la casa de la enfermera.
- **Merche:** Es también vecina de Carmen. Como sus amigas, el personaje es tremendamente cotilla.
- **Lucía “Luci”:** Es la vecina más mayor del trío. Su carácter chismoso también es uno de los rasgos que mejor la definen.
- **Ángela Parrón:** Una de las enfermeras de la Clínica Híspalis. Al contrario que Carmen, presenta un carácter mucho menos amable y un aspecto físico para nada atractivo. Intenta remediarlo haciendo dieta, pero a la mínima posibilidad se la salta.
- **Irene Escobar:** Es la más joven de todos los trabajadores del Hospital. Recién licenciada en Enfermería, se incorpora a la clínica a las órdenes de Carmen. Su corta edad y su escasa experiencia hace de Irene la inocente del Híspalis.

5.3 Análisis de resultados

5.3.1 Rasgos físicos

a) Sexo

Según la división por sexos de los 13 personajes objeto de análisis, las mujeres andaluzas dominan el reparto, con un total de 9, representando un 69% del total de la muestra. Por su parte, los personajes masculinos de la comunidad sureña superan escasamente el 30% del total.

Tabla 4. Sexo de los personajes andaluces

SEXO	NÚMERO	PORCENTAJE
Masculino	4	31%
Femenino	9	69%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

b) Edad

El andaluz/a representado en *Allí abajo* corresponde a dos perfiles en relación a su edad: hombres y mujeres adultos, entre los 25 y los 65 años. La única que se escapa de este rango de edad mayoritario es Irene, la enfermera recién licenciada de la clínica Híspalis.

Tabla 5. Edad de los personajes andaluces

EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
De 15-24 años	1	8%
De 25-44 años	6	46%
De 45- 65 años	6	46%
Mayores de 65	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

c) Aspecto físico

El aspecto físico de los personajes suele guardar cierta relación con el estatus social y laboral de los mismos y lógicamente con su edad. Los protagonistas de una de las tramas amorosas de la serie -Carmen, Rober y Trini- destacan por ser personajes jóvenes, médicos, directores y enfermeros que cuidan especialmente su estética y su forma de vestir. En su tiempo de ocio, fuera del centro de trabajo donde es obligatorio el uniforme, ellas se presentan siempre maquilladas y vestidas a la moda. Él suele llevar el pelo engominado y luce americanas, camisa con coderas y zapatos de punta; estética que también caracteriza a Don Benjumea. Ambos responden, únicamente por su estilismo, al prototipo de “señorito andaluz”.

La mayoría de personajes presentan un aspecto físico normal (46%). Cuidan su estética, pero esto no es uno de los sellos que los caracteriza. Las mujeres que conforman este porcentaje atienden su imagen y, cuando no están trabajando, se rigen por unos patrones de moda corrientes, aunque sí que en las camisetas y los adornos que visten se pueden ver algunos símbolos andaluces. En el caso de los hombres, José es el único personaje masculino que encaja en este perfil y destaca por su carácter rockero⁹.

Los menos atractivos son los personajes de una edad más avanzada, entre los 40 y los 64 años, a excepción de Don Benjumea. Esta característica también viene determinada por la constitución física de los propios actores: fuerte en el caso de las mujeres, y delgado y poco atlético en el caso de los hombres.

Tabla 6. Aspecto físico de los personajes andaluces

ASPECTO FÍSICO	NÚMERO	PORCENTAJE
Atractivo	3	23%
Normal	6	46%
Poco atractivo	4	31%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

⁹ Ver anexo 2. Vestimenta de los personajes andaluces.

5.3.2 Rasgos sociológicos

a) Estado civil

La mayoría de los personajes andaluces representados son solteros (54%), aunque mantienen algún tipo de relación a lo largo de los capítulos. En el caso concreto de Carmen, tras confesarle a Iñaki su amor y ser correspondida en el último episodio, podríamos decir que tiene una pareja de hecho, pero al no saber cómo evolucionará la relación de ambos hasta la próxima temporada, de momento la clasificamos como soltera. El total lo completan un matrimonio, una casada y un viudo. Existen dos personajes que desconocemos su estado civil, ya que no se muestra en la trama ni en sus diálogos.

Tabla 7. Estado civil de los personajes andaluces

ESTADO CIVIL	NÚMERO	PORCENTAJE
Soltero	7	54%
Casado	3	23%
Divorciado	0	0%
Viudo	1	8%
Pareja de hecho	0	0%
Sin datos	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

b) Ámbito familiar

En cuanto al ámbito familiar, el porcentaje más alto de los personajes sureños de *Allí Abajo* no tienen hijos (62%), ya que muchos de los que completan este espectro están solteros y todavía son jóvenes. Los personajes más adultos, que ya han atravesado por una relación de pareja o todavía la mantienen, sí que tienen de uno a dos hijos. De nuevo, hay dos personajes que desconocemos el dato ya que no queda reflejado en la serie.

Tabla 8. Ámbito familiar de los personajes andaluces

AMBITO FAMILIAR	NÚMERO	PORCENTAJE
Sin hijos	8	62%
1-2 hijos	3	23%
Sin datos	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

c) Clase social

La clase social dominante de los andaluces personificados en la serie es la media (54%). A su vez, tres pertenecen a una clase alta y el mismo número a la clase media-baja (23%), los cuales atraviesan por baches económicos y, como en el caso de José, tienen que pedir

dinero prestado si tienen un gasto adicional. No obstante, es reseñable que el total de personajes dispone de piso propio o en alquiler.

Tabla 9. Clase social de los personajes andaluces

CLASE SOCIAL	NÚMERO	PORCENTAJE
Alta	3	23%
Media	7	54%
Media-baja	3	23%
TOTAL	13	100%

Fuente: elaboración propia

d) **Ámbito profesional**

Un alto porcentaje de los personajes andaluces de la serie analizada trabajan en la clínica Híspalis (69%) ejerciendo las profesiones características de un hospital: dirección (8%), medicina (8%), enfermería (23%) y administración (8%). La clínica también cuenta con un bar-cafetería donde trabajan un camarero y una cocinera (15%). El personaje más mayor está jubilado y el resto de personajes desempeñan labores domésticas.

Tabla 10. Ámbito profesional de los personajes andaluces

PROFESIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Médico/a	1	8%
Enfermero/a	3	23%
Directivo	1	8%
Administrativo	1	8%
Celador	1	8%
Hostelería	2	15%
Ama/o de casa	3	23%
Jubilado	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

e) **Ámbito educacional**

Al ejercer la medicina y la enfermería, un buen número de los personajes son licenciados universitarios. A estos se suman la directiva de la clínica, Trini, que también es graduada en Enfermería y Don Benjumea que, antes de jubilarse, fue empresario, por lo que se presupone que también estudió una carrera universitaria. El total asciende al 46% de los personajes. Tanto el celador de la clínica como la administrativa deben poseer estudios secundarios ya que, para desempeñar dicha labor, es casi necesario estar en posesión de un título de FP de auxiliar de enfermería y administración respectivamente. El resto de componentes del reparto (39%) tan solo han estudiado la educación elemental.

Tabla 11. Ámbito educacional de los personajes andaluces

EDUCACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Estudios primarios	5	39%
Estudios secundarios	2	15%
Estudios universitarios	6	46%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

5.3.3 Rasgos psicológicos y de conducta

Los rasgos psicológicos y de conducta de los personajes andaluces representados son los que van a evidenciar la presencia o no de estereotipos en el proceso de caracterización.

El carácter estereotipado del andaluz alegre, simpático y extrovertido sí que es una marca distintiva del conjunto de personajes mostrados en la serie. El 84% de ellos se muestran abiertos y serviciales (77%) con los vascos que irrumpen en su vida diaria y profesional en la clínica, aceptando sus tradiciones y su forma de ser, aunque estos últimos sean reacios y critiquen el acento y la alegría andaluza (69%). Un ejemplo de ello lo encontramos en la conversación entre Carmen e Iñaki en el segundo capítulo, donde la enfermera ofrece su casa al vasco ya que éste no tiene donde hospedarse:

***IÑAKI:** Realmente lo que estoy buscando es un sitio donde dejar las maletas y ducharme, de cuerpo entero, ya me entiende.*

***CARMEN:** Perfectamente*

***IÑAKI:** Oiga, ¿no sabrá usted de algún sitio? Porque el buscador de mi móvil parece que me ha tomado por un erasmus.*

***CARMEN:** Pues mira, ahora que lo dice, se me acaba de quedar hoy una habitación libre.*

El estereotipo del andaluz charlatán y gracioso también es un atributo distintivo de la mayoría de personajes andaluces. Un 69% de ellos se muestran en la pantalla caracterizados por una verborrea que no pasa desapercibida por el espectador, y un 62% recurre con frecuencia al refranero popular o a la metáfora en sus diálogos para hacer el chiste fácil, como se evidencia en la siguiente conversación entre Iñaki y Dolores, también en el segundo capítulo, donde el primero, con el fin de mantener su posición hegemónica como vasco frente a la andaluza, critica de forma despreciativa el carácter risueño de la recepcionista de la clínica:

***IÑAKI:** Buenos días*

***DOLORES:** Buenos días. ¡Uy, uy! Traes más mala cara que el que le hacía la cama a Drácula.*

***IÑAKI:** Bueno, es que... ¿El baño, por favor?*

DOLORES: *Todo recto, pero vamos, más que un baño, tú lo que necesitas es un buen spa.*

IÑAKI: *¿Ustedes qué desayunan, gas de la risa o qué?*

Por otro lado, la intromisión en la vida privada de los demás también aparece reiterado y personificado en *Allí abajo*, siendo cinco (39%) los personajes que responden a este atributo. El porcentaje no es excesivamente alto, pero sí que se ha querido incidir en él, ya que en el discurso y en la propia narrativa audiovisual se reitera constantemente el rasgo cotilla de Don Benjumea, que en numerosas secuencias entra en escena de las sombras, escondido, afirmando que ha escuchado toda la conversación mantenida entre los dos personajes a los que se enfocaba; de Luci, Merche y Piedad, las tres vecinas de Carmen, cuyo deporte favorito es asomarse a la ventana y cotillear todo lo que sucede en la casa de la enfermera; y de Dolores, a la que sus propios compañeros de trabajo le atribuyen el adjetivo de “cotorra”, atributo que ella misma asume tal y como se evidencia en la siguiente conversación en el décimo capítulo que mantiene la recepcionista con las vascas Maritxu y Bego:

MARITXU: *Tú dijiste que eras aquí la que se entera de todo lo que pasa, ¿no?*

DOLORES: *Hombre, soy una mujer informada, sí*

BEGO: *A saber, porque aquí mucho de boquilla pero luego...*

DOLORES: *De boquilla nada, que este hospital lo conozco yo mejor que nadie. ¿Qué quiere saber?*

Un mismo porcentaje (39%) son los personajes exagerados a la hora de expresar sus sentimientos y, al igual que el anterior atributo, es un rasgo que caracteriza únicamente a las mujeres andaluzas representadas. La alegría exacerbada ante cualquier buena noticia, en la que el tono de la voz se eleva para enfatizar la sensación de júbilo, y el paso al llanto fácil o la ira desmedida ante un problema sí que es un estereotipo que se visualiza en la pantalla, pero no de forma reiterada como en el caso anterior. En el discurso, un ejemplo de ello lo encontramos en el quinto capítulo, en una conversación mantenida entre Isabel, Carmen y Rafi ante el posible embarazo de la primera:

RAFI: *Vas a ser tía*

CARMEN: *Ya soy tía*

RAFI: *Pues tía otra vez*

CARMEN: *¿Qué estamos embarazados? (Empieza a mover las manos muy rápido y abraza de forma efusiva a su cuñada) ¡Ay! ¡Enhorabuena cuñada, pero ¿de cuánto estás? ¡Si ya se te nota hasta la tripita!*

ISABEL: *Pues estoy de un mes*

CARMEN: *(Vuelve a saltar de alegría) ¡Un mes! ¡Un mes! ¿Un mes? ¿Tú has ido al ginecólogo?*

La picaresca andaluza sí que se personifica en algunos de los personajes andaluces del serial de ficción- José, Don Benjumea y Rober- pero no constituye un rasgo característico del conjunto de sureños del reparto. La astucia y el arte del engaño de estos tres hombres se contrarrestan con la sinceridad y veracidad que dejan entrever el resto de individuos.

Por último, el adjetivo de bebedor que se ha generalizado para distinguir a los andaluces tampoco caracteriza al conjunto de personajes sureños, solo Don Benjumea es dado al alcohol, al whisky y al vino concretamente (8%). Al trabajar en una clínica, las bebidas que normalmente se piden en el bar que regentan Isabel y Rafi son cafés y refrescos. El único momento en el que se puede apreciar el comportamiento bebedor de los secundarios y protagonista es en el sexto capítulo, ambientado en la Feria de Abril¹⁰, a la que acuden la mayoría de ellos e ingieren buena cantidad de manzanillas, pero al ser un momento puntual de jolgorio y festividad no podemos atribuirlo como un signo de identidad.

El último atributo y el que más ha caracterizado a los personajes andaluces en la pequeña pantalla- el calificativo de vagos- se rompe en *Allí abajo*. Un alto porcentaje de los protagonistas de la comedia son trabajadores. El personal de la clínica cumple su horario escrupulosamente y realizan las guardias correspondientes. El único que no se ajusta esta atribución general es José, quien rehúye sus obligaciones de forma habitual. En el octavo capítulo, de nuevo Iñaki, cuando se arrepiente de comprar el bar de la clínica, reproduce el estereotipo con una actitud prejuiciosa hacia el colectivo andaluz, pero es Trini la encargada de desmentírselo:

TRINI: *A partir de ahora el bar también es cosa tuya, que ya he hecho todas las gestiones con el banco, la administración...*

IÑAKI: *Puf, pues será en tiempo record....La primera vez en Andalucía que resolvéis algo tan rápido.*

TRINI: *(Cabreada y tono irónico) Pues sí hijo sí*

En el séptimo capítulo, Ángela reafirma el carácter erróneo del arquetipo del andaluz holgazán:

ÁNGELA: *(Alabando la cocina del vasco) Pero tú, ¿seguirás cocinando a domicilio, abrirás un restaurante o algo, no?*

¹⁰ Ver anexo 4. Análisis de elementos narrativo: Tiempo y espacios narrativos

IÑAKI: *Pues no*

ÁNGELA: *(Ríe y con tono irónico): Luego los que no queremos trabajar somos los andaluces.*

Tabla 12. Rasgos psicológicos- conductuales de los personajes andaluces

RASGOS PSICOLÓGICOS Y DE CONDUCTA	NÚMERO DE PERSONAJES	PORCENTAJE DEL TOTAL (13 personajes)
Abiertos	11	84%
Amables/Serviciales	10	77%
Alegres	9	69%
Charlatanes	9	69%
Graciosos	8	62%
Cotillas	5	39%
Exagerados	5	39%
Pícaros	3	23%
Bebedores	1	8%
Vagos	1	8%

Fuente: Elaboración propia.

5.3.3 Rasgos culturales y lingüísticos

La cultura andaluza y la amplia tradición que rodea a los habitantes de las tierras sureñas también se certifica entre los andaluces que se personifican en *Allí abajo*. El gusto por la gastronomía andaluza, por la fritura, el gazpacho y las manzanillas es un rasgo distintivo del total de personajes que componen el reparto. A su vez, el baile y el cante flamenco también son del agrado de casi todos ellos (92%), a excepción de José, tal y como se demuestra en las numerosas escenas en las que aparecen entonando alguna canción de este estilo musical o las ansias que sienten ante la inminente llegada de la Feria de Abril. Este tradicionalismo de los andaluces representados también se visualiza en el estereotipo de la religiosidad, siendo Rafi e Isabel los que más externalizan su fuerte devoción a la Virgen del Carmen, tal y como se evidencia en la siguiente conversación entre el matrimonio e Iñaki:

IÑAKI: *(Abre un armario de la cocina y se encuentra una miniatura de una virgen) ¿Y esto, qué hostias es?*

ISABEL: *¡Ay! La virgencita. Haga el favor de no blasfemar delante de ella.*

IÑAKI: *Mira, Isabel, ¿qué hace una virgen dentro del armario?*

RAFI: *Pues traernos suerte, qué va a ser. Tenías razón, cariño, se ha cumplido el maleficio.*

ISABEL: *El maleficio no, Rafi, la bendición.*

RAFI: *Ah, eso eso, la bendición. Pues bendito seas, Iñaki. (Mira a su mujer) Seguro que esto es por todos los rezos que tú le has dedicado a la virgen, cariño.*

Por otro lado, el arquetipo del andaluz costumbrista y atrasado culturalmente no se adscribe al conjunto de andaluces representados. En *Allí abajo* se ha querido romper con este estereotipo y la mayoría de sus personajes ocupan puestos de trabajo- médicos, enfermeros- que, en la historia de la ficción, rara vez habían sido destinados a los nativos de esta comunidad.

Tan solo tres (23%), todas ellas del sexo femenino, responden al estereotipo de mujer andaluza de principios de siglo, dedicada a sus laborales y solo uno (8%), José, denota algún rasgo de incultura, como por ejemplo en su desconocimiento de la lengua inglesa, pero es Rosita, personaje terciario, hija de Rafi e Isabel, de 10 años, la que le ayuda a aprender, reflejando así que el carácter interpuesto del andaluz ignorante corresponde a tiempos pasados. En el discurso, de nuevo Iñaki, mostrando su favoritismo endogrupal, reproduce el tópico del retraso formativo del colectivo sureño, pero son los propios protagonistas los que se encargan de desmentirlo, como en el siguiente ejemplo donde Rober, con el apoyo de Trini, explica al vasco que su madre tiene un coagulo en la cabeza y que, por recomendación médica, no debería trasladarla a Euskadi:

IÑAKI: *Permítamele decirle que, lo que aquí ven imposible, en Euskadi lo hacemos posible.*

ROBER: *Ya, lo que no sé es quién le manda a usted salir de Euskadi.*

IÑAKI: *Ya, esa pregunta es la que me hago yo todos los días, pero no se preocupe que en cuanto le haga llegar las pruebas al doctor Echaustegui, él sabrá cómo sacarnos de aquí y que ese manchurrón no sea un problema. Agur.*

TRINI: *Agur.*

(Iñaki sale por la puerta)

ROBER:*(Cabreado) Este vasco que se cree, que yo me he sacado Medicina jugando al “operando”.*

En segundo lugar, la modalidad lingüística andaluza y sus peculiaridades fónicas- ceceo o seseo- se han tergiversado a lo largo de los siglos y, en el imaginario colectivo, se ha relacionado el acento de los habitantes del sur con la incultura y la ruralidad, despertando en los sureños un sentimiento de inferioridad únicamente por su forma de hablar. En la historia de la televisión, con los personajes andaluces “se pretende la mofa, por lo que volvemos a la representación y limitación del hablante andaluz únicamente en un registro informal” (Ureña, 2014, p.99).

En *Allí abajo*, la mayoría de los personajes muestran un acento andaluz pronunciado, y son cuatro (39%) los que reproducen un ceceo o un acento exagerado-Don Benjumea, Piedad, Luci, Merche y José- y la tendencia a un habla andaluza vulgar: las tres vecinas de Carmen (23%). Todos, en su discurso, son tendentes a utilizar expresiones instaladas en el imaginario de la comunidad, como *mi arma*, *chiquillo* y *olé*. No obstante, ninguno hace un mal uso del idioma, no cometen incorrecciones léxicas ni gramaticales y la construcción que hacen de las frases carece de fallos sintácticos y se ajustan a la norma culta del español hablado.

Como en otras ocasiones ya citadas, los vascos vuelven a transmitir el estereotipo del registro lingüístico andaluz, pero, tal y como se refleja en el siguiente ejemplo, es Carmen, en el diálogo que mantiene con Bego, la encargada de contra argumentarlo:

CARMEN: A ver, que le pasa a mi Marisu.

BEGO: Marisu, Marisu, ¡Maritxu! Tanto cuesta hablar bien.

CARMEN: Mira señora, yo hablo estupendamente, es usted la que está fuera de su tiesto. ¿Tanto le cuesta ser amable? Marisu, Marisu, Marisu, Maritxu, Maritxu, ¿mejor?

Tabla 13. Rasgos culturales y lingüísticos de los personajes andaluces

RASGOS CULTURALES Y LINGÜÍSTICOS	NÚMERO DE PERSONAJES	PORCENTAJE DEL TOTAL (13 PERSONAJES)
<u>CULTURALES</u>		
Gastronomía	13	100%
Folclorismo	12	92%
Costumbrismo y atraso en la vida diaria	3	23%
Incultos	1	8%
<u>LINGÜÍSTICOS</u>		
Expresiones andaluzas	13	100%
Acento exagerado	5	39%
Vulgarismos	3	23%
Incorrecciones léxicas y gramaticales	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES

Del análisis expuesto en las páginas anteriores podemos extraer las siguientes conclusiones a partir de las hipótesis planteadas al inicio de la investigación:

- I. *Allí abajo* recurre al estereotipo en el proceso de construcción de los personajes andaluces
- II. Se intentan fomentar los estereotipos positivos- alegría, gracia y hospitalidad- dejando a un lado, reduciendo o rompiendo con los negativos.
- III. Los personajes andaluces representados podrían ser una muestra de la sociedad andaluza actual.

Como bien afirma González (1999: p. 105), “sin los medios no habría estereotipos”. Son los medios de comunicación los encargados de difundir y fortalecer la imagen estereotípica de un determinado colectivo en el imaginario social. Las series de televisión, el género rey del gran medio como es la televisión, sirve de entretenimiento, pero también se ha convertido en vehículo de transmisión de estereotipos, mediante modelos y representaciones estáticas y generalizadas que no se corresponde con la realidad y la identidad social y cultural de un grupo. (Galán, 2007). Durante casi 60 años de ficción televisiva, en la carta de presentación del personaje andaluz en la pequeña pantalla siempre han estado presentes los adjetivos de inculto y vago.

Tras el análisis realizado, *Allí abajo* presenta a la mayoría de los personajes bajo rasgos estereotípicos- alegría, amabilidad, flamenquismo y hospitalidad-, pero desde la óptica del humor. Los protagonistas de la trama representan la tradición cultural que encierran los rincones de la comunidad con tintes cómicos, pero desde la perspectiva del respeto, sin que la identidad andaluza se vea exagerada y cargada de elementos peyorativos y caricaturescos.

Por otro lado, la vaguería y el carácter inculto del andaluz de ficción no representan al conjunto de personajes representados. Los guionistas, en el arduo proceso de caracterización, han sabido adaptarse a las exigencias del formato y han huido del modelo de andaluz de pandereta, con un acento ridiculizado como reflejo de su incultura, para presentar, en términos generales, a sureños trabajadores, con un nivel cultural medio-alto y con una forma de expresarse adecuada y correcta. Es más, muchos de estos estereotipos negativos son mencionados en los diálogos que mantienen los protagonistas vascos y andaluces, pero son estos últimos los encargados de desmentirlos, haciendo ver al

espectador el carácter erróneo de este atributo prejuicioso que ya estaba inmerso en el imaginario social.

Los protagonistas de la trama ocupan cargos profesionales distintos- médicos, enfermeras o camareros-, su nivel de estudios no es el mismo- los hay universitarios, con estudios elementales o secundarios- y pertenecen a clases sociales diferentes-alta, media y media-baja-. El estatismo en la representación del andaluz en la ficción es suplido por una mayor democratización del colectivo sureño, por unos personajes que representan todas las vertientes que envuelven a la comunidad andaluza, sin quedarse únicamente con la generalista y estereotípica.

Es por ello que la serie y los personajes analizados podrían ser un reflejo de la sociedad andaluza del SXXI. No obstante, es una afirmación demasiado categórica tras el análisis realizado, ya que no se ha incidido profundamente en ella. De este modo, proponemos una nueva línea de estudio desde la perspectiva de la audiencia. Empezar un trabajo de campo sobre si los propios andaluces se ven reflejados en los personajes de *Allí abajo* por medio de métodos cuantitativos-encuesta- y cualitativos-focus group- sería una buena iniciativa que daría continuidad a esta investigación ya realizada.

7. BIBLIOGRAFÍA

- 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.
- Alfeo, J.C. (2012). Análisis narratológico y sociedad representada: los personajes LGBT en el cine. En García. F., & Rajas. M (coord.), *Narrativas audiovisuales: los discursos* (pp.63-84). Madrid: Icono 14
- Allport, G. (1968). La naturaleza del prejuicio. Buenos Aires: Eudebeba. Traducción de su obra original *The nature of prejudice* (1954).
- Aparici, R. (2010). La construcción de la realidad en los medios de comunicación. Madrid: Universidad de Educación a Distancia.
- Cano, J.I (1993). Los estereotipos sociales: El proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Centro de Estudios Andaluces (2006). Continuidades y cambios en los estereotipos andaluces en los inicios del SXXI. *Culbl*, (26), 1-67.
- Contreras, O.R. (2015). Los estereotipos racistas en el deporte. Recuperado de:
- http://juancarlos.webcindario.com/LOS_ESTEREOTIPOS_RACISTAS_EN_EL_DEPORTE.pdf
- Diego, P. (2010). La ficción en la pequeña pantalla: cincuenta años de series en España. Pamplona: Eunsa.
- Gabelas, J.A. & Marta, C. (2012). La R de las TRIC. Recuperado de:
<http://educarencomunicacion.com/2012/04/la-r-de-las-tric/>
- Gabelas, J.A., Marta, C. & Aranda. D. (2012). Por qué las TRIC y no las TIC. *Artículo académico* (9), Universitat Oberta de Catalunya
- Galán, E. (2006a). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *ECO-PÓS*, v.9, (1), 58-81.
- Galán, E. (2006b). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. *El comisario y Hospital Central. Revista Latina de Comunicación Social*, (61).
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Revista científica de Comunicación y Educación*, (28), 229-236
- García de Castro, M. (2002). La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España. Barcelona: Gedisa.

- García de Castro, M. (2003). Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, (14), 1-8
- Gómez, T. (2003). Heteroestereotipos y autoestereotipos asociados a la vejez en Extremadura. Tesis doctoral. Universidad de Extremadura.
- González, R. La construcción de estereotipos andaluces por los medios. *Comunicar*, (12), 101-106.
- Gordillo, I. (2012). La autorrepresentación del andaluz en web-series. *Palabras clave 15*, (1), 54-81.
- Grupo Spectus (2004). Máscaras y espejismos. Una aproximación al impacto mediático. Del análisis a la acción. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Hernández, P. (2014). Estrategias creativas para el desarrollo de formatos de ficción. *Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga*, 1-5.
- Klineberg, O. (1968). Psicología social vol.I. Barcelona: Paidós.
- León, B. (2009). Telerrealidad. El mundo tras el cristal. Sevilla-Zamora: Comunicación Social S.C
- Lippman, W. (1922). Public Opinion. Londres: Allen and Unwin.
- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, (4), 167-179.
- Marcos, M. (2013). La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de prime time. Análisis y recomendaciones para los profesionales. Tesis doctoral. Universidad de Salamanca.
- Moya, M.C. & Rodríguez, R. (1998). España vista desde Andalucía. Estereotipos e identidad. *Psicología Política*, (16), 27-48.
- Palacio, M. (2001). Historia de la televisión en España. Barcelona: Gedisa.
- Palacio, M. (2002). Notas para una comprensión sinóptica de la televisión en la Transición Democrática. *Área abierta*, (3), 1-6
- Puebla, B. (2012). La comedia de situación es España. Características y evolución del formato. En Puebla, B., & Carrillo, E., & Iñigo, A.I. (coord.). *Ficciónando. Series de televisión a la española*. (pp. 15-38). Madrid: Fragua.
- Puebla, B., & Carrillo, E., & Iñigo, A.I. (2014). Las tendencias de las series de ficción españolas en los primeros años del SXXI. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*, (576), 1-10.

- Quin, R., & McMahon, B. (1997). Historias y estereotipos. Madrid: Ediciones de la Torre
- Ruiz Muñoz, M.J., & Sánchez Alarcón, I. (2008). La imagen de la mujer andaluza en el cine español. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Ruiz Muñoz, M.J. (2010). Las secuelas de los tópicos folclóricos del cine español. Un diagnóstico de los formatos de entretenimiento televisivo. *Ámbitos*, (19), 183-196
- Romero, C. (2012). Los estereotipos interculturales de género y raza predominantes en el alumnado de la EIEFD. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos92/estereotipos-interculturales-genero-raza/estereotipos-interculturales-genero-raza.shtml>
- Sangrador, J.L. (1996). Identidades, actitudes y estereotipos en la España de las autonomías. Madrid: CIS.
- Tajfel, H. (1984). Grupos humanos y categorías sociales. Barcelona: Herder.
- Teruel, L., & Fernández, F. (2005). Andaluces en la telerrealidad: la audiencia a través del estereotipo del andaluz anónimo en televisión. *Comunicar*, (25), 1-12.
- Ureña, L. (2014). Análisis de los tópicos sobre el español de Andalucía en los medios de comunicación. Trabajo fin de Master. Universidad de Málaga.

7.1 NOTICIAS

- Barahona, P. (2015, 2 de julio). La Sevilla de <<Allí Abajo>> en diez localizaciones. *ABC Sevilla*. Recuperado de: <http://sevillaciudad.sevilla.abc.es/reportajes/casco-antiguo/sociedad-casco-antiguo/la-sevilla-de-alli-abajo-en-diez-localizaciones/>
- EFE. (2005, 12 de mayo). El parlamento andaluz rechaza la `ridiculización´ a la que la televisión somete a sus paisanos. *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/05/12/comunicacion/1115915958.html>
- ELECONOMISTA.ES. (2015, 1 de julio). `Materchef´ se dispara al 26,8% y `Allí Abajo´ cierra temporada con un 24,4%. *Ecoteuve*. Recuperado de: <http://ecoteuve.eleconomista.es/interstitial/volver/343978222/audiencias/noticias/6836046/07/15/Masterchef-se-dispara-al-268-y-Alli-abajo-cierra-temporada-con-un-244-.html>
- FAPAE (2014, 6 de marzo). La ficción televisiva lidera la audiencia y supera la cuota media de las cadenas. *Fapae.es*. Recuperado de:

<http://www.fapae.es/archivos/NP%20La%20produccion%20hecha%20en%20España%20acaparando%20las%20audiencias%20de%20la%20televisión.pdf>

- FORMULATV.COM (2015, 1 de julio). Impresionante cierre de temporada de 'Allí abajo' (24,4%) y muy especialmente de 'MasterChef 3' (26,8%). *Formulatv*. Recuperado de: <http://www.formulatv.com/noticias/47412/audiencias-alli-abajo-supera-24-por-ciento-masterchef-bat-record-final/>
- Marcos, N. (2015, 7 de abril). María León: “Los estereotipos dan juego porque tienen mucho de verdad”. *El País*. Recuperado de: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/06/televisión/1428341956_269485.html
- Pancho, L. (2015, 13 de mayo de 2015). Críticas a la <<falsa>>Feria de Abril de Sevilla de la serie <<Allí Abajo>>. *ABC Sevilla*. Recuperado de: <http://sevilla.abc.es/tv/series/20150513/sevi-falsa-feria-abril-sevilla-201505131118.html>

7.2 OTROS ENLACES Y REFERENCIAS


- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2015). *El comportamiento de la audiencia televisiva: Septiembre 2015*. Recuperado de: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-septiembre-2015.pdf>
- Barómetro Audiovisual de Andalucía (2013). Recuperado de http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1404/a_barometro_2013_definitivo.pdf
- SGAE (2015). *Anuario de las artes escénicas, musicales y documentales 2015*. Madrid: Fundación SGAE. Recuperado de: http://www.anuariosgae.com/anuario2015/RESUMEN_EJECUTIVO_2015.pdf

7.3 MATERIAL AUDIOVISUAL

- Antena 3 (2015). *Allí abajo. Temporada 1*. Visualizada en: <https://www.youtube.com/channel/UCQPMv4tQgVBLt5PIO2zSFhQ>
- Antena 3 (2004). *Aquí no hay quien viva. Temporada 3. Capítulo 25. Érase una traición*. Visualizado en: <https://www.youtube.com/watch?v=h97zU66xYZE>

8. ANEXOS

ANEXO 1. FICHA TÉCNICA PERSONAJES ANDALUCES

	<p>Nombre: Carmen Almonte Actriz: María León</p> <p>Rasgos físicos</p> <ul style="list-style-type: none">- Sexo: Femenino- Edad: 25-44 años- Aspecto físico: Atractiva <p>Rasgos sociológicos</p> <ul style="list-style-type: none">- Estado civil: Soltera- Ambito familiar: Sin hijos- Clase social: Media- Ámbito profesional: Enfermera-jefe- Ámbito educativo: Estudios universitarios <p>Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, servicial y hospitalaria, alegre, graciosa, trabajadora, exagerada, charlatana y sincera</p> <p>Rasgos culturales y lingüísticos: culta, amante del flamenco, acento normal</p>
<p>Fuente: antena3.com</p>	

	<p>Nombre: Roberto Almenar "Rober"</p> <p>Actor: Alfonso Sánchez</p> <p>Rasgos físicos</p> <ul style="list-style-type: none">- Sexo: Masculino- Edad: 25-44 años- Aspecto físico: Atractivo <p>Rasgos sociológicos</p> <ul style="list-style-type: none">- Estado civil: Soltero- Ambito familiar: Sin hijos- Clase social: Alta- Ámbito profesional: Médico- Ámbito educativo: Estudios universitarios <p>Rasgos psicológicos y de conducta: serio, ligón trabajador.</p> <p>Rasgos culturales y lingüísticos: culto, amante del flamenco, acento normal</p>
<p>Fuente: twitter.com</p>	



Fuente: twitter.com

Nombre: Don Benito Benjumea

Actor: Marino Peña

Rasgos físicos

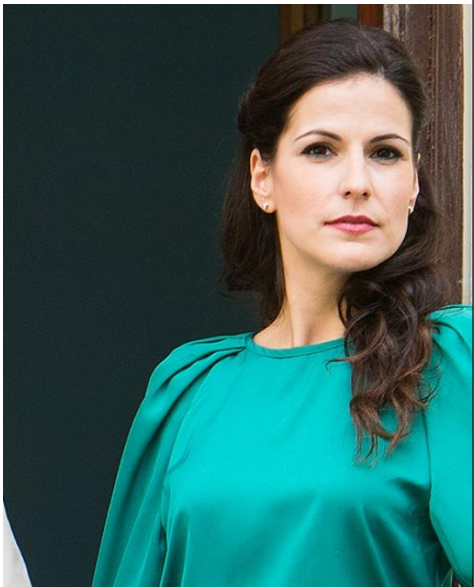
- Sexo: Masculino
- Edad: 45-65 años
- Aspecto físico: Normal, cuida especialmente su imagen

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Viudo
- Ambito familiar: Con hijos
- Clase social: Alta
- Ámbito profesional: Jubilado
- Ámbito educativo: Estudios universitarios

Rasgos psicológicos y de conducta: abierto, servicial, alegre, gracioso, pícaro, charlatán, activo, cotilla, bebedor.

Rasgos culturales y lingüísticos: culto, amante del flamenco, acento exagerado, pronunciado ceceo.



Fuente: antena3.com

Nombre: Trinidad Lozano "Trini"

Actriz: Noemí Ruiz

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 25-44 años
- Aspecto físico: Atractiva

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Soltera
- Ambito familiar: Sin hijos
- Clase social: Alta
- Ámbito profesional: Directora
- Ámbito educativo: Estudios universitarios

Rasgos psicológicos y de conducta: seria, abierta, firme, trabajadora y muy profesional

Rasgos culturales y lingüísticos: culta, amante del flamenco, acento normal



Fuente: twitter.com

Nombre: Dolores Ocaña

Actriz: Mari Paz Sayago

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 45-65 años
- Aspecto físico: Normal

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Casada
- Ambito familiar: Sin datos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Recepcionista
- Ámbito educativo: Estudios secundarios

Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, servicial y hospitalaria, alegre, graciosa, trabajadora, exagerada, charlatana, sincera y cotilla.

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, acento normal.



Fuente: antena3.com

Nombre: Rafael Almonte "Rafi"

Actriz: Alberto López

Rasgos físicos

- Sexo: Masculino
- Edad: 45-65 años
- Aspecto físico: Poco atractivo

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Casado
- Ambito familiar: Con hijos
- Clase social: Media-baja
- Ámbito profesional: Camarero
- Ámbito educativo: Estudios elementales

Rasgos psicológicos y de conducta: abierto, servicial, alegre, gracioso, trabajador y charlatán.

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, religioso, acento normal.



Fuente: antena3.com

Nombre: Isabel "Isabelita"

Actriz: Beatriz Cotobal

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 45-65 años
- Aspecto físico: Poco atractiva

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Casada
- Ambito familiar: Una hija
- Clase social: Media-baja
- Ámbito profesional: Cocinera
- Ámbito educativo: Estudios elementales

Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, alegre, trabajadora, exagerada, charlatana y sincera

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, acento normal.



Fuente: antena3.com

Nombre: José Gregorio Narváez "Jozé"

Actor: Salva Reina

Rasgos físicos

- Sexo: Masculino
- Edad: 25-44 años
- Aspecto físico: Normal

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Soltero
- Ambito familiar: Sin hijos
- Clase social: Media-baja
- Ámbito profesional: Celador
- Ámbito educativo: Estudios secundarios

Rasgos psicológicos y de conducta: abierto, servicial, alegre, gracioso, pícaro, charlatán, vago.

Rasgos culturales y lingüísticos: moderadamente inculto, acento exagerado.



Fuente: formulatv.com

Nombre: Piedad

Actriz: Antonia Gómez

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 25-44 años
- Aspecto físico: Normal

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Soltera
- Ámbito familiar: Sin hijos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Ama de casa
- Ámbito educativo: Estudios elementales

Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, alegre, graciosa, exagerada, charlatana y cotilla

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, costumbrista, acento exagerado y pronunciado.



Fuente: antena3.com

Nombre: Merche

Actriz: Carme Frigolet

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 25-44 años
- Aspecto físico: Normal

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Soltera
- Ámbito familiar: Sin hijos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Ama de casa
- Ámbito educativo: Estudios elementales

Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, alegre, graciosa, exagerada, charlatana y cotilla

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, costumbrista, acento exagerado y pronunciado.



Fuente: formulatv.com

Nombre: Lucí

Actriz: Carmina Barrios

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 45-65 años
- Aspecto físico: Poco atractiva

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Soltera
- Ámbito familiar: Sin hijos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Ama de casa
- Ámbito educativo: Estudios elementales

Rasgos psicológicos y de conducta: abierta, alegre, graciosa, exagerada, charlatana y cotilla

Rasgos culturales y lingüísticos: nivel cultural normal, amante del flamenco, costumbrista, acento exagerado y pronunciado.



Fuente: antena3.com

Nombre: Ángela Parrón

Actriz: Teresa Quintero

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 25-44 años
- Aspecto físico: Poco atractiva

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Sin datos
- Ambito familiar: Sin datos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Enfermera
- Ámbito educativo: Estudios universitarios

Rasgos psicológicos y de conducta: Seria, poco charlatana, firme, algo borde (poco abierta al diálogo), profesional.

Rasgos culturales y lingüísticos: culta, amante del flamenco, acento normal



Fuente: teinteresa.es

Nombre: Irene Escobar

Actriz: Rocío García

Rasgos físicos

- Sexo: Femenino
- Edad: 16-25 años
- Aspecto físico: Normal

Rasgos sociológicos

- Estado civil: Sin datos
- Ambito familiar: Sin hijos
- Clase social: Media
- Ámbito profesional: Enfermera
- Ámbito educativo: Estudios universitarios

Rasgos psicológicos y de conducta: Seria, servicial y amable, abierta e ingenua.

Rasgos culturales y lingüísticos: culta, amante del flamenco, acento normal

ANEXO 2. CAPÍTULO PRIMERA TEMPORADA ALLÍ ABAJO

CAPÍTULO	TÍTULO	DURACIÓN
1	África empieza en Burgos	1:10:40
2	Habitación 16	1:14:14
3	La de Begoña contra la Macarena	1:10:38
4	Allí arriba	1:13:48
5	Todos para uno	1:13:08
6	El encendido	1:14:29
7	El órdago	1:13:15
8	La virgen de los milagros	1:13:21
9	Agur Lehendakari	1:15:22
10	No sin mi hijo	1:19:33
11	Sevilla huele a azar	1:14:32
12	Y volver, volver	1:07:15
13	Maite Zaitut	1:14:57

ANEXO 3. VESTIMENTA DE LOS PERSONAJES ANDALUCES

- CARMEN

TRABAJO---- FUERA DEL TRABAJO



Fuentes: teinteresa.es y vemostv.com

- ROBER

TRABAJO----FUERA DEL TRABAJO



Fuentes: melty.es y antena3.com

- DON BENJUMEA

CLÍNICA----FUERA DE LA CLÍNICA



Fuente: antena3.com

- **TRINI¹¹**

TRABAJO Y FUERA DEL TRABAJO



Fuentes: teleprograma.fotogramas.es y youtube.com

- **RAFI E ISABEL**

TRABAJO ----- FUERA DEL TRABAJO



Fuente: antena3.com

- **DOLORES**

TRABAJO ----- FUERA DEL TRABAJO



Fuente: antena3.com

¹¹ En el caso de Trini, la vestimenta que luce es la misma dentro y fuera de la clínica.

- JOSÉ

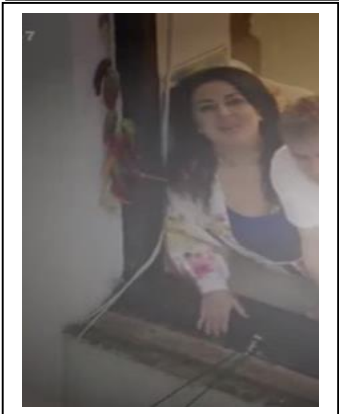
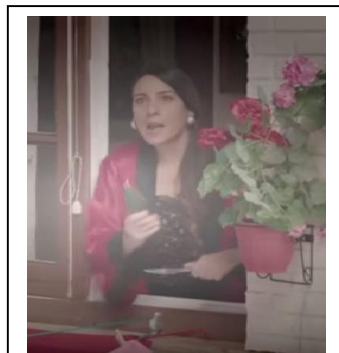
TRABAJO ----- FUERA DEL TRABAJO



- PIEDAD, MERCHE Y LUCI

CASA

FUERA DE CASA



Fuente: antena3.com



Fuente: antena3.com

- **ÁNGELA**

TRABAJO-----FUERA DEL TRABAJO



Fuente: antena3.com

- **IRENE¹²**

TRABAJO



Fuente: antena3.com

¹² A lo largo de la primera temporada, Irene solo aparece vestida con el uniforme de enfermera.

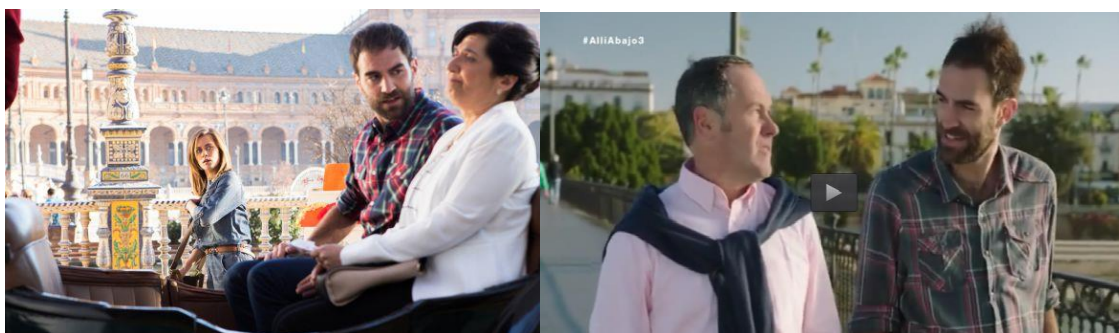
ANEXO 4. ANÁLISIS DE ELEMENTOS NARRATIVOS

- TIEMPO NARRATIVO

El tiempo en el que está ambientada *Allí abajo* no es fruto de la casualidad sino que guarda cierta correlación con la imagen que se quiere mostrar de Andalucía y los personajes que la envuelven. La ubicación temporal de la trama de la serie a principios del mes de abril muestra al espectador una Sevilla primaveral que se prepara para la llegada de la Feria de Abril. Es un momento de festividad, de júbilo, que invita a salir a las calles, donde más se puede apreciar la tradición folclórica andaluza y la alegría de sus gentes.

- ESPACIOS NARRATIVOS

El rodaje de *Allí abajo* se realizó en Sevilla y San Sebastián respectivamente. En el caso de la capital andaluza, la mayoría de los capítulos muestran a los personajes paseando por sus calles y barrios, como el de Santa Cruz, el tan emblemático puente de Triana o la plaza de España. De este modo, la situación en el propio lugar real donde se desarrolla la trama aporta un mayor realismo y colocan al espectador en el centro de la ciudad del Guadalquivir.



Fuente: antena3.com

El desarrollo de la historia y los ambientes que rodean a los protagonistas son los siguientes:



Fuente: antena3.com

La clínica Hispali: La inmensa mayoría de la trama de la serie transcurre en los rincones de la clínica Hispali. Es un escenario real, no un decorado, pero no se trata de un hospital sevillano, sino que la fachada externa corresponde a la Escuela de Estudios

Hispano Americanos. La productora quiso adaptar el escenario para que tuviera el aspecto de una clínica. De igual forma, los patios sevillanos que envuelven el interior, los pasillos y la cafetería de la clínica son una adaptación del palacio de Monsalves, situado en el corazón de la capital andaluza. (2 de julio de 2015, *ABC*). Un rincón emblemático, con



un estilo arquitectónico similar a la Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba, que transporta de nuevo al televidente a tierras andaluzas.



La clínica Hispalis se convierte así en centro de encuentro y trabajo de los personajes andaluces representados. Por su parte, la cafetería se podría decir que es el espacio de las confesiones, donde muchos de los protagonistas

muestran su carácter abierto, gracioso, atento y en algunas ocasiones cotilla.

La casa de Carmen. El hogar de la protagonista de la serie también corresponde a un escenario real, situada en la calle Alfarería, en el barrio de Triana.

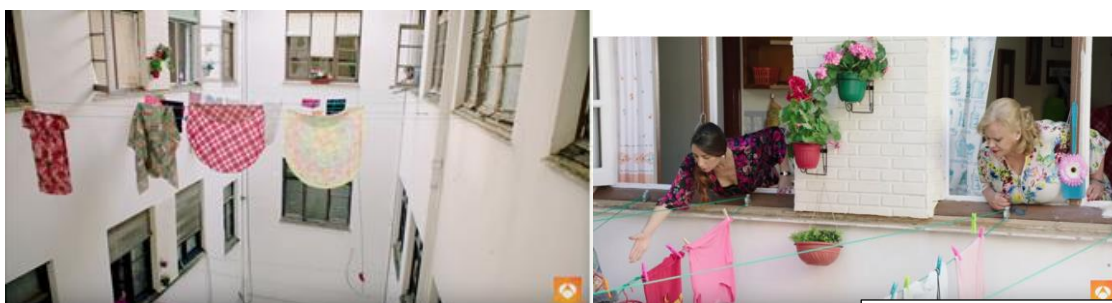


La casa de Carmen es un espacio de encuentro de los protagonistas y donde más se deja entrever el acercamiento entre andaluces y vascos, puesto que es el espacio físico de donde nace la relación entre Iñaki y la enfermera. La decoración podría corresponderse a la casa de cualquier español medio independientemente de su región de origen, pero hay algunos aspectos, como el abanico en una de las paredes o el mantón que decora la mesilla, que reflejan el perfil flamenco de la sevillana.



A su vez, el carácter cotilla de Luci, Piedad y Merche precisa de un escenario simbólico donde poder dar rienda suelta a su afán por

enterarse de la vida privada de los demás. Así, las tres vecinas se sitúan en el desarrollo de la trama en la ventana que conecta al patio típicamente andaluz de su hogar, un espacio con una acústica y unas vistas perfectas a la cocina de la joven enfermera.



Fuente: antena3.com



Fuente: antena3.com

La feria de Abril. El capítulo 6 *El encuentro*, traslada a todos los protagonistas a la Feria de Abril, donde más se puede apreciar el apego de los protagonistas andaluces por el arte, el baile y el cante flamenco. No obstante, la recreación

de este escenario, tal y como argumenta *ABC* a través de los comentarios depositados por los televidentes en las redes sociales, no se corresponde con la realidad, ya que “las casetas parecen de pladur” y llaman encendido al alumbrado. (13 de mayo de 2015, *ABC*). No obstante, cabe reiterar que el carácter fiestero y bebedor de los personajes en este capítulo no es un atributo que podamos hacer generalizable al conjunto de andaluces representados. No olvidemos que se trata de unos días de diversión y desinhibición donde el consumo de alcohol y el salir a divertirse hasta altas horas de la madrugada se corresponden con la normalidad, al igual que sucede en la semana de fiestas de cualquier otra ciudad española.