



**Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Trabajo de Fin de Grado
Grado en Periodismo**

Estudio y análisis de la serie de habla hispana más vista de Netflix: *La Casa de Papel*

**Alumna: Victoria Suárez Ferreira
Tutor: Dr. Luis Fernando de Iturrate Cárdenes**

**Curso académico
2019/2020**

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Objetivos	2
3. Hipótesis	2
4. Marco teórico	2
4.1. Historia de las series en España desde los 50's hasta los 00's	2
4.2. La simbología de La Casa de Papel y su impacto a nivel social	11
4.2.1. El efecto máscara y el color rojo	11
4.2.2. El papel de Bella Ciao	14
4.2.3. Impacto y apropiación social de los símbolos	15
4.3. La relevancia de los papeles femeninos en la ficción	18
4.4. El impulso del marketing y la publicidad de Netflix	22
4.5. La labor del periodismo en el guion de ficción	28
5. Metodología	30
6. Análisis y conclusiones	30
7. Bibliografía	33

1. Introducción

Es una evidencia que, la manera de consumir productos audiovisuales, ha cambiado en los últimos años y que cada vez se hace a mayor velocidad. Se podría decir, que la primera gran revolución en este sentido comenzó con YouTube. Esta plataforma que se fundó en 2005, actualmente es utilizada por 28 millones de personas al mes -solo en España- lo que supone el 60% de la población o, en otros términos, equivale al 88% de personas con acceso a Internet.

Pero esto no se queda aquí. Ahora mismo existen diversas plataformas que facilitan al usuario la opción de elegir que quieren ver, cuando y donde: HBO, Movistar +, Orange TV... y entre todas ellas, Netflix. A pesar de ser una opción que la tenemos muy presente, nació en 1997. Lo que al principio empezó siendo una compañía de alquiler de DVD con entrega vía postal, se ha convertido en una de las grandes empresas mediáticas en cuanto a producción audiovisual desde la concepción o adquisición del producto hasta su difusión a través de Internet.

Netflix cuenta con un gran catálogo de series y películas que acumulan millones de espectadores: *Stranger Things* con 64 millones, *Élite* con 20 millones, la exitosa película *Bird Box* con la suma total de 80 millones de espectadores... Pero, a pesar de cifras tan descabelladas, hay una producción española que se ha convertido en la serie de habla hispana más vista de su historia: *La Casa de Papel*.

Esta serie de televisión fue creada por Álex Pina -conocido por otros trabajos como *Los hombres de Paco*, *El Barco* o *Los Serrano*, entre otras- y producida por Atresmedia junto con Vancouver Media para su lanzamiento en Antena 3, emitiéndose por primera vez el 2 de mayo de 2017. La cadena, distribuyó las dos primeras partes de la serie en España y, posteriormente, Netflix adquirió los derechos de la misma para transmitirla. Asimismo, distribuyó a nivel mundial el contenido ya estrenado en diciembre de ese mismo año. La tercera y cuarta temporada son producto propio de Netflix bajo la producción de Vancouver Media.

Con la tercera parte, *La Casa de Papel* batió récords de audiencia. En las dos primeras semanas de emisión, acumuló mas de 34 millones de espectadores. Asimismo, el medio especializado Variety aseguró que esa cifra suponía el mejor registro global en la primera semana de una serie de Netflix en un idioma que no fuese inglés.

2. Objetivos

Los objetivos que se quieren alcanzar con esta investigación y que orientan el desarrollo de la misma son:

- Analizar el impacto social que ha tenido la serie a nivel mundial y cómo los espectadores se han apropiado de su simbología.
- Confirmar que el éxito de la ficción ha sido impulsado por el gigante Netflix.
- Asimismo, puntualizar en el tratamiento de las series en cadenas de televisión y medios online.
- Indagar en los procesos de marketing impulsados por la plataforma audiovisual.

3. Hipótesis

A partir de la información analizada y partiendo de los objetivos planteados anteriormente, se exponen las siguientes hipótesis con la intención de ser respondidas a lo largo de la investigación. Todas ellas, están planteadas desde la concepción, observación y posterior análisis de la investigadora:

- Se traslada el malestar de la sociedad a la ficción a través de un efecto Robin Hood entre los personajes y los espectadores.
- Socialmente, los espectadores adoptan símbolos de la serie en la vida real para hacer frente a sus luchas sociales.
- El potente y original marketing de Netflix es uno de los factores condicionantes en el éxito de sus producciones.
- Los periodistas juegan un papel crucial en el realismo dentro de la ficción a la hora de la realización de los guiones.
- El papel de la mujer en las producciones ha cobrado mayor relevancia en los últimos años.

4. Marco teórico

4.1. Historia de las series en España desde los 50's hasta los 00's

Para entender la evolución de las series de producción española, se plantea a continuación el contexto a nivel cultural y económico por el que se ha ido transformando la televisión. Esta va de la mano del contexto social de cada época en las que concretamente Televisión Española, fue la gran protagonista.

Para miles de españoles, la cadena ha permanecido y ha pasado de generación en generación, creando una serie de referencias e iconos a nivel cinematográfico, dramático, informativo y deportivo. A fin de cuentas, al tratarse de la televisión pública, ha acompañado a los televidentes a lo largo de la historia llegando a millones de hogares y convirtiéndose en un miembro más de las familias.

En sus inicios, la televisión en España era un concepto que estaba al alcance de muy pocos. Concretamente, se concentraba en la capital del país y poco a poco, se fue extendiendo por el territorio llegando a Zaragoza y más tarde a Barcelona. En esta última, se inauguraron los Estudios Miramar en 1959, que compitieron con los del Paseo de La Habana en Madrid. Esto fue posible gracias a una red de siete emisoras intermediarias que permitieron la conexión entre Madrid y Barcelona, dos de las principales ciudades de España. Además, la posibilidad de poder conectar con la capital catalana cobraba mayor importancia, ya que eso hizo posible la conexión con la red de Eurovisión. Esto permitió a los espectadores poder visionar la Copa de Europa.

En cuanto a la programación, inicialmente, constaba de tres horas diarias (de 21:00 a 00:00 horas). Esto supuso una tarea difícil para la cadena, ya que costaba rellanar ese espacio de emisión. Todos los programas se emitían desde un plató y en directo. Por otro lado, también contaban con una serie de películas que había cedido el No-Do en su momento, junto a otras tantas que facilitó la embajada norteamericana y un telecine. Un año más tarde, sumó una hora más a su tiempo de emisión, comenzando a las 20:15 horas y finalizando a la 01:00 horas de la madrugada durante los fines de semana. Asimismo, en 1959, se amplió a cinco horas cada día y esto se mantuvo durante la época del franquismo. En este tiempo, ya se producían un total de 40 horas de emisión, destacando programas como *Teatro en TVE*, uno de los primeros espacios dramáticos de la cadena, donde se retransmitían interpretaciones de zarzuela desde el mítico Teatro Apolo de Madrid. Esto supuso una ventaja a nivel económico, ya que permitió ahorrar en la elaboración de decorados. Todo ello, también supuso la salida de las cámaras de televisión a la calle.

TVE sobrevive en un contexto de crisis económica en medio de una dictadura, con pocos recursos. Es por ello, que en 1957 surgen los primeros anuncios publicitarios que, junto a una mejora de las finanzas del régimen, logran acabar con la inestabilidad del medio. Esto facilitó la expansión territorial de la cobertura de emisiones. Con esto, TVE se convierte en pionera de emisión masiva de publicidad. Asimismo, fue una de las primeras cadenas de televisión en todo el continente en importar series extranjeras, más concretamente, de producción estadounidense. Esto marcó la historia de la televisión en el marco de la etapa franquista.

A pesar de los años de censura, muchos realizadores, guionistas y periodistas trabajaron mano a mano y contracorriente para mantener viva la cultura televisiva en tiempos donde todo lo relacionado con la religión, la política o el sexo era mirado con lupa. Cualquier “error” podía suponer importantes consecuencias, así como despidos repentinos.

Cierto es que las series extranjeras jugaron un papel importante en las emisiones de la televisión española durante décadas, pero, también hubo productos nacionales que lograron ganarse la atención de los espectadores.

La 1 fue el primer canal de TVE y comenzó sus emisiones en 1956, en mitad de la dictadura de Francisco Franco. De esta época se pueden destacar cuatro producciones propiamente españolas:

- *Los Tele-Rodríguez* (1957-1958): Es considerada la primera serie de televisión en España y comenzó a emitirse justo cuatro meses después de que TVE empezara a emitir regularmente. Constó de 2 temporadas con episodios de 25 minutos aproximadamente. Es la precursora de las *sitcoms* (comedia de situación, en español) de nuestro país. La primera producción de este género tuvo lugar en Reino Unido en 1947 bajo el nombre de *Pinwright's Progress* y se continuó desarrollando en los Estados Unidos en los años 60.
- *Diego Valor* (1957-1958): Fue una de las primeras series de producción propia emitida por TVE. Realmente, se emitió por primera vez en 1953 en formato para radio para luego dar el salto a la televisión 4 años más tarde. Asimismo, está inspirada en la serie de cómic inglesa *Dan Dare*. Se produjo una única temporada de 20 episodios con una duración de 25 minutos cada uno.
- *Escenas de la vida vulgar*, y a veces titulada *Escenas de la vida conyugal* (1958-1958): Reconocida por ser uno de los primeros espacios de ficción emitidos en la historia de la televisión. Se caracteriza, además, por su corta duración ya que está formada por una única temporada con episodios de 15 minutos aproximadamente.
- *Palma y Don Jaime* (1959-1960): Fue uno de los primeros éxitos de TVE y a su vez una de las primeras series de ficción de producción propia, emitidas en España. Los capítulos tenían una duración de media hora aproximadamente y se emitieron alrededor de 41 capítulos de la misma.

Del 1959 en adelante, ya se habían iniciado numerosas conexiones con diversos puntos del país. Aparte de Madrid con Zaragoza y Barcelona, gracias al enlace hertziano se pudo conectar con Bilbao, Valencia, Sevilla y Santiago de Compostela, entre otras. Es por esto que se considera que la televisión

comienza a ser una referencia de modernidad en todo el territorio. En 1963, llegó la videocinta, lo que permitió grabar y posteriormente emitir la programación. Hasta entonces, todas las producciones se llevaban a cabo en los estudios del Paseo de La Habana en la capital. Un año más tarde, se inauguraron los estudios de TVE en Canarias, más concretamente en Las Palmas de Gran Canaria y los grandes estudios de Prado del Rey, que dieron mucho juego de ahí en adelante.

También, cabe destacar la aparición del segundo canal de TVE: La 2, en 1966 y conocida en sus orígenes como la UHF (siglas del inglés ‘Ultra High Frequency’). En este medio, se emitía toda la programación que tenía que ver con los deportes, la cultura y los contenidos de servicio público que acumulaban baja audiencia en La 1. Tres años más tarde, TVE estrena las emisiones en PAL y esto permite que se puedan emitir programas en color. A pesar de ello, no se contaba aún con las infraestructuras necesarias para llevar a cabo ese tipo de producciones. Sobre todo, la falta de cámaras y magnetoscopios a color es lo que retrasa esta práctica hasta 1973. De hecho, la retransmisión del Festival de Eurovisión en 1969, fue la primera producción de importancia en color de TVE. Se realizó desde el Teatro Real de Madrid con un equipo prestado por la BBC. El único problema fue que la emisión dentro del territorio español continuaba siendo en blanco y negro mientras que, para el resto de países, se visualizó en completo color.

De esta década, se pueden destacar las siguientes producciones:

- *Galería de esposas (1960-1960)*: Es la continuación de *Galería de maridos* que fue uno de los mayores éxitos de la televisión de la época. Los guiones de ambas, son obra de Jaime de Armiñán, uno de los directos y guionistas más reconocidos del mundo televisivo español. De hecho, recibió el Goya de Honor de parte de la Academia de Cine de España en el año 2014. *Galería de esposas* se trata de una comedia formada por una única temporada con capítulos de 25 minutos de duración.
- *Primera fila (1962-1965)*: Fue un espacio televisivo en el que se emitían obras de teatro. Se considera una de las pioneras de su género en la historia de la televisión y la precursora del posterior y famoso *Estudio 1*. En esos tiempos, fue el ejemplo por antonomasia de la manera de hacer una televisión donde la ficción estaba por encima de otros géneros. Asimismo, destacó por ser una producción propia y predominar sobre las creaciones extranjeras -concretamente, las norteamericanas-. En pocos años, este formato conquistó la parrilla televisiva.
- *Estudio 1 (1965-1984)*: Este programa estuvo en antena durante 19 años y consistía en la retransmisión de obras de teatro. Nació en la época dorada de los espacios dramáticos en TVE.

Por su larga trayectoria, se le considera el número 1 en el terreno de la representación teatral en televisión. Diariamente, se emitían una o dos obras teatrales y, la mayoría de las veces, se hacía en completo directo. Ocupó el hueco de su predecesor, *Primera fila*. Además, recibió el Premio Ondas a Mejor programa dramático en el año 1967.

- *Teatro de siempre (1966-1972)*: Convivió con *Estudio 1* pero se diferenciaba de este en que su abanico de contenidos era mucho más amplio, ya que contaba con material internacional. Esta práctica cobró importancia en TVE y para potenciarla, la cadena suscribió un convenio en colaboración con el Ministerio de Información y Turismo. Por otro lado, *Teatro de siempre* recibió un Premio Ondas en 1969.
- *Historias para no dormir (1966-1982)*: Fue una creación de Narciso Ibáñez Serrador, una de las figuras más emblemáticas de la televisión de España de la época. Comenzó a ganar fuerza en TVE en 1966. Tras esta producción, demostró su potencial y se consagró en el medio antes de idear *Un, dos, tres... responda otra vez*, el concurso de televisión más importante y conocido del país en toda su historia. *Historias para no dormir* es de género cinematográfico el cual, no se practicaba en la época ni en el cine ni en la televisión. Aún así, Ibáñez Serrador, dio sus primeros pasos en el género en series como *Estudio 3 (1963-1965)* y *Mañana puede ser verdad (1964-1965)* y recibió un Premio Ondas en 1969 como Mejor Autor. Cabe destacar la labor Ibáñez Serrador durante la época de la dictadura ya que, a pesar de la censura, logró sugerir sin mostrar, permitiendo que las historias alcanzaran una gran calidad.
- *¿Es usted el asesino? (1967-1967)*: Esta serie está dirigida por Narciso Ibáñez Menta -padre de Narciso Ibáñez Serrador- quien abandonó Argentina junto a su hijo para venir a España a trabajar en la joven TVE. Anteriormente, ambos habían realizado algunos trabajos para Canal 9 de Buenos Aires, donde arrasaron con sus producciones de temática fantástica y de terror. Tras la creación de *¿Es usted el asesino?*, Ibáñez Menta se consagró como el maestro del terror español. Esta ficción se convirtió en un absoluto éxito en la España de finales de los 60 y principios de los 70 y es que, durante nueve lunes, millones de espectadores sintonizaban TVE para disfrutar de la serie. Cabe destacar que, por aquel entonces, no todo el mundo tenía televisión en casa lo que provocó que miles de familias y vecinos se reunieran en un mismo salón o incluso, acudieran a los bares para poder disfrutar de esta obra de Ibáñez Menta.

Entre 1969 y 1971, se empezaron a llevar a cabo de forma esporádica, algunas producciones a color gracias a la introducción de cámaras de cine en el ámbito televisivo. Ya en 1972, llegan los primeros magnetoscopios y cámaras en color, lo que provocó una planificación de una programación mixta entre programas en color y en blanco y negro. La adaptación fue progresiva puesto que, hasta el año 1977, no desaparecen de forma total las producciones en blanco y negro.

Entre las series más destacadas de esta época se encuentran:

- *Crónicas de un pueblo (1971-1974)*: Fue la primera obra televisiva que dirigió el reconocido director y guionista de cine y televisión español, Antonio Mercero, al comenzar a trabajar en TVE. Esta serie fue propuesta por el almirante Luis Carrero Blanco con el fin de propagar las leyes franquistas del reino. Permaneció durante tres años en antena con absoluto éxito.
- *360 grados en torno a... (1972-1972)*: Destaca en esta década por ser una de las primeras producciones de TVE en color. A pesar de esto, en la época de su estreno, se emitió en blanco y negro.
- *Los libros (1974-1977)*: La literatura seguía teniendo un papel importante en la producción de programas y series de televisión. De hecho, *Los libros* es considerada como el proyecto más ambicioso de esos tiempos. Se trataba de una serie totalmente en color dedicada a la divulgación de los autores y obras más reconocidos de la literatura tanto universal como española.
- *Cañas y barro (1978-1978)*: Esta serie supuso un antes y después en la TVE ya que, a partir de esta, se empezaron a adaptar grandes novelas de autores españoles de los siglos XIX y XV a la televisión. Asimismo, la continuación de esta fue *La barraca* en 1979 seguida de *Fortunata y Jacinta* en 1980, *Los gozos y las sombras* y *Juanita, la Larga* en 1982, *El mayorazgo de Labraz* de 1983, *Los pazos de Ulloa* en 1985 y *La Regenta* en 1995.
- *Curro Jiménez (1976-1978)*: Esta creación de Antonio Larreta, actor, escritor y dramaturgo uruguayo, fue otro de los éxitos de TVE. De hecho, está encasillada en el top 5 de series más vistas de la historia del Archivo de RTVE. En su momento, no se apreciaron del todo los valores progresistas que se exponían enfocados, sobre todo, a la libertad social. Esta lectura, la realizaron posteriormente diversos autores, teniendo en cuenta el contexto histórico en el que se enmarca la serie.

Los años 80 trajeron consigo una época contradictoria a la par de asombrosa debido a la revolución a nivel cultural, social y político. Fueron los tiempos de la conocida ‘Movida’, donde la sociedad española vivió cambios esenciales que afectaron al entorno familiar, donde se empezó a entender la pluralidad en los modelos de familias; a la mentalidad, ya que la mujer buscaba cada vez más la igualdad y en general, en los aspectos socioculturales. Todo ello produce que los españoles se vuelvan más tolerantes, curiosos y exigentes. Asimismo, y por primera vez en la historia de la televisión en España, se publica en 1980 un reglamento con rango de ley: el Estatuto de la Radio y la Televisión. El objetivo de este era establecer unos principios que regularan el sistema televisivo.

Fue una década de grandes producciones como, por ejemplo:

- *Verano azul (1981-1982)*: Una de las grandes series de la historia de la televisión y otra de las grandes obras de Antonio Mercero. Fue vista por más de 20 millones de espectadores y fue adaptada y emitida en numerosos países del extranjero como Portugal, Angola, Yugoslavia, Polonia, Francia, Bulgaria y varios países de Latinoamérica, entre otros muchos puntos del mapa. Asimismo, es una de las series que más veces se ha emitido en la historia de la televisión en España. Una característica primordial de *Verano azul*, fue que rompió con todos los esquemas que había heredado la televisión en la época del franquismo. Se trataban temas como el divorcio, la libertad en todos sus aspectos, los derechos de protesta... temáticas muy ligadas al contexto social que se estaba viviendo en la época. Además, fue galardonada con infinidad de premios como el TP de Oro en 1981 a Mejor Serie Nacional.
- *Los gozos y las sombras (1982-1982)*: Basada en la novela homónima de Gonzalo Torrente Ballester, recibió numerosos reconocimientos como el Premio TP de Oro en 1982 a Mejor Serie Nacional, un Premio Ondas a Mejor Serie Nacional e incluso, traspasó fronteras recibiendo un Premio ACE en Nueva York a Mejor Serie de TV.
- *Tristeza de amor (1986-1986)*: Una de los aspectos más novedosos es que fue la primera serie de televisión en España que se grabó íntegramente en vídeo a diferencia de todas las anteriores que se solían grabar con cámaras de cine. Por otro lado, y en el marco social de la época, se tratan temas que antes ni se mencionaban como el acoso laboral, la homosexualidad e incluso, la transexualidad.
- *Lorca, la muerte de un poeta (1987-1988)*: Bajo la dirección de Juan Antonio Bardem, la serie se estrenó en la 32ª edición de la Semana Internacional de Cine de Valladolid. Resultó ser hasta la fecha, la única producción española que recreó la vida y muerte del reconocido escritor, poeta y dramaturgo español, Federico García Lorca. Se emitió en formato de miniserie, con 6 capítulos de 1 hora de duración cada uno. Asimismo, recibió el TP de Oro a Mejor Serie Nacional en 1988 y el Gran Premio de la Crítica en la categoría de Programas de Ficción en el Festival de Montecarlo en 1988.

Los años 90 fueron sinónimo de competencia ya que, la parrilla no estaba liderada únicamente por La 1 y la 2 sí no que, entran en juego una serie de medios privados y de pago: Antena 3, Telecinco y Canal +. Además, esta década estuvo marcada por los JJOO de Barcelona y la Expo de Sevilla en 1992. En términos sociales, económicos y políticos, fueron unos años convulsos. Por ello, la televisión cobró un papel importante, de nuevo, acompañando a las familias en un intento de calmar

los ánimos. Aún así, al igual que los espectadores luchaban y le hacían frente a la crisis económica, no fueron tiempos fáciles para las cadenas ya que batallaban entre ellas para ganar audiencia, publicidad y el capital necesario para seguir emitiendo. Esto también obligó a la televisión pública a reinventarse frente a las cadenas privadas que irían cobrando más y más fuerza.

- *Farmacia de guardia (1991-1995)*: Se emitió en horario de noche en Antena 3 y estuvo bajo la dirección de Antonio Mercero, quien anteriormente, frecuentaba TVE. Contó con 5 temporadas, acumulando un total de 169 episodios de media hora cada uno. Actualmente, esta serie es la más vista de la historia de España con un 48% de media de cuota de pantalla. Fue galardonada con el Premio TP de Oro a Mejor Serie Nacional durante 4 años y recibió un Premio Ondas a Mejor Serie Nacional en 1992. También, consiguió el Premio ADIRCAE a Mejor Serie de televisión.
- *El Quijote de Miguel de Cervantes (1992-1992)*: Consta en el Archivo de RTVE como una de las 5 series más vistas de su historia. Fue seguida por una media de 4.583.000 espectadores posicionándose como una de las producciones no comerciales con mejores resultados de audiencia. De hecho, el día de su estreno, concentró a 7.237.600 espectadores frente al televisor lo que equivale a un 45,2% de *share*. Recibió un TP de Oro a Mejor Serie Nacional de drama y un premio en el Festival de Televisión de Cannes a Mejor Serie en el mismo año.
- *Médico de familia (1995-1999)*: Se emitió en Telecinco y lideró su franja de emisión durante 4 años. Con una duración de nueve temporadas y una media de 7.524.000 espectadores, se considera una de las series míticas de nuestra televisión. Recibió infinidad de premios entre los que se encuentra un Premio Ondas en 1996 a Mejor Serie Nacional y un Premio Zapping a Mejor Serie en 1999. Asimismo, recibió durante cuatro años consecutivos el Premio TP de Oro a Mejor Serie Nacional.
- *Manos a la obra (1998-2001)*: Durante 3 años, ocupó y fue líder en la noche de los jueves de Antena 3. Ni La 1 ni los grandes estrenos cinematográficos lograron quitarle el puesto a esa producción de Vicente Escrivá y Ramón de Diego, sus creadores. Tal fue su éxito, que su primera temporada alcanzó una media de 5.386.000 espectadores colocándose por detrás de la mítica ficción, *Médico de familia*.
- *Periodistas (1998-2002)*: Fue otra de las grandes series de éxito durante sus 4 años de emisión. Se emitió en Telecinco y se encontraba a la altura de *Médico de familia*, *Manos a la obra* y *Compañeros* en cuanto a registros de audiencia.
- *Compañeros (1998-2002)*: Se emitió en Antena 3 y supuso durante 4 años una referente en de la televisión en España. Recibió un Premio Ondas a Mejor Serie Nacional en 1999 y el TP de Oro a Mejor Serie Nacional durante dos años consecutivos, en el 2000 y en el 2001.

- *7 vidas (1996-2006)*: Se trata de la ficción semanal más longeva en la historia de la televisión por detrás de *Cuéntame cómo pasó*. Se emitió en Telecinco y además, fue la pionera de la comedia de situación o *sitcom* en España. A partir de esta, se creó *Aída* que también logró altos números de audiencia en la década de los 2000.

Finalmente, con la llegada de los 2000 entra en juego la explotación de Internet y otros formatos televisivos que cobraron fuerza como los *realities*. Entre todo esto, llega la TDT y las nuevas plataformas de *streaming* online como Netflix, HBO, Vodafone TV, Movistar + o Orange TV que ofrecen un catálogo más amplio y la carta.

- *Aída (2005-2014)*: Se trata de la comedia española más longeva de la televisión. Surgió como un *spin off* de la ya conocida, *7 vidas*. Logró ser líder de audiencia durante los nueve años que permaneció en pantalla. Asimismo, en la temporada 2006-2007, se convirtió en la ficción española más vista y la temporada española y extranjera con mayor índice de audiencia. Más de la mitad de sus capítulos, ocupaban la franja central de la parrilla de Telecinco. Su último episodio, emitido en junio de 2014 consiguió un total de 4.230.000 espectadores. Tanto sus actores y actrices, así como la propia producción, recibieron numerosos premios a lo largo de los años como un Premio Ondas en 2006 a Mejor Serie Nacional.
- *Aquí no hay quien viva (2003-2006)*: Esta serie de Antena 3 se ubicó en la franja central de Antena 3 durante sus años de emisión. Finalizó en julio de 2006, acumulando un total de 90 capítulos y obteniendo más del 40% de la cuota de pantalla. Así, se convirtió en la serie más vista de la década de los 2000 en España y una de las más exitosas de la historia de la televisión. También, se emitió en numerosos países del extranjero. Los expertos y críticos apuntan a que su éxito se basa en que se trata de una serie coral, donde todos los personajes comparten prácticamente el mismo protagonismo. Otro de los puntos fuertes que logró que la serie tuviese más personalidad y estilo, tiene que ver con su banda sonora. Se trata de una canción interpretada 'a capela' por el ya desaparecido grupo, Vocal Factory. Este tema, se convirtió en uno de los sellos de la producción.
- *Cuéntame cómo pasó (2001-Actualidad)*: Con más de 370 episodios emitidos y unas 20 temporadas, esta serie ubicada en *prime time*, se considera la más longeva de la historia de la televisión en España. Se emite originalmente en La 1 pero también desde TVE Internacional, Clan, RTVE a la carta, Star TVE HD y Amazon Prime Video. Además, se ha adaptado para numerosos países como Portugal, Italia y Chile. En cuanto a reconocimientos, la lista de galardones que ha recibido *Cuéntame cómo pasó* es enorme. Tanto el equipo de la producción, como sus actores y actrices y la propia serie en sí, han resultado galardonados con numerosos

premios, pero sin duda, el más grande es el del público. Las cifras de audiencia rondan entre los 2 millones de espectadores y los casi 7 millones, en función de la temporada. El rodaje de la 21ª temporada estaba previsto para abril de 2020 para emitirla en otoño del mismo año pero, debido a la crisis del COVID-19, se ha paralizado hasta finales de agosto. Por lo mismo, aún no hay fecha confirmada para el estreno de esta.

- *Los Serrano (2003-2008)*: Se emitió en Telecinco y desde el día de su estreno se convirtió en uno de los espacios con mayor audiencia de la cadena. De hecho, en 2004, fue el programa más visto en España y mantuvo de forma regular el liderazgo en cuanto a audiencia en su franja horaria. El respaldo del público fue innegable y de la misma manera, también recibió múltiples premios de los que destaca un Premio Ondas a Mejor Serie Nacional. Por otro lado, también fue galardonada con un Premio Micrófono de Oro, un Premio Fotogramas de Plata, un Premio Zapping y uno concedido por la Academia de la Televisión. Además, se ha emitido su versión original en numerosos países. Al igual que con *Aquí no hay quien viva*, su banda sonora, composición de Fran Perea, se convirtió en uno de los sellos de la serie.
- *Los hombres de Paco (2005-Actualidad)*: Esta creación de Daniel Écija y Álex Pina -creadores de *Los Serrano* y *Periodistas*- fue todo un éxito de Telecinco hasta el año 2010, cuando se dio por finalizada. En abril de 2020, se anunció la vuelta de esta serie bajo la producción de Atresmedia. Asimismo, se emitió en países del extranjero como Argentina, República Checa, Hungría, Italia y Marruecos, entre otros.
- *Física o química (2008-2011)*: Se emitió en Antena 3 y obtuvo una gran aceptación por parte del público más joven. Contó con 7 temporadas, cerrando la serie con un total de 77 episodios de 80 minutos aproximadamente. Recientemente, en abril de 2020, se comunicó la preparación y realización de una miniserie para Atresplayer Premium en la que se contarán con protagonistas de la serie original como Ana Milán. Comenzó en 2008 con un 20,9% de *share* y 3.620.000 espectadores situándose como el segundo mejor estreno de ficción del año. La serie, aún así, recibió críticas negativas en su momento por su similitud con la serie británica *Skins* pero, a pesar de esto, contó con un respaldo fiel por parte de su audiencia y cosechó un gran éxito incluso en el extranjero, siendo emitida incluso en otros idiomas. Asimismo, fue galardonada con numerosos premios como por ejemplo, el Ondas a Mejor Serie Nacional en el 2009.

4.2. La simbología de La Casa de Papel y su impacto a nivel social

4.2.1. El efecto máscara y el color rojo

Recordamos a muchos personajes de ficción como Batman o Spiderman por este accesorio que cubre sus rostros. No es algo nuevo. Ha perdurado en el tiempo y se ha vuelto muy característico ya que da grandes resultados. A estos héroes, se les ha reconocido por sus diseños y vestimentas. En el caso de la máscara, se consigue un doble efecto: el de lograr que el público lo identifique rápidamente y el de proteger algo tan valioso como el anonimato ante labores de riesgo.

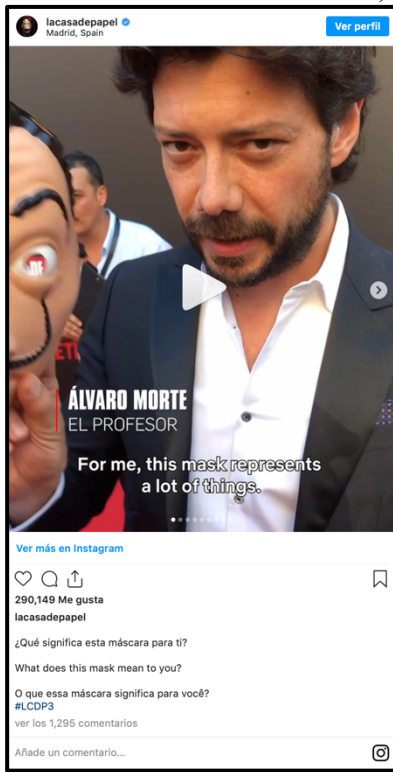
De hecho, uno de los elementos más característicos de *La Casa de Papel* es la utilización de máscaras con la cara del pintor del siglo XX, Salvador Dalí. Estas son escogidas por el cerebro de la operación, El Profesor, para que la lleven los atracadores y de alguna forma, crear un concepto de unidad que, a su vez, serviría para ocultarse y despistar a las fuerzas del orden. La elección de estas, fue planteada por El Profesor en el capítulo 1 y con esto, se abre el debate de si son lo verdaderamente adecuadas para causar miedo entre los rehenes. Sobre esto, Berlín, uno de los atracadores principales, cierra la discusión afirmando que: “Con un arma en la mano, te aseguro que da más miedo un loco que un esqueleto”.

Un dato curioso sobre este hecho es que, al principio se habían planteado otras opciones. Migue Amedo, director de fotografía de la serie, desveló en un vídeo que se subió a las redes de la productora, Vancouver Media, lo siguiente: “Estuvimos barajando la posibilidad de que fueran otros



personajes como Pablo Picasso, que fuera una máscara cubista o El Quijote, que representaba muchos valores muy españoles y también esa locura y empuje hacia lo imposible que tenían algunos personajes”. Siguiendo esta línea, la locura es uno de los adjetivos con los que se relaciona a Dalí. En cada sociedad, están estipulados ciertos códigos civiles y morales a seguir, los cuales el pintor, en su tiempo, rechazaba completamente. Por ello, plasmaba en sus obras su propia realidad en las que exponía, además, cuestiones sociales. Aquí es donde se encuentra una relación más directa con la serie ya que, la producción de Álex Pina, parte de ese enojo social ante la imposición de lo aceptado. De hecho, a Dalí se le consideró en su tiempo como una figura alocada, ya que era muy adelantado a su época por su forma de entender la imposición social de un pensamiento. Sobre esto, el pintor dejó una reflexión que se volvió célebre en este ámbito: “El payaso no soy yo, sino esa sociedad tan monstruosamente cínica e inconscientemente ingenua que interpreta un papel de seria para disfrazar la locura”.

Asimismo, sobre este símbolo, los propios protagonistas de la serie expusieron el significado que tiene para ellos durante la *premiere* de la tercera temporada, que tuvo lugar en los Cines Callao de Madrid en 2019. Por un lado, Álvaro Morte, quien le da vida a El Profesor aseguró que para él “esta



máscara significa muchas cosas, pero sobretodo, significa el espíritu que encarna la resistencia”. Del mismo modo cree que “muchacha gente se ha enganchado a *La Casa de Papel* por ese sentimiento que provoca que el pez pequeño puede contra el pez grande” ya que “todos los hemos sentido así en alguna ocasión”. Por otro lado, Pedro Alonso, quien encarna a Berlín apuntó que “es un símbolo de un espíritu que tiene que ver con el artista que de pronto, ha trascendido ciertos límites y ha servido como soporte para hacer visible una forma de resistencia con corazón y humor”. Para concluir, Palermo, personaje interpretado por Rodrigo de la Serna, aseguró que “esta máscara es un objeto de consumo de masas pero, alguna vez, fue un pintor que trabajó para las masas”. En resumen, todos ellos apuntan a la idea de la representación de resistir y revelarse sobre lo que está impuesto socialmente.

Pero, esta práctica ya se ha visto reflejada en otras producciones incluso cinematográficas como *V de Vendetta* (2006), adaptación de la novela gráfica *V for Vendetta*. En esta película se muestra el personaje protagonista, V, que lucha por la libertad y la destrucción de un estado fascista en Inglaterra ocultando su identidad bajo una máscara de Guy Fawkes (conspirador inglés y miembro de la conspiración de la pólvora). Este, intentó detonar y volar por los aires la Cámara de los Lores en Londres en 1605. Desde su estreno, miles de manifestantes por todo el mundo han adoptado esta máscara para protestar en contra de los estados políticos de sus países y contra las entidades financieras. Así, cuando todos la llevan, se crea un sentimiento de identidad y compromiso común. Esto también lo vemos reflejado en *La Casa de Papel* ya que, no solo es la seña de identidad de los atracadores si no que, en la ficción, la población empatiza con ellos y muestran su apoyo por fuera de la escena del crimen vistiendo de la misma forma.

De esta forma, la máscara de V puso sobre la mesa la forma en la que los grupos sociales se empiezan a apropiarse de expresiones estéticas de la ficción para llevar a cabo sus protestas (Erreguerena, 2011; Kammerer, 2012). A su vez, iconos de consumo de masas se convierten en dispositivos que construyen una forma particular de entender y ver la realidad social (Thompson, 2002). En resumen,

el espectador se siente identificado con lo que ve en la ficción y lo adopta en su vida como seña de protesta.

Asimismo, los personajes principales de la ficción van vestidos con un mono rojo, creando de nuevo, ese sentimiento de unidad. La importancia de este hecho en sí, es el color ya que, no solo los monos -que son un elemento principal- si no que, otros objetos de la serie como el teléfono que usa El Profesor, principalmente en la primera temporada, es de este color.

A priori, puede parecer un detalle sin profundidad, pero los colores también comunican. En concreto, el rojo significa vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. También, significa audacia, valor y coraje. Por otro lado, está incluido en el grupo de colores ardientes por lo que se considera un color que, especialmente, consigue proyectar hacia fuera y atraer la atención (Fraticola, 2010).

4.2.2. El papel de *Bella Ciao*

Bella Ciao, es el tema principal de la serie. Se trata de una canción popular italiana que se traduce como “Adiós, bella” al español. Esta, fue adoptada como un himno de la resistencia antifascista italiana. A pesar de que fue utilizada por los partisanos italianas entre los años 1943 y 1945, se cree que su origen fue anterior. Algunas fuentes, apuntan que las mujeres trabajadoras de los arrozales, ya entonaban esta canción a finales del siglo XIX como protesta contra las duras condiciones de trabajo en los campos del norte de Italia. Por otro lado, también se cree que su origen y popularidad comenzó a finales de la década de los 60, donde los estudiantes y obreras del Mayo francés la utilizaban en sus protestas. Aún así, su origen más conocido data de mitades de los años 90, formando parte de la Resistencia italiana, quienes estaban en contra de la Alemania nazi que ocupaba Italia en la Segunda Guerra Mundial. Por ello, se encuadra a esta popular canción como un himno de libertad y resistencia (ambos, dos sentimientos que envuelven a *La Casa de Papel* durante toda su trama).

Los personajes en la ficción, también recurren al canto de este tema durante varias veces a lo largo de las temporadas para hacer referencia a ese sentimiento de unión y resistencia que tanto caracteriza a la serie. La primera vez que aparece, es en el capítulo 13 de la temporada 1, donde El Profesor y Berlín mantienen un encuentro mientras terminan de planear el atraco.

Sea de la manera que sea, se podría concluir que *Bella Ciao* consigue expresar a la perfección la rebelión por parte del pueblo haciendo que se convierta con los años, en un canto popular puramente

ideológico. De hecho, al principio de la serie, Tokio quien narra la historia, cuenta que “la vida de El Profesor giraba en torno a una única idea: Resistencia”, remarcando, de nuevo, ese sentimiento de revolución que, El Profesor, había aprendido de su abuelo, quien sobrevivió junto a los partisanos para vencer a los fascistas en Italia.

4.2.3. Impacto y apropiación social de los símbolos

En julio de 2019, un grupo de hombres armados robaron en Brasil 720 kilos de oro, lo que equivale a más de 30 millones de euros. Esto tuvo lugar exactamente en una terminal de carga del aeropuerto de Sao Paulo, una de las zonas más transitadas del país. Además, también se apropiaron de diferentes metales preciados. La relación de este robo con *La Casa de*



Papel se encuentra en su modus operandi ya que, los atracadores se hicieron pasar por la policía para poder acceder y llevarse lo que estaban buscando. Recuerda a la ficción, sobretodo, porque vestían trajes negros e insignias de la Policía Federal de Brasil, tal y como lo hicieron los personajes en la serie para entrar al Banco de España. Otro suceso similar tiene lugar en México en agosto de 2019, cuando una banda criminal atraco La Casa de la Moneda. Estos se llevaron 2,2 millones de euros.

Al igual que en la ficción, los espectadores han entendido el mono rojo y las máscaras de Dalí como símbolos de resistencia en las protestas contra el sistema. A principios de octubre del pasado año, un grupo de iraquíes en Bagdad y en el sur de Irak, comenzaron a manifestarse debido a la falta de servicios públicos, el desempleo y la mala gestión de sus gobernantes. Así, salieron a las calles con la vestimenta que usan los protagonistas de la serie y coreaban su propia versión del ya conocido *Bella Ciao* bajo el nombre de “Blaya Chara” lo que significa “no tiene sentido” en árabe iraquí. Asimismo, Efe Mohamed, fundador del grupo After Dark, que inició este movimiento apuntó lo siguiente: “Cuando oímos *Bella Ciao* en la serie, pensamos hacer algo artístico, espontáneo y dedicárselo a los manifestantes”.



También, en la tercera temporada, se hace alusión a un hecho que tuvo lugar en Argentina. Miles de mujeres se concentraron en la puerta del Congreso de La Nación para exigir la legalización del aborto.



En octubre de 2019, se produjeron numerosas movilizaciones en Chile en la que, la máscara del pintor español, volvió a convertirse en protagonista tras la popularidad que ha alcanzado tras el éxito de la serie.

Por otro lado, en el Líbano, también encontraron inspiración en la canción popular italiana para convertirla en la banda sonora de sus protestas. Una banda libanesa llamada Siba, conocieron la

tonada Italiana a través de la serie y empezaron a tocarla en las manifestaciones. “Queríamos hacer una expresión artística para la revolución, así que mezclamos la canción con nuestras letras libanesas”, explicó Karim Shaarani a EFE, quien es mánager de este grupo principalmente formado por adolescentes. Asimismo, numerosos artistas y personas influyentes, han realizado su propia versión de *Bella Ciao* respetando la letra original, alcanzando enormes cifras. Un ejemplo de ello sería Azza Zarour, celebridad e *influencer* palestina quien logró más de 6,5 millones de visitas en su lanzamiento.

En el marco nacional, en octubre de 2019, cientos y cientos de personas alzaron la voz al ritmo de *Bella Ciao*, para protestar contra la sentencia del juicio del *procés* llegando a colapsar el aeropuerto del Prat en Barcelona.

También la ficción ha inspirado en el ámbito deportivo. En febrero de 2018, los hinchas del Al Ittihad, de Arabia Saudí, desplegaron una gran pancarta con referencias de la serie. En ella se diferenciaba al entrenador chileno Carlos Villanueva -en el centro como si fuese El Profesor- y a cuatro jugadores, dos a cada costado, con máscaras de Dalí.



Por otro lado, en mayo de 2018, en Perú, varios hinchas de la selección peruana aparecieron en el recinto vestidos como la banda y enseñaron una pancarta que nombraba a El Profesor, refiriéndose al entrenador del equipo, Ricardo Gareca.



Asimismo, ese mismo mes, el Atlético de Madrid, utilizó la vestimenta y la canción italiana para la creación del himno de la Europa League.



4.3. La relevancia de los papeles femeninos en la ficción

Para observar la trayectoria y evolución que ha tenido la presencia femenina en las series y programas de televisión, se exponen a continuación varias series de TVE entre los años 60 y 80.

En primer lugar, destaca en 1960, *Mujeres solas*. Se trata de una de las series más antiguas de la historia de la TVE, escrita y dirigida por Jaime de Armiñán. Asimismo, el año siguiente, se emitió

Chicas en la ciudad (1961), su continuación. Esta producción está protagonizada, principalmente, por cuatro chicas. Se narra en tono humorístico su particular forma de vivir la vida en Madrid en una residencia para mujeres. Asimismo, se mostraba el prototipo de vida que se quería alcanzar, donde las mujeres jóvenes hacían lo que querían y lo que no podían hacer en el hogar paterno. Se caracteriza por su lenguaje sencillo y moderno, a partes iguales, evitando un vocabulario ofensivo.

Por otro lado, en 1977 se emitió *Las viudas*, protagonizada por la actriz española, Lola Herrera, que ha participado, también, en programas tan reconocidos como *Historias para no dormir* (1966-1982) y en *Estudio 1* (1965-1984). Los guiones, estaban escritos por Francisco Ors, dramaturgo español especialmente conocido por *Contradanza*, una obra teatral de años 80 que fue la pionera en la defensa de los derechos homosexuales. Está protagonizada por diversas mujeres y se narra, en tono de humor, como es el día a día de distintas mujeres viudas. Cabe destacar el episodio número dos, emitido el 5 de abril de 1997, ya que se expone por primera vez en televisión lo hoy conocido como violencia de género. En ese mismo año, vio la luz entre febrero y marzo, *Mujeres insólitas*. Creada por José López Rubio y bajo la dirección de Cayetano Luca de Tena, reproduce momentos memorables de diversas mujeres célebres a largo de la historia de la humanidad. Constó de una única temporada, de 8 episodios con 1 hora de duración.

Por último, en 1984 destaca *Proceso a Mariana Pineda*. Se trata de una miniserie que estuvo en La 1 de TVE entre noviembre y diciembre de ese año. Se centra en el siglo XIX y cuenta la vida de Mariana Pineda, personaje histórico liberal que luchaba por las libertades sociales en el marco del reinado del monarca absolutista, Fernando VII.

En cambio, en la década de los 2000 podemos destacar dos producciones, principalmente: *Aída* (2005-2014) y *Mujeres* (2006-2006). La primera, es considerada la comedia más longeva de la televisión. Además, es la continuación de la también exitosa, *7 vidas*. *Aída*, se emitió en Telecinco y fue líder de audiencia en sus dos primeras temporadas, así como la ficción española más vista. Está protagonizada por Carmen Machi, quien encarna a *Aída García*. La trama se basa en la vida de la protagonista, quien regresa a Esperanza del Sur, el barrio obrero donde se crio toda su vida. En la historia, se plantean el día a día y los conflictos de las consideradas clases más bajas, desde el humor. En el caso de la protagonista, se trata de una persona sin estudios, pero, también tenemos el caso de su vecina, Paz Bermejo, que es prostituta. Por otro lado, *Mujeres*, se trata de una serie documental en la que las mujeres son las protagonistas totales de la historia. Además, cabe destacar la tarea de Pedro Almodóvar como productor ejecutivo de esta producción emitida en La 2. En ella, se cuenta la vida de tres generaciones de mujeres de distintas edades y distintos ámbitos sociales o profesionales. Lo

que se buscó fue mostrar, en primera persona, sus labores profesionales y experiencias más enriquecedoras y así realzar la importancia de la figura femenina en sociedad.

Del 2010 hasta la actualidad, podemos encontrar diversas series nacionales, en las que la mujer está al frente o tiene gran peso en la trama. Un ejemplo podría ser el capítulo número cuatro de la serie gallega *Fariña* (2018-2018), emitida inicialmente en Antena 3 e incluida en el catálogo de Netflix. En dicho episodio, las mujeres de los mafiosos toman el control del negocio. Este hecho es destacable ya que, en las producciones de este género y, en general, en tramas de este tipo, la figura de la mujer se mantiene distante. Estamos acostumbrados a ver al hombre al frente de este tipo de prácticas mientras que sus mujeres evitan conocer a que se dedican o que llevan entre manos.

Otra observación interesante es la que se saca de *El Embarcadero* (2019-2020), creación de Álex Pina y difundida por Movistar+. El eje central de la historia está en Óscar, el marido de Alejandra. Este muere de manera sospechosa y, a raíz de esto, su mujer descubre que Óscar lleva una vida paralela a sus espaldas. A partir de entonces, Alejandra se pone a investigar y conoce a Verónica, quien llevaba una aventura romántica en secreto con su difunto marido. Se podría decir, que, en este caso, el papel masculino resulta detonante para que Alejandra y Verónica se conociesen y empezasen a convivir y ayudarse mutuamente para sobrevivir, a pesar de lo que pasaron.

Álex Pina también es una de las mentes pensantes que está detrás de otra de las grandes series de nuestro país: *Vis a Vis* (2015-2019). Se emitió sus dos primeras temporadas en Antena 3 y la cadena decidió no renovarla pero, en 2017, Fox España, Atresmedia y Globomedia, firmaron un acuerdo para lanzar otra temporada. Debido al éxito, finalmente se grabaron 4 temporadas y posteriormente, se distribuyó en Netflix a nivel mundial. Esta producción cuenta con los personajes femeninos más agresivos y con mente fría que recuerda la televisión española: Zulema y Saray, encarnadas por Alba Flores y Najwa Nimri, respectivamente. Destacan por ser dos personajes que rompen con la norma de las típicas historias tal y como las conocemos. Ellas son fuertes, independientes e incluso crueles. En ningún momento necesitan la ayuda de ningún hombre para sobrevivir, ya que ellas solas demuestran que pueden cuidarse.

En Movistar+ se encuentra también, *Vergüenza* (2019-2020). Destaca el personaje de Núria, interpretado por Malena Alterio. A priori, se puede entender cómo una mujer empapada por la forma de ser de su pareja, pero, a pesar de ello, a lo largo de la trama se muestra como una mujer luchadora para destacar en el mundo y para defender sus ideas. Así, la podemos ver protestar en contra de

asuntos laborales, toma las riendas en cuanto a la maternidad e incluso, llega a coquetear con personas de su mismo sexo.

También, podemos destacar el papel de Amelia Folch en *El Ministerio del tiempo* (2015-2020). Este personaje es el único femenino que hay dentro de los papeles protagonistas. Destaca por su nivel cultural y por ser la feminista de este grupo. La serie está ambientada en tiempos pasados, pero Amelia luce como líder lo que provoca incluso, algunas disputas con los hombres de distintas épocas dentro de la trama. A pesar de ello, en cada tramo temporal deja un mensaje claro en términos de igualdad.

Otra de las grandes de la plataforma estrella, Netflix, es *Las chicas del cable* (2017-2020), ambientada en los años 20 y 30 en Madrid. Se plantea la vida de cuatro jóvenes que empiezan a trabajar en una empresa de telecomunicaciones y cómo les cambia la vida al verse acorraladas por sus familias y parejas. Destaca y tiene en común con otras series como la española *Velvet* (2014-2016) o la estadounidense *Big Little Lies* (2017-2019), la idea de que juntas, son más fuertes. Durante años, se ha expuesto el argumento de que las mujeres no podían convivir y que tenían que estar en continua competencia entre ellas. De hecho, en la novena temporada de *Las chicas del cable* dicen: “Las cuatro lucharíamos juntas por sortear nuestro destino”.

En el caso de *La casa de Papel* (2017-Actualidad), hablamos de una serie coral. En este tipo de producciones, todos los personajes principales tienen la misma importancia en la trama. Esto lleva a una rápida conclusión de que tanto los personajes femeninos como los masculinos, se encuentran a la misma altura, aunque, hay que considerar ciertos matices. Por un lado, si nos centramos en las dos primeras temporadas, destacan Tokio, Nairobi y Raquel Murillo -papeles interpretados por Úrsula Corberó, Alba Flores e Itziar Ituño, respectivamente-. En el caso de las dos primeras, es cierto que se presentan como personajes fuertes pero, a pesar de ello, están bajo las directrices y ordenes de El Profesor -encarnado por Álvaro Morte-. Asimismo, en el caso de Tokio y sobretodo en la tercera y cuarta temporada, sus decisiones responden la necesidad de proteger y cuidar de su pareja en la serie, Río. Se trata del atracador más joven dentro de la banda con el que expresa rasgos enmarcados en el modelo patriarcal. A pesar de esto, no podemos dejar de lado el detalle de que en la temporada cuatro, Tokio se hace con el control del plan tras la traición de Palermo, amigo del difunto Berlín. Asimismo, ella es la narradora de toda la historia en las cuatro temporadas.

Por otro lado, Nairobi se convirtió en un ícono de esta ficción, sobretodo, por encarar a Berlín, quien estaba al mando de la banda dentro de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre en las dos primeras temporadas. De hecho, una de sus intervenciones cobró gran importancia entre los espectadores tras

tener este encontronazo con el jefe del grupo: “Empieza el matriarcado”. Aún así, en numerosas ocasiones, Nairobi tiene el papel de mediadora, lo que hace que en ocasiones tome la posición de poder como en las temporadas tres y cuatro donde coordina y dirige a los fundidores de oro.

En el caso de Raquel Murillo -quien recibe, a partir de la temporada tres, el nombre de Lisboa- ejerce de inspectora en la primera y segunda temporada. En este sentido, cobra un papel importante ya que es la principal encargada de hacerle frente al plan de El Profesor. A pesar de esto, cabe destacar que, paralelamente, tiene una aventura romántica con él ya que, desconoce su verdadera identidad. Al final de la segunda temporada, se entera de la verdad y escapa con él a una isla paradisíaca, a principios de la tercera. Actualmente, sobre el papel de Lisboa en la banda, conocemos que trabaja codo con codo con El Profesor en el plan del Banco de España. La cuarta temporada concluye con su entrada en el banco y su reencuentro con la banda tras ser detenida por la policía. Esto puede hacernos pensar que la ex-inspectora se vestirá con el mono rojo para coger las riendas del plan desde dentro y concluirlo con éxito.

4.4. El impulso del marketing y la publicidad de Netflix

Como ya se mencionó anteriormente, *La Casa de Papel* se emitió en Antena 3 con un total de dos temporadas. Tras concluir, la historia quedó completamente cerrada pero, fue cuando el gigante Netflix apostó por esta producción española para añadirla a su catálogo a finales de 2017 y lanzar hasta el momento, dos temporadas más. La serie alcanzó 4 millones de espectadores en su estreno en Antena 3 pero, la cifra fue decayendo hasta acabar con 1.487.000 lo que equivale a un 9,8% de *share*. Las cifras fueron muy bajas, lo que confirma que la serie no fue un completo éxito en España. Si comparamos estos datos con los que obtuvo la tercera temporada -34 millones de espectadores el día de su estreno-, lanzada e incentivada por Netflix, observamos una clara mejoría en cuanto a audiencia. Ciertamente, que la plataforma facilitó su entrada en el mercado mundial ya que, en 2018 contaba con más de 120 millones de suscriptores, pero también hay que destacar la publicidad vistosa y original con la que han alimentado el interés entre el público.

La serie no tardó en hacerse hueco en la plataforma y a raíz de esto, se empiezan a acortar los capítulos, que en principio duraban 70 minutos para pasar a durar 40 minutos aproximadamente. De esta manera, se producen capítulos un poco más cortos, pero a su vez, se aumenta la intensidad de la trama. Así, se convirtió en la serie de habla hispana -o en otros términos, no inglesa- más vista en la historia de Netflix. Asimismo, se coloca entre las producciones más consumidas de la plataforma.

Otro punto a tener en cuenta sobre el alcance que empezó a tener la serie son las redes sociales. Los actores y actrices principales, empezaron a notar un incremento en el número de seguidores, ganando reconocimiento y popularidad a nivel internacional. Por ejemplo, Álvaro Morte, el 1 de enero de 2018 contaba con 42.000 seguidores en Instagram. Pasados tres meses, acumulaba ya la cifra de 1.600.000 seguidores. Lo mismo ocurrió con el resto del reparto protagonista, que alcanzaron más de un millón de fans en esta red social. Incluso es destacable el caso de Úrsula Corberó, quien ya había vivido un poco el fenómeno internacional tras participar en *Física o Química*. En enero de 2018, aproximadamente un millón de personas seguían a la actriz en Instagram. En cambio, en abril del mismo año, ya rozaba la cifra de cuatro millones.

Asimismo, aunque Netflix no haya desvelado datos sobre el presupuesto utilizado en las últimas temporadas, la diferencia de recursos con respecto a las grabadas para Antena 3 mediante Atresmedia, son sumamente notables. La serie se volvió mucho más ambiciosa y no solo en términos de guion si no de escenarios y recursos. Según The New York Times, series como *La Casa de Papel*, cuentan con un presupuesto de 600.000 dólares de media por capítulo.

Dejando de lado el tema económico y recursos, también han sabido aprovechar al máximo la incorporación de marcas y personajes públicos en el proceso de producción. Esto, provoca una mayor proyección. Un ejemplo de esto, es el caso de el futbolista brasileño, Neymar Jr. Se declaró fan de la serie en sus redes sociales y desde entonces, contaron con él para realizar un pequeño cameo en la tercera temporada.



Algo parecido pasó con Antonio García Ferreras, presentador del programa de La Sexta, Al rojo vivo. Para la promoción de la cuarta temporada, simulamos una conexión con el exterior del Banco de España donde se encontraban la inspectora Sierra y el coronel Tamayo, quienes actualizan la situación del atraco.



Pero también, han sido las marcas las que han querido aprovechar el éxito de la serie. La famosa cerveza Estrella Galicia, está presente en diversos momentos de la serie, pero, además de esto, han incorporado la figura del mono rojo y la máscara de Dalí en la etiqueta de sus botellines para el lanzamiento de la última temporada. La marca, etiquetó más de 32 millones de envases para distribuirlos, no solo por España si no, por diversos países de Latinoamérica como Brasil o Uruguay; y por Europa como en Alemania, Suiza e Italia.



Por otro lado, Netflix consigue que la serie tenga la mayor presencia posible no solo en redes si no, en la vida real y cotidiana. De esta forma, se asegura que todo el mundo se entere de que próximamente, lanzarán nuevo material. En el caso de *La Casa de Papel*, conquisto las calles de Times Square con carteles promocionales de la tercera temporada en sus paneles luminosos. También empapeló Las Ramblas de Barcelona y el centro de Madrid.



En el entorno europeo, en Ámsterdam, la tienda Diesel vendía la vestimenta de la serie y colocaron cartelería en diversos puntos.



Asimismo, en Cracovia, se pudo encontrar durante un tiempo una escultura con la mítica máscara con la cara de Dalí. Incluso, los rostros de los personajes invadieron la estación de tren de Gare du est en la capital francesa. De la misma forma, se pudo encontrar carteles kilométricos sobre el estreno de la tercera temporada en Varsovia, Buenos Aires, Lisboa, Milán y Zaragoza.



Otro gran ejemplo que tuvo lugar en Europa fue en Milán, en julio de 2019 -también para la campaña de promoción de la tercera temporada-. Justo enfrente de la Bolsa Italiana, se encuentra una escultura obra de Maurizio Cattelan. Se colocó ahí en 2010 y se trata de un brazo con el dedo índice levantado.

Según explicó Cattelan, el mensaje que hay detrás de este monumento no es más que el de manifestar su posición en contra de las ideologías. A partir de esto, desde Publicis Milán -una empresa de publicidad italiana- aprovecharon esta



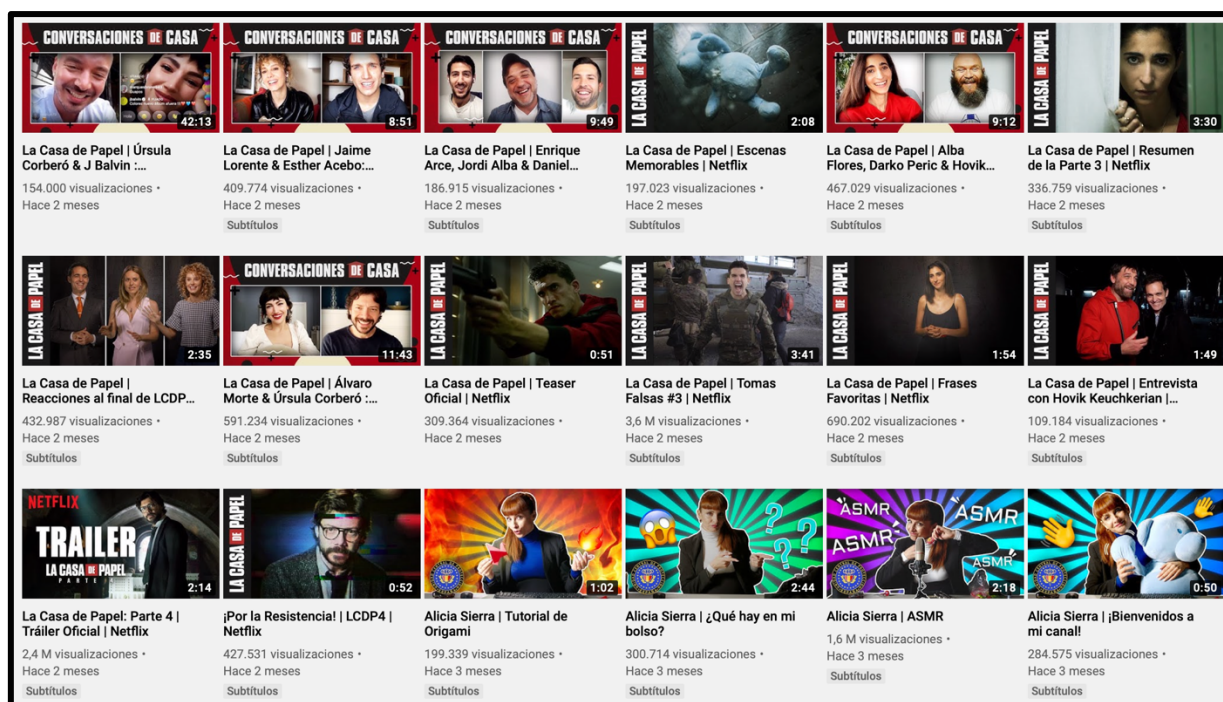
escultura para llamar la atención de los transeúntes. Por ello, convirtieron la mano de Cattelan, en la de uno de los atracadores de la famosa ficción. Asimismo, la noche antes del estreno, proyectaron los dos primeros capítulos al aire libre. A este evento acudieron más de 5.000 personas.

Por último, también cabe destacar una de las acciones más comentadas en redes sociales. Tuvo lugar en el aeropuerto de Frankfurt en Alemania. Mientras cientos de pasajeros esperaban sus respectivos

equipajes en las cintas del aeropuerto, comenzaron a salir numerosas maletas de color rojo, repletas de billetes de 50 euros, con los nombres de los personajes en la cubierta. Pero, además, Netflix fue más allá ya que aprovechó las pantallas del aeropuerto para reproducir las fichas policiales de cada uno de los protagonistas.



Para la cuarta temporada, dos meses antes del estreno, realizaron una serie de movimientos en las redes sociales de la serie que alertaron a todos los fanáticos. De repente, la aparición de todas ellas estaba bajo la intervención policial y coordinadas por la inspectora Sierra. Cabe destacar, la subida de material audiovisual en Youtube, plataforma que tiene 2 mil millones de usuarios activos mensualmente, por todo el mundo (Statista, 2019). Siguiendo los formatos que triunfan en la plataforma -como *challenges*, tutoriales o videos de ASMR- subieron vídeos de entre uno y tres minutos protagonizados por Sierra. Tras varios meses, estos vídeos -en total, son cinco- ya superan los dos millones de visualizaciones en total. Por último, subieron en todas sus redes un vídeo de El Profesor haciendo un llamamiento a la Resistencia para más tarde, publicar el tráiler oficial de la nueva temporada. Asimismo, y debido a la situación de confinamiento, toda la promoción de la serie se vio afectada y tuvieron que reinventarse. Para ello, ofrecieron una serie de grabaciones bajo el nombre de “Conversaciones de Casa” en la que los protagonistas, de dos en dos, comentaban sin realizar spoilers, sus expectativas e impresiones sobre este nuevo lanzamiento.



Finalmente, otro detalle son los planos en los que se introducen marcas en la trama (*product placement*), de manera muy sutil. Un ejemplo de esto -aparte de lo ya observado anteriormente con Estrella Galicia- son las ruedas del coche del que se baja Berlín al llegar a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre antes del atraco. En ellas se puede observar claramente el logo de Mercedes Benz. También, se puede observar la mítica manzana de Apple, cuando la inspectora Sierra se mira en la cámara frontal de su terminal.

4.5. La labor del periodismo en el guion de ficción

No debemos olvidar la gran labor que llevan a cabo numerosas personas detrás de esta serie. Su creador, Álex Pina, también fue una de las mentes que está detrás de series tan exitosas como *Periodistas*, *Los Serrano*, *El barco*, *Los hombres de Paco* y *Vis a Vis*. Dentro de la familia de *La Casa de Papel* también está Jesús Colmenar, productor ejecutivo junto a Pina. Por otro lado, Esther Martínez Lobato, productora y fundadora de Vancouver Media, quien ha producido esta serie y Koldo Serra, otro de los directores. Asimismo, cuenta con numerosos editores como David Pelegrín y un enorme equipo de arte y fotografía en los que se encuentran Abdón Alcañiz y Migue Amoedo, entre otros muchos. La cara visible de estos trabajos siempre son los personajes protagonistas y en efecto, los actores y actrices que les dan vida, pero, hay que conocer también, quienes están detrás conformando todo este proyecto.

Por otro lado, el equipo de guion está liderado y coordinado por Javier Gómez Santander y dentro de este, también se encuentra Sara Salomando. Al igual que su creador, ambos son periodistas. Pina, es licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra y comenzó su trayectoria profesional trabajando en el Diario Vasco, el Diario de Mallorca y posteriormente, formó parte de Europa Press. Asimismo, fue guionista de televisión para programas como *Caiga quien caiga*. Gómez, por su parte, empezó a formar parte de este proyecto tras recibir una llamada de Pina que había leído su novela *El crimen del vendedor de tricotosas*. Anteriormente, no había escrito ninguna clase de guion y de hecho, antes de esto trabajaba en La Sexta en el programa *Al rojo vivo*, en radio para la Cadena Ser y tenía una columna en prensa escrita. Pero, tras charlar con el creador, le enamoró la idea y se sumó al equipo.

Pero además, para que la serie cobre más realismo y ofrezca una realidad lo más cercana posible, hay un proceso laborioso de documentación e investigación detrás. Dentro del equipo, cuentan con la periodista extremeña, Sara Solomando. Es licenciada en Periodismo y diplomada en Imagen y Sonido por la Universidad de Antonio de Nebrija de Madrid. Asimismo, cuenta con una amplia trayectoria ya que ha trabajado en Onda Cero, Cadena Ser y en Telecinco como corresponsal de informativos. A toda esta experiencia se suma su participación al frente de la Conserjería de Fomento de la Junta de Extremadura y del Ministerio de Vivienda en términos de comunicación constitucional. Su labor en *La Casa de Papel* consiste en revisar los guiones, para que evitar errores en cuanto a la continuidad del argumento y a nivel visual. Para conseguir esto, lee, se documenta y habla con profesionales para conocer determinados procesos al detalle y así, hacer una realidad 100% acorde a las ideas del guion.

Una de sus grandes misiones fue averiguar cuanta cantidad de dinero se podía fabricar en un solo día en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre para las dos primeras temporadas. Sobre esto, Solomando contó para el diario Hoy que llamó a la propia fábrica y, evidentemente, no le dieron esa información: “Pero al final una es periodista y sabe dónde tiene que ir. Conseguí hablar con tres trabajadores de la fábrica que no tenían conexión entre sí y me dieron la misma cifra”, apuntó. Por otro lado, destacó que una de las tareas más complicadas fue averiguar cómo se podía convertir el oro en granos de arroz, para las temporadas tres y cuatro. La periodista explicó que tenía que conocer como se realizaba esta tarea sin desvelarle a la gente quién era y dónde trabajaba debido a las cláusulas de confidencialidad que firmó con la serie. Asimismo, también tuvo que investigar, siempre junto al resto de equipo de documentación, sobre la seguridad que tiene el Banco de España lo cual, resultó un poco tedioso debido a la confidencialidad de la institución. Aún así, recurrieron a la arquitectura sobre el banco, publicada y ya conocida en diversos documentos y, a raíz de esto, los guionistas elaboraron la ficción.

5. Metodología

Para realizar este trabajo se llevaron a cabo una serie de procedimientos para tratar de responder las preguntas de la investigación y cumplir todos los objetivos que se plantean.

En primer lugar, resulta primordial la lectura de diversos documentos que sirvan como base para plantear una serie de conclusiones. Todos estos están relacionados con temas como el papel de la mujer en la ficción, la repercusión de la simbología en las series de ficción, el impacto sociológico y de los discursos que se plantean y como el periodista se sumerge en el mundo de la producción audiovisual desempeñando su papel como comunicador enfocado en otro ámbito. Asimismo, se enlazan ciertos aspectos con ficciones ya conocidas para entender mejor el efecto de sus elementos clave. También, la lectura de diversos libros sobre la historia de las series en el ámbito español, ayudan para entender la evolución de las series de televisión.

Por otro lado, también resulta primordial consultar medios digitales y sus hemerotecas, así como redes sociales para localizar eventos sociales que tengan que ver, en este caso, con *La Casa de Papel* y así reforzar la idea de sus efectos a nivel social.

Aunque es una evidencia, el visionado de la serie es crucial para entender todas y cada una de las referencias, así como sus posteriores interpretaciones, explicaciones y enfoques. Actualmente, consta de cuatro temporadas de 13, 9, 8 y 8 capítulos respectivamente. Por otro lado, el visionado de otras series o películas que guarden, aunque sea una pequeña relación con *La Casa de Papel* podría ser un buen punto para entender y comparar reacciones y efectos pasados o planteamientos diversos. Por ello, se plantea la evolución y las series más exitosas entre los años 50 y los 2000 en la televisión española. Esto servirá, a su vez, para conocer más de cerca las temáticas que se trataban en diversos contextos socio-políticos y culturales.

6. Análisis y conclusiones

Tras realizar una investigación detallada de cada aspecto planteado al principio mediante los canales mencionados en la metodología, se procede a analizar cada punto para responder a las hipótesis planteadas al inicio de este estudio.

Como se explicó en el apartado 4.2.1 y más concretamente, en el 4.2.3; los espectadores, y en efecto, la sociedad, han adoptado los símbolos que caracterizan a la serie porque se han visto identificados

con la idea que plantean los personajes principales. Mediante el discurso y el llamamiento a la denominada resistencia en la ficción, se entiende el mensaje como un efecto Robin Hood: los que denominaríamos de base como delincuentes, le roban a los más ricos -que en este caso son los bancos- para ayudar a los más desfavorecidos. Ciertamente es que esta idea se ve, más directamente, reflejada en la temporada 3, donde se realiza una lluvia de billetes en la ciudad de Madrid. Este dinero, es el que “robaron” (y se entrecomilla esta acción ya que, técnicamente no fue así porque lo fabricaron ellos mismos) en las temporadas anteriores en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. De todas formas, el aspecto que más se asemeja a la ficción que estamos tratando, es el hecho de que Robin Hood simboliza la lucha contra la figura de poder, el sistema. En *La Casa de Papel* observamos un ataque directo al sistema lo que impulsa -dentro de la serie- a que la gente salga a las calles a defender el discurso e idea que rodea a la resistencia.

Así, es como la realidad superó a la ficción y desde su estrellato impulsado por Netflix, en diversos puntos del planteamiento se ha visto como el mono rojo y la máscara de Dalí, han puesto imagen y forma a las disputas sociales. Esto también pasa con *Bella Ciao* pero, no hay que olvidar que no es algo que le pertenezca 100% a la serie. La popularidad de esta producción ha desvirtuado un poco el conocimiento sobre la popular canción italiana pero cierto es que a través de ella, ha empezado a sonar con más fuerza por todo el globo estos últimos años.

En cuanto al papel de la mujer, hay que destacar que en los últimos años, ha ido cobrando más y más fuerza. Si es verdad que en los ejemplos planteados en el apartado 4.3., se exponen diversos ejemplos de series protagonizadas por mujeres pero, en comparación al total de producciones expuestas a lo largo de este estudio, son una minoría. A pesar de esto, en el catálogo de Netflix, muchas de las series españolas de producción propia y de éxito, están conformadas principalmente por mujeres como es el caso de *Vis a Vis* o *Las chicas del cable*. Sin embargo, el *Estudio sobre la presencia de la mujer en las producciones españolas de ficción* realizado entre 2014 y 2016 y publicado en 2017, de mano de AISGE (Actores e Intérpretes, Sociedad de Gestión de España) expone unos datos muy determinantes para entender 100% la presencia de mujeres en la ficción. Solamente el 37% de las producciones cinematográficas contaron con mujeres, frente a un 63% durante esos años. Esto equivale por cada personaje femenino, hay 1,64 masculinos. Si se divide por categorías, solo un 34% de las actrices consiguieron papeles protagonistas (34,8% en 2014, 31,3% en 2015 y 36,2% en 2016). En el caso de roles secundarios, la cifra ronda el 38,2% en el año 2014, 40,6% en 2015 y finalmente, 41,3% en 2016. En cambio, en el mundo de la televisión, la cifra es más equilibrada en este periodo de tiempo ya que el 44,7% de las actrices trabajaron en secuencias televisivas. Esta cifra equivale a

que hay un papel femenino por cada 1,23 masculino. Aún así, el director de Socios y Reparto de AISGE, Francisco Giménez, apunta que la mujer aún se encuentra en un segundo plano.

Asimismo, el estudio de la AISGE, plantea la discriminación que existe por la edad concluyendo que, a medida que las actrices avanzan en edad, la brecha crece cada vez más. Se calculó que, entre los 45 y 64 años, el porcentaje de mujeres con papel protagonista se encontraba en torno al 20%. Por otro lado, el equipo que recabó estos datos, destacó que entre los 35 y los 44 años, solo se encontraba una actriz protagonista por cada tres actores. Si nos centramos en televisión, las actrices que se encuentran en la franja de edad por debajo de los 35 años, lideraron los roles ya que un 55% de ellas, interpretaron algún papel. Por el contrario, entre los 35 y 44 años, los hombres se vuelven protagonistas ocupando el 54% de los papeles. Esta cifra aumenta de los 45 a los 64 años, donde los actores ocuparon el 60% de las interpretaciones. Finalmente, los responsables de este estudio señalaron que España se encuentra a la misma altura que Argentina en estos temas.

En cuanto al marketing, solo basándonos en la diferencia en datos de audiencia expuesto en el punto 4.4., resulta una obviedad que el cambio de medio de difusión es el principal motivo de su éxito. También, hay que tener en cuenta que, Netflix abre al mundo cualquier producción que sea añadida a su catálogo. De la misma forma, su tipo de publicidad ambiciosa y a lo grande en la que logran capturar y acercar aún más la serie al consumidor, también logra generar un interés mayor de cara a un estreno. De hecho, otro aspecto destacable en cuanto a sus campañas es que logran hacer participe al espectador. Un claro ejemplo de ello son los carteles publicitarios de la sexta temporada de *Black Mirror*, en la que un viandante se sumerge por unos segundos en la historia viendo su reflejo en el poste publicitario.



Por último, y con respecto al papel de los periodistas en el proceso de creación de series y programas de televisión, es innegable que su labor consigue que la historia resulte más creíble en todos sus aspectos. El trabajo que desempeña el equipo de Documentación, resulta tan minucioso que, llevado a la pantalla, logra asimilarse como algo tan cercano a la vez de real. Aún así, Daniel Rojo Bonilla - exgánster español de los años 80 y 90-, conocido por ser uno de los grandes atracadores de bancos de España, aseguró en un vídeo que, en ciertos aspectos técnicos sobre las técnicas del atracador, la producción deja mucho que desear.

Aún así, se sobreentiende que es una ficción y que los espectadores de a pie, no se paran a contemplar aspectos de este tipo al mínimo detalle por puro desconocimiento e incluso, desinterés. A fin de cuentas, lo que le interesa al público, es la trama en sí y la conexión con sus personajes. Por otro lado, también habría que considerar el notable trabajo de guion que hay detrás ya que, el exalcalde de Ankara (Turquía) consideró la serie como “un símbolo de rebeldía” y que “incita al asesinato”. De hecho, se planteó censurar y eliminar *La Casa de Papel* del catálogo de la plataforma en Turquía por las presiones que llevaron a cabo las altas esferas.

7. Bibliografía

Años 50. Años míticos de TVE. (03 de marzo de 2013). Recuperado de: <https://www.rtve.es/rtve/20170303/cincuenta-anos-miticos-tve/1497661.shtml>

AISGE. (2017). Estudio de la presencia de la mujer en las producciones españolas de ficción difundidas en televisión y salas de cine de España durante el periodo 2014-2016. Recuperado de: <https://www.aisge.es/media/multimedia/ficheros/790.pdf>

Lejarreta, P. y Alfaro, L. (directores). (2020). *La casa de papel: El fenómeno* [documental]. España: Netflix.

Montes Fernández, F.J., (2006). Historia de la Televisión Española. *Anuario jurídico y económico escurialense*, (39), 637-696.

Ruiz-Castillo, M., (2007), *Muchos recuerdos de Tip*. Madrid, España. Editorial Aguilar.

García de Castro, M., (2002), *La ficción televisiva popular: una evolución de las series de televisión en España*. España. Editorial Gedisa.

Mendíbil, Á., (2013), *España en serie*. España. Editorial Aguilar.

Barea, P., (1994), *La Estirpe de Sautier. La época dorada de la radionovela en España (1924-1964)*. Madrid, España. Editorial El País-Aguilar.

Delhom, J. M., y Navarro, J., (1980), *Catálogo del tebeo en España (2915-1965)*. Valencia, España. Editorial Club Amigos de la Historieta.

Vázquez de Parga, S., (1980), *Los cómics del franquismo*. Barcelona, España. Editorial Planeta.

Canós Cerdá, E., (2015). *Los originales de ficción en soporte electrónico de TVE entre 1964 y 1975: conformación y evolución histórica* (tesis doctoral). Universidad Cardenal Herrera-CEU, España.

Antona, T., (2016). *La televisión de una audiencia cautiva: historia de la programación durante el franquismo* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.

20 programas que han marcado los 60 años de TVE. (07 de noviembre de 2016). Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2016/10/27/fotorrelato/1477564957_399210.html#foto_gal_8

Historia de TVE. (28 de octubre de 1956). Recuperado de: http://tv_mav.cnice.mec.es/siglo/50/loaded_movies/guias/01_red/01_pdfs/30_primeros_anyos.pdf

Diego, P., y Grandió, M., (2014). Producción y programación de series cómicas de TVE en la época franquista: Jaime de Armiñán y las primeras comedias costumbristas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (Núm. especial), 105-120.

Díaz, L., (2006), *50 años de TVE*, España, Editorial Alianza.

Rodríguez Merchán, E. J. C., (2014) Antecedentes, orígenes y evolución de un programa mítico: "Estudio 1" de TVE. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 20, 267-279.

López, F., (2009), *Historias de la pequeña pantalla: Representaciones históricas en la televisión de la España democrática*, España, Editorial Iberoamericana.

Estudio 1. RTVE.es. Consultado el 4 de mayo de 2020. Recuperado de: <https://www.rtve.es/alcarta/videos/estudio-1/>

Pedraza, F.B., y González, R., (1996), *Lope de Vega: comedia urbana y comedia palatina. Actas de las XVIII Jornadas de teatro clásico. Almagro, julio de 1995*, Madrid, España, Editorial Universidad de Castilla La Mancha. Recuperado de: [https://books.google.es/books?id=VHgt8AiRD3oC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Jornadas+de+Teatro+Clásico+\(18as.+1995+Almagro\)%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQ1ebaluLpAhV1A2MBHZI2AIYQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=VHgt8AiRD3oC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Jornadas+de+Teatro+Clásico+(18as.+1995+Almagro)%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQ1ebaluLpAhV1A2MBHZI2AIYQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false)

Taberero, S., (Creador). (2001). Versión española [programa de televisión]. La 2, TVE. Recuperado de: <https://www.rtve.es/alcarta/videos/version-espanola/version-espanola-narciso-ibanez-serrador-presenta-quien-puede-matar-nino/5273718/>

Medina, M., (2019), Chicho Ibáñez Serrador: de la España del No-Do a la España del sexo. España: *El Confidencial*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/cultura/2019-06-07/chicho-ibanez-serrador-muere_1468074/

Escudero, M., (1995), *Colección Imagen – Diálogos con el cine español*, N°2, Murcia, España, Editorial Regional de Murcia.

D'Ambrosio, L., (2010), *El artesano del miedo. Narciso Ibáñez Menta*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Corregidor.

Restelli, G.B., (2011), *Narciso Ibáñez Menta: esencialmente, un hombre de teatro*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Dunken.

Bacigalupe, C., (marzo de 2013). Narciso Ibáñez Menta debutó el Campos a la edad de ocho días. *Bilbao.eus (Web del Ayuntamiento de Bilbao)*, pp- 31.

Cordero, A.. (2017). El fantástico de Narciso Ibáñez Serrador. *Área Abierta*. (17).

Cordero, A., (2015). *Aportaciones de Narciso Ibáñez Serrador al cine fantástico-terrorífico español* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.

Fernández, L.M., (2014), *Escritores y televisión durante el franquismo (1956-1975)*, Salamanca, España, Editorial Ediciones Universidad Salamanca.

Montañés, J.A., (2019), Un lugar donde nunca pasa nada. España: *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/ccaa/2019/08/16/catalunya/1565951117_739386.html

Ayuntamiento de Lasarte-Oria. Crónicas de un pueblo (1971-1972). *Antonio Mercero. Museo Birtuala*. Recuperado de: <https://www.antoniomercero.eus/es/linea-temporal/television/cronicas-de-un-pueblo>

Alfonso, M.A., (2016), El pueblo que tuvo 24 millones de vecinos. Málaga, España: *DiarioSur.es*. Recuperado de: <https://www.diariosur.es/sociedad/201610/24/pueblo-tuvo-millones-vecinos-20161023202929.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

Baget, J.M., (1975), *18 años de TVE*, Barcelona, España, Editorial Diáfora. Recuperado de: http://tv_mav.cnice.mec.es/siglo/50/loaded_movies/guias/01_red/01_pdfs/baget_herms.pdf

RTVE., (2009), “Cañas y barro”. La puesta en valor de Blas Ibáñez a través de la televisión. España: *RTVE.es*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/television/20090505/canas-barro-puesta-valor-blasco-ibanez-traves-television/275150.shtml>

Del Burgo Valencia, P.G., (2011), Los extras de El Palmar que animaron “Cañas y barro”. Valencia, España: *Levante-emv.com*. Recuperado de: <https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2011/10/09/extras-palmar-animaron-canas-barro/846675.html>

Candel, J.M., (1993), *Historia del dibujo animado español*, Murcia, España, Editorial Regional de Murcia. Recuperado de: https://books.google.es/books?id=8q3-r4yZyYgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Palacio, M., (2012), *La televisión durante la Transición española*, Madrid, España, Editorial Cátedra.

Yanke, R., (2009), El ‘remake’ de una serie mítica: ‘Verano azul’. España: *elmundo.es AULA*. Recuperado a través de Wayback Machine:

<https://web.archive.org/web/20091216224311/http://aula.elmundo.es/noticia.cfm?idTipoPortada=3&general=1&idComunidad=&idPortada=456&idNoticia=9941>

El País., (1981), El mundo de los adolescentes, en “Verano azul”, de Mercero. España: *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/1981/10/11/radiotv/371602802_850215.html

Mendiri, H., (Productor). (2019). La mañana [programa de televisión]. La 1, TVE. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Ud2VRZyqV0A>

Milagro, I., (2014), La 2 emite la versión remasterizada de la mítica ‘Verano Azul’. España: *El Confidencial*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/television/2014-06-28/la-2-emite-la-version-remasterizada-de-la-mitica-verano-azul_153546/

Cerón, J.F., (1998), *El cine de Juan Antonio Bardem*, España, Editorial de la Universidad de Murcia.

Utrera, R., (1995). García Lorca visto por Bardem. *D’art 22. Revista del Departament D’Història de l’Art. Universitat de Barcelona*, (21).

Contreras, J.M., (1988), ‘Lorca, muerte de un poeta’, premio de la crítica de Montecarlo. España: *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/1988/02/13/radiotv/571705203_850215.html

Prados, L., (1990), TVE estrena la serie “La forja de un rebelde”, la producción más ambiciosa de su historia. España: *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/1990/03/30/radiotv/638748005_850215.html

Muñoz, A., (2015), Antena 3 cumple 25 años: recordamos 25 series que han marcado su historia (parte 1). España: *Formulatv.com*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/43431/antena-3-cumple-25-anos-recordamos-25-series-marcado-historia-parte-2/>

Sámamo, J., (1992), ‘El Quijote’ obtiene un éxito de audiencia para series dramáticas. España: *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/1992/02/29/radiotv/699318002_850215.html

RTVE., (2009), La serie que fascinó a niños y mayores. España: *RTVE.es*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/television/20090416/serie-fascino-ninos-mayores/265554.shtml>

Gómez, J., (2015), Telecinco cumple 25 años: recordamos 25 series que han marcado su historia (parte 1). España: *Formulatv.com*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/44269/telecinco-cumple-25-anos-recordamos-25-series-marcado-historia/>

RTVE., (2020), El top 5 de series más vistas del Archivo de RTVE. España: *RTVE.es*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/rtve/20200317/top-5-series-mas-vistas-del-archivo-rtve/2010195.shtml>
Atresplayer. 25 aniversario de Antena 3. Recuperado de: https://www.atresplayer.com/antena3/programas/25-aniversario/temporada-1/capitulo-1-aos-historia-parte_5a955db77ed1a8cd77b5dafd/

Grupo Antena 3. (2006). Informe anual 2006. Recuperado de: http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/A3_InformeAnual_2006.pdf

Trasversal Comunicación., (2016), Cuéntame cómo pasó, la serie mas longeva de España. Madrid, España: *Trasversal Comunicación*. Recuperado de: <http://www.transversalcomunicacion.com/blog/cuentame-como-paso-la-serie-semanal-mas-longeva-de-espana/>

Fernández, J., (2013), Aída: las risas más longevas de nuestra televisión. España: *ABC.es*. Recuperado de: <https://www.abc.es/tv/series/20131110/abci-aida-risas-longevas-television-201311081816.html>

Marcos, C., (2005), ‘7 vidas’ da luz a ‘Aída’, el primer ‘spin-off’ de una serie en España. España: *elmundo.es*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2005/01/14/comunicacion/1105731567.html>

Varea, R., (2010), Fútbol y ‘realities’, lo más visto de la década. España: *publico.es*. Recuperado de: <https://www.publico.es/actualidad/futbol-y-realities-mas-visto.html>

Antena 3., (2010), Aquí no hay quien viva. España: *Neox, Atresmedia*. Recuperado de: https://neox.atresmedia.com/series/aqui-no-hay-quien-viva/sobre-la-serie/aqui-hay-quien-viva_20100603573aefa16584a80ce7af252c.html

RTVE., Cuéntame cómo pasó. Web de la serie. Recuperado de: <https://www.rtve.es/television/cuentame/>

Fórmula TV., (2008), Diego vuelve con Lucía en el último capítulo de ‘Los Serrano’. España: *Formulatv.com*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/8197/diego-vuelve-con-lucia-en-el-ultimo-capitulo-de-los-serrano/>

Matos, D.. (2013). La doble identidad: imagen e iconografía bajo la máscara del héroe. *CuCo, Cuadernos de cómic*, (1), 175-192. Recuperado de: http://cuadernosdecomic.com/docs/revista1/doble_identidad_matos.pdf

Fraticola, P.L.. (2010). La comunicación y el simbolismo del color. *Actas de Diseño. IV Encuentro Latinoamericano de Diseño en “Diseño en Palermo”*. *Comunicaciones Académicas*, (8), 229-230

El Español.. (2019). La banda brasileña que robó 720 kilos de oro copiando el plan de ‘La Casa de Papel’. España: *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/cultura/cine/20190729/banda-brasilena-robo-kilos-copiando-casa-papel/417458581_0.html

Zamora, I.. (2019). El efecto “tóxico” de “La casa de papel”. España: *ABC.es*. Recuperado de: https://www.abc.es/play/series/noticias/abci-efecto-toxico-casa-papel-201908071042_noticia.html

Primicias Ya.. (2019). Mirá cómo las manifestaciones a favor de la legalización del aborto se colaron en la nueva temporada de “La casa de papel”. Argentina: *Primiciasya.com*. Recuperado de: https://www.primiciasya.com/primicias/mira-manifestaciones-favor-legalizacion-aborto-colaron-nueva-temporada-casa-papel-22072019_HJ1aEYXzH

SomosJujuy.. (2019). Pañuelo verde y La Casa de Papel 3: la escena que mostró la lucha de miles de mujeres argentinas. Argentina: *somosjujuy.com.ar*. Recuperado de: <https://www.somosjujuy.com.ar/principal/espectaculos/87654-panuelo-verde-y-la-casa-de-papel-3-la-escena-que-mostro-la-lucha-de-miles-de-mujeres-argentinas>

LaPrensa.. (2019). Con disfraces de Halloween, los chiles no cesan su protesta. Honduras: *La Prensa*. Recuperado: <https://www.laprensa.hn/mundo/1331158-410/disfraces-halloween-chilenos-protesta->

Mohamed, S.. (2019). Oriente Medio protesta con máscaras de Dalí mientras canta Bella Ciao. El Cairo: *EFE*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20191218/472333424470/oriente-medio-protesta-con-mascaras-de-dali-mientras-canta-bella-ciao.html>

LaSexta.com.. (2019). Los manifestantes entonan el ‘Bella Ciao’ en una sentada dentro del aeropuerto de Barcelona. Madrid, España: *La Sexta*. Recuperado de: https://www.lasexta.com/noticias/nacional/los-manifestantes-entonan-el-bella-ciao-en-el-aeropuerto-de-el-prat_201910145da4ca7f0cf28964b9a04bcb.html

Maridad, M. (2018). ‘La casa de papel’ inspirada un tifo en un partido de fútbol en Arabia Saudí. España: *ecartelera.com*. Recuperado de: <https://www.ecartelera.com/noticias/45300/casa-de-papel-inspira-tifo-partido-futbol-arabia-saudi/>

Plaza, J. (2019). Los guiños de la tercera parte de ‘La Casa de Papel’ al fenómeno que ha supuesto en la vida real. España: *Formulatv.com*. Recuperado de: <https://www.formulatv.com/noticias/guinos-tercera-parte-la-casa-de-papel-fenomeno-vida-real-94101/>

Millán, A. (2020). “La casa de papel”: cuáles son las claves del éxito de la serie de Netflix según Javier Gómez, uno de sus guionistas. España: *BBC.com*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51247895>

EFE. (2019). ‘La Casa de Papel 3’ bate todos los récords: más de 34 millones de personas la han visto en dos semanas. España: *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/cultura/series/20190802/casa-papel-records-millones-personas-visto-semanas/418458503_0.html

Llanos, H. y Bueno, A. (2018). Netflix convierte en estrellas de Instagram a los actores de ‘La casa de papel’. España: *Verne de El País*. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2018/04/17/articulo/1523957927_426466.html

Zorrilla, M. (2019). Por qué el salto a Netflix ha sido un acierto para ‘La casa de papel’. México: *xataka.com*. Recuperado de: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/que-salto-a-netflix-ha-sido-acierto-para-casa-papel>

Gestión. (2018). ‘Made in Spain’: “La Casa de Papel” y por qué es la punta de lanza de un fenómeno. Perú: *Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/made-in-spain-casa-papel-punta-lanza-fenomeno-229857-noticia/?ref=gesr>

Mañé, L. (2020). La casa de papel y el marketing: claves de un fenómeno viral. *Marketing 4 Ecommerce*. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.net/las-claves-del-fenomeno-viral-la-casa-de-papel-marketing/>

ABC Play. (2018). Turquía estalla contra “La casa de papel” y pide que se retire de Netflix: “Es un símbolo de rebeldía”. España: *ABC.es*. Recuperado de: https://www.abc.es/play/series/noticias/abci-casa-papel-turquia-netflix-201804161258_noticia.html

¿Cómo reaccionarías? (2019, 4 de abril). EXATACADOR de BANCOS REACCIONA al TRAILER de LA CASA DE PAPEL 3 [Archivo de vídeo de YouTube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=GJKs61jk38I>

El Periódico. (2019). ‘La casa de papel’ empapela ciudades de todo el mundo. España: *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/tele/20190729/casa-papel-empapela-ciudades-todo-mundo-7574649>

Gómez, H. (2019). Una escultura gigante frente a la Bolsa de Milán para promociona la nueva temporada de “La Casa de Papel”. España: *La criatura creativa*. Recuperado de: <https://lacriaturacreativa.com/2019/08/05/una-escultura-gigante-frente-a-la-bolsa-de-milan-para-promocionar-la-nueva-temporada-de-la-casa-de-papel/>

Gómez, H. (2019). Las maletas llenas de dinero de los personajes de “La Casa de Papel” sorprenden a los pasajeros del aeropuerto de Frankfurt. España: *La criatura creativa*. Recuperado de: <https://lacriaturacreativa.com/2019/08/07/las-maletas-llenas-de-dinero-de-los-personajes-de-la-casa-de-papel-sorprenden-a-los-pasajeros-del-aeropuerto-de-frankfurt/>

Lapiente, E. (2020). Marketing de “La Casa de Papel” temporada 4. Zaragoza, España: *Dsi Grupo*. Recuperado de: <https://dsigrupo.com/marketing-de-la-casa-de-papel-temporada-4/>

Seriestvinfo. (2017). MUJERES SOLAS, precuela de Chicas en la ciudad.... Recuperado de: <https://seriestvinfo.com/2017/05/24/mujeres-solas-precuela-de-chicas-en-la-ciudad/>

PRENSA RTVE. (2020). RTVE estrena ‘Mujeres en La 2’, nueva serie documental en femenino. España: *RTVE*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/rtve/20200305/rtve-estrena-mujeres-2/2005221.shtml>

García, R. (2019). Las mejores series en las que las mujeres son las protagonistas. España: *ADSLZone.net*. Recuperado de: <https://www.adslzone.net/reportajes/series/mejores-series-mujeres-protagonistas/>

Hergar, P. (2018). Las nuevas heroínas de las series españolas se unen a la revolución femenina en la ficción. España: *VerTele!*. Recuperado de: https://vertele.eldiario.es/noticias/nuevas-heroinas-series-espanolas_0_1991500858.html

Mastandrea, P. y Martínez, D. (2019). El lugar de la mujer en la serie *La Casa de Papel*. Una revisión de estereotipos que insisten. *III Congreso Internacional y VI Congreso Nacional de Psicología. Ciencia y Profesión. Anuario de Investigaciones de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Córdoba, Vol. 4 (2)*, 88-97

Mancinas, R. y Morejón, N. (2012). Presencia social de las mujeres en series de ficción y cine estadounidense: Análisis de estereotipos, contextualización, diagnóstico y perspectiva. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género*. 1259- 1270

Covertini, H.. (2009). ¿Quién es Alex Pina, el verdadero cerebro de *La casa de papel*?. Argentina: *Clarín*. Recuperado de: https://www.clarin.com/viva/-alex-pina-verdadero-cerebro-casa-papel-_0_M8ayY6dS.html

Fajardo, J.. (2019). El guionista de “*La Casa de Papel*” con Infobae: los insólitos viajes para escribir la serie y como surgió el “*Bella ciao*”. Madrid, España: *infobae.com*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2019/09/08/el-guionista-de-la-casa-de-papel-con-infobae-los-insolitos-viajes-para-escribir-la-serie-y-como-surgio-el-bella-ciao/>

Roldán, A. (2019). La cara oculta de ‘*La casa de papel*’, al descubierto por uno de sus directores. España: *El Confidencial*. Recuperado de: https://www.elconfidencial.com/television/series-tv/2019-08-01/la-casa-de-papel-t3-cara-oculta-directores-rodaje-actores-story_2157695/

Vertele!. (2019). El secreto mejor guardado de ‘La Casa de papel’: el hilo viral que explica como se escribió la Parte 3. España: *VerTele!*. Recuperado por: https://vertele.eldiario.es/noticias/la-casa-de-papel-secreto-guardado-explica-escribio-parte3_0_2142385763.html

Hoy. (2019). Una extremeña en la trama española mas internacional. España: *Hoy.es*. Recuperado de: <https://www.hoy.es/extremadura/extremena-trama-espanola-20190728000541-ntvo.html>

Espacio Joven Uni. (2020). Entrevistamos a Sara Solomando, documentalista de La Casa de Papel. España: *joven.unicajabanco.es*. Recuperado de: <https://joven.unicajabanco.es/Entrevista-Sara-Solomando-documentalista-casa-papel>

La Prensa Perú. (2019). La Casa de papel: ¿que significa la mascara de Dali para los protagonistas de la serie. Perú: *La Prensa Perú*. Recuperado de: <https://laprensa.peru.com/espectaculos/noticia-casa-papel-significa-mascara-dali-protagonistas-serie-netflix-fotos-nndc-90174>

Bluper. (2020). ¿Mascaras de Picasso? ¿Otros apodos? Así pudo ser ‘La Casa de Papel’. España: *El Español*. Recuperado de: <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/creadores-la-casa-de-papel-desvelan-secretos-serie-netflix-mascaras-ciudades>

BBC. (2018). La sorprendente historia de “Bella Ciao”, el himno que entonan los protagonistas de la serie “La Casa de papel”. Internacional: *BBC*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-43907386>

Arteaga, N. y Arzuaga, J. (2015). El rostro actual de las movilizaciones en la sociedad civil global. *SciELO Analytics*. (48). Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1607-050X2015000200006&script=sci_arttext

Colodra, Natalia., (2019). *Seriéfilo/a como estilo de vida. Repercusión del ‘boom’ de las series en la sociedad bajo el caso práctico de La Casa de Papel* (trabajo de fin de grado). Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/90654>

González, P. (2019). Análisis del discurso en la serie *La casa de papel* como cuestionamiento al *statu quo* del sistema democrático. *Revista ComHumanitas*, Vol. 10 (1). 10-25. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7076177>