



HAL
open science

”La casa de papel” : reflejo de la evolución de las series y de la sociedad

Roxane Gilles

► **To cite this version:**

Roxane Gilles. ”La casa de papel” : reflejo de la evolución de las series y de la sociedad. Education. 2021. dumas-04021400

HAL Id: dumas-04021400

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04021400>

Submitted on 9 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Mémoire

Présenté pour l'obtention du Grade de

MASTER

« Métiers de l'Enseignement, de l'Éducation et de la Formation »

Mention 2nd degré, Professeur des Lycées et Collèges, Espagnol

La Casa de Papel:
Reflejo de la evolución de las series y de la sociedad.

Présenté par
GILLES Roxane

Sous la direction de :
ÁLVAREZ Marta

Grade : MCF

Année universitaire 2020-2021

ÍNDICE :

Agradecimientos	1
Introducción.....	2
I. La edad de oro de las series españolas	4
1. Definición del objeto de estudio: el término «series».....	4
a) Definición	4
b) Géneros y formatos.....	5
2. Evolución de las series	9
a) La evolución de los medios	9
b) La revolución Netflix	12
c) ¿Cadenas de televisión VS Netflix?.....	14
II. La Casa de Papel: un fenómeno mundial	17
1. La Casa de Papel: organización, trama y premios.....	17
2. Nuevas maneras de ver series: ejemplo de La Casa de Papel	19
3. Una relación espectador/producción	22
a) Relación producción —> espectadores	24
b) Relación espectador —> producción	29
III. La Casa de Papel: ¿reflejo de una sociedad?	33
1. Contexto económico y político.....	33
2. Cuestiones de género	36
a) Nairobi y Arturo: dos personajes relevantes.....	36
b) Las cuestiones de género	38
Conclusión	43
Exploitation didactique.....	45
1. Présentation générale de la séquence	45
2. Objectifs de la séquence	47
3. Déroulement des séances	48
Annexes	61
Referencias bibliográficas y sitografía	67

Agradecimientos

En primer lugar, quiero dar las gracias a Marta Álvarez, mi directora de memoria, por su tiempo dedicado, su apoyo y sus consejos.

Agradezco a Sandra Denisot, mi tutora de prácticas, por su presencia, su apoyo y su colaboración a lo largo de este año.

Gracias a mis colegas, Agathe y Lucas por haber revisado este trabajo.

Gracias a mis amigas y a mi familia por apoyarme siempre.

Introducción

Mayo de 2018. En mi entorno personal solo se habla de la nueva serie española y mis amigos no dejan de aconsejármela: *La Casa de Papel* (Netflix, 2017). En esa época yo no soy una consumidora de series, me parecen demasiadas largas y aburridas. Pero esta serie parecía diferente, algo estaba cambiando. En la prensa o en las redes sociales se leía: «Éxito internacional», «fenómeno mundial», «serie de habla no inglesa más vista de la historia de Netflix», «éxito imparable que traspasa las fronteras», «éxito sin límites»... Los periodistas recurrían a términos cada vez más potentes para intentar representar o reflejar en palabras la resonancia de la serie. Se podía leer también «la fiebre de *La casa de papel* en el mundo», «*La casa de papel* conquista el mundo».

19 de Julio de 2019. Día del lanzamiento de la tercera parte y gran operación de comunicación por parte de Netflix. En Francia, se crearon portadas falsas de periódicos regionales¹ como *Courrier Picard*, *Sud-Ouest*, *Le Parisien* ou *La Dépêche du Midi*. Imitaron las escrituras de los respectivos periódicos y en su mensaje pedían ayuda a los lectores para rescatar a un personaje de la serie. El recado era: «*La resistencia* compte sur vous (*La resistencia cuenta con vosotros*)».

No aguanté más, cedí y me decidí a ver esta serie. Así empezó mi vida de consumidora de series y entraron ella palabras como temporadas, transmisión, *streaming*, plataformas, Netflix, *bingwatching*..., palabras nuevas y, sin embargo, ya casi universales. Dije que empecé una nueva vida porque sí, las series suponen un nuevo funcionamiento, una nueva manera de ver contenidos, un nuevo lenguaje. Además, con las nuevas tecnologías mediante el nuevo uso de Internet, la aparición de las redes sociales y los nuevos *smartphones* así como las *tablets*, se ha producido un cambio a la hora de consumir. Las últimas generaciones crecen con las series y las nuevas tecnologías.

Al hacer mis practicas de Master 1 en un instituto, estudié con los alumnos una micro-secuencia que trataba de la serie española *La casa de papel* con dos clases de première y todos los alumnos conocían la serie. En cada clase (cada de clase se componía de 22 alumnos) solamente 2 o 3 alumnos no la habían visto pero la conocían. Es decir que aunque no la habían visto conocían el tema y las grandes líneas de la historia. Me

¹ Exemple en annexe.

sorprendió, pero no tanto porque ya en mi entorno personal y profesional las personas con las que hablaba de series conocían *La Casa de Papel*.

Al constatar la resonancia de esta serie y el engaño de los alumnos me pregunté sobre la posibilidad, o no, de utilizar esta serie como una verdadera aliada para la educación: para el aprendizaje del idioma, para la transmisión de datos técnicos sobre las series y de datos culturales, sociales o políticos. Siempre en una voluntad de investigación y de transmisión, me resultó necesario profundizar el contenido de la serie, lo que me condujo a la pregunta siguiente ¿en qué medida *La Casa de Papel* es un reflejo de la sociedad española? Se destacaron varios aspectos. El primer aspecto es el del género en sí: cuáles son las particularidades de las series, cómo se desarrollaron (y siguen desarrollándose). Era necesario alfabetizarme al lenguaje de las series. El segundo aspecto remite a la relación entre la serie y sus espectadores. El tercer aspecto se refiere al contenido de la serie, porque en mi experiencia de espectadora crítica de la serie me di cuenta de que *La casa de papel* se atrevía a hablar de temas que se inscriben en debates sociales.

Para intentar contestar a la problemática, en una primera parte, definiremos las series y nos analizaremos su evolución. En una segunda parte, explicaremos el impacto de la transformación de las relaciones entre los espectadores y este producto audiovisual. En una tercera parte, veremos cómo la sociedad española es reflejada en la serie.. La idea es analizar el sitio que tiene la serie en la sociedad.

I. La edad de oro de las series españolas

1. Definición del objeto de estudio: el término «series»

a) Definición

Para empezar este trabajo, propongo reflexionar sobre el término «series» para delimitar el tema y acercarse al género. Definir claramente qué son las series parece ser una misión compleja ya que una serie, según los estudios, puede adoptar formas muy diferentes. De este modo, intentaré establecer un lenguaje común porque, aunque existen diferencias, varios elementos son recurrentes en los estudios que he tenido ocasión de leer.

Considero necesario comenzar situando a las series en el ámbito de los productos audiovisuales. El espectador disfruta de una multitud de productos, como las películas y las series y propongo comparar ambos objetos, para destacar sus especificidades. Una película es una obra única que dura un tiempo delimitado (un largometraje, a menudo entre dos y tres horas) y la historia se acaba al fin de la película. Según Antonio Jesús Molina Fernández las películas y las series se parecen, pero él establece dos diferencias: «la continuidad en las emisiones y el número de episodios» (Molina Fernández 2016: 2). La película es, pues, un objeto único mientras que una serie está constituida por un conjunto de episodios que tienen una continuidad entre ellos. La RAE (Real Academia Española) también incluye este aspecto del término «serie»: «una serie es una obra que se difunde en emisiones sucesivas». Se podrían resumir, pues, las series a emisiones sucesivas, con una continuidad y con episodios. La página EcuRed.cu propone una definición en este sentido: «una serie es una obra audiovisual que se difunde en emisiones (...) sucesivas, manteniendo cada una de ellas una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran». Sin embargo, mi investigación me conduce a matizar esta definición frente a la variedad del objeto que son las series. La definición que propone Antonio Allende Felgueroso refleja la complejidad de las series, ya que evoca la posibilidad de una discontinuidad narrativa entre los episodios:

Una serie es un tipo de programa (...) de ficción que consta de un determinado número de episodios caracterizados generalmente por tener una unidad narrativa independiente cada uno de ellos, pero constar en todos ellos de los mismos personajes principales. Esta unidad narrativa en cada capítulo no impide que en algunas de ellas haya una línea narrativa única que recorra todos los capítulos de una temporada a la que contribuye cada uno de los capítulos. (Allende Felgueroso 2007: 2)

Esta definición nos proporciona una visión más abierta de las series: si estas se diferencian a primera vista de las películas por la continuidad argumental en las emisiones y el número de episodios, también pueden tener o no una continuidad entre los capítulos. Antonio Allende Felgueroso nos ofrece un campo léxico preciso específico de las series con las palabras: episodios (o capítulos) y temporada. En efecto, ya que una serie es una obra que se difunde en varias emisiones aparecen los episodios (o los capítulos) y las temporadas. Las series pueden emitirse por temporadas o conjuntos de capítulos que pueden presentar o no una temática propia y paralela al argumento general de la serie. Aunque el término se emplea popularmente para designar a la ficción seriada, otros géneros son susceptibles de ofrecerse en serie, como el documental.

En resumen, el panel de productos audiovisuales para el espectador es amplio y las series se destacan por su emisión repetida. A continuación, veremos que no existe una sola manera de hacer series sino que estas pueden adoptar una multitud de formatos, de géneros, de definiciones y de clasificaciones. Después de haber situado las series en el ámbito audiovisual y de haber delimitado el término, vamos a ver que, como cualquier producto audiovisual, las series se diferencian entre ellas por su género y su formato.

b) Géneros y formatos

El objetivo de esta parte es comprender en qué géneros se inscriben las series para entenderlas mejor después. Las técnicas de análisis fílmico son una herramienta útil para su estudio, pero es necesario también tener en cuenta los estudios televisivos, que han trabajado sobre los diferentes géneros en los que pueden clasificarse los productos para televisión, entre los cuales se encuentran las series.

Sin embargo, al intentar identificar esos géneros, me enfrenté a la misma dificultad que encontré para definir las series ya que no parece existir una definición colectiva y evidente. Gloria Saló Benito advierte de este problema: «No existe una clasificación de géneros televisivos comúnmente aceptada por profesionales y académicos, por lo que creadores, programadores e investigadores establecen sus propios parámetros para la clasificación de los contenidos televisivos» (Saló Benito 2019: 52). Si no es posible dar una lista clara y común de los géneros audiovisuales en los que pueden integrarse las series, no obstante, es posible proponer varias listas y definiciones. Las diferentes clasificaciones se establecen a partir de la función de los productos, es decir, que el elemento que permite distinguir los géneros es el objetivo de la obra. La UNESCO realizó

ya en el año 1979 una clasificación de siete géneros en función de la finalidad de los contenidos, con respecto a los espectadores, que se ofrecían en cada programa: Información, Educación, Cultura, Ciencia, Entretenimiento, Emisiones para públicos específicos y Publicidad. Por su parte, Enrique Guerrero explica que los géneros se pueden agrupar en cinco grandes grupos o macrogéneros: entretenimiento, ficción, información, documental y deporte (Guerrero 2013:3). Según Jérôme Bourdon, la primera clasificación se hace a nivel de la ficción. En efecto, distingue los productos de ficción y los de no ficción, a los cuales atribuye diferentes funciones que coinciden con las clasificaciones mencionadas precedentemente: informar, educar, distraer y convencer. Claudia Karim Patricia Quiroga Zambrano comparte esta teoría en cierta medida porque identifica tres grupos de géneros y establece el género de ficción como un género aparte. Define los otros dos grupos considerados de no ficción según sus funciones: informativo o de opinión. En suma, Claudia Karim Patricia Quiroga Zambrano propone tres grupos de géneros según la función del objeto audiovisual: el género informativo, el género de opinión (expresivo) y el género de ficción. Partiendo de esta clasificación, se podría concluir que un producto audiovisual de ficción no puede ser informativo y que un producto informativo de hecho es necesariamente no ficticio. Por su parte, Jérôme Bourdon abre las posibilidades porque opina que un producto, sea de ficción o de no ficción, puede cumplir las mismas funciones. Así, el especialista considera que las ficciones también pueden satisfacer objetivos de información, de distracción y de cultura.

A partir del trabajo de Jérôme Bourdon, podemos recapitular estos elementos y clasificar los productos audiovisuales en la tabla siguiente para visualizar dónde se sitúan las series.

Los géneros audiovisuales		
Función del producto	No ficción	Ficción
Informar	Noticias	Películas Series
Distraer	Eventos deportistas Juegos televisivos	
Educar (cultura)	Emisiones de arte, literatura Conciertos	
Convencer	Emisiones de propaganda política	

En la tabla, las series pertenecen al género de ficción, pero esto no impide que cumplan funciones diferentes.

Identificar, discernir y reconocer los géneros permite entender mejor las series. Claudia Karim Patricia Quiroga Zambrano trabaja sobre las películas y los géneros y sus comentarios pueden extrapolarse al estudio de las series. Así, explica que «El género es un mecanismo clave que organiza el horizonte de perspectivas del espectador. Según el género de la producción audiovisual, en ocasiones se condiciona el tono de una película, el significado de los escenarios y las emociones que se suscitan en el público.» (Quiroga Zambrano 2017: 22). Entonces, si el género es un elemento relevante para entender mejor el objeto de estudio hay que tener en cuenta, como lo asegura Creeber, que el género «no siempre encaja en clasificaciones limpias y ordenadas».

Una vez delimitada la noción de género y situadas las series, nos podemos interesar en la noción de formato, o sea, la estructura técnica de cada producto. El formato delimita el contexto y las estrategias de producción ya que cada formato se refiere a varias normas que permiten distinguirlo de otro. Así, puede cambiar el número de capítulos, la duración de cada uno, el número de temporadas y de capítulos por temporadas. Para ilustrar la diversidad de tipos de series de las que puede disfrutar el espectador podemos citar dos títulos muy diferentes por su formato: *La casa de papel* (Netflix, 2017-) se compone de cinco temporadas con un total de treinta y ocho capítulos mientras que *Alguien tiene que morir* (Netflix, 2020) es una serie que solo se compone de una temporada de tres episodios.

Varios formatos se destacan y fueron identificados para ser agrupados en categorías. Podemos identificar la serie o drama que se compone de varias temporadas de

10-13 capítulos de 50-60' con una historia central que se desarrolla a lo largo de los capítulos, como *La casa de papel*. También se destacan las *sitcoms* o comedias de situación, que se componen de pocos escenarios, fijos, y pocos personajes, con una duración entre 20 y 40 minutos por capítulo, como *Aída* (Globomedia, 2004-2014). Las historias pueden ser diferentes en cada capítulo, solamente los personajes y los escenarios son los mismos. En su artículo, Antonio Allende Felgueroso propone la definición siguiente:

Una comedia de situación «suele incluir, cuando son de bajo presupuesto, risas grabadas. Su duración estandarizada es de alrededor de 24 minutos. La acción se desarrolla en su mayor parte en platós, y éstos están limitados a unos 4 ó 5. La acción que se narra es autoconclusiva, es decir, hay unas historias que dan comienzo y finalizan dentro del mismo capítulo. Además estas historias se desarrollan tramas secundarias y paralelas, saltando de una a otra. El número de personajes está limitado en número y los protagonistas suelen ser 5 ó 6 personas. El humor que se utiliza está basado en la broma verbal, la broma visual, el “gag”, y alcanza su mejor expresión en el humor de situación que hace recaer éste sobre el desarrollo de la trama, la personalidad de los personajes y sus reacciones. Entre las telecomedias más vistas están por ejemplo *Friends* y entre las de producción nacional, *Camera Café*, aunque esta última con un formato original respecto a la Sitcom clásica. (Allende Felgueroso 2007: 2)

Otro tipo muy conocido son las telenovelas (una temporada) o los *soap opera* (temporadas ilimitadas) que pueden contar de hasta 100 capítulos por temporada. La historia es compleja y se desarrolla a lo largo de los capítulos. Producidas originalmente en América Latina, las telenovelas se emiten en episodios diarios y consecutivos y narran una historia ficticia de alto contenido melodramático. *Amar en tiempos revueltos* (Diagonal TV, 2005) con sus 1707 episodios y sus 7 temporadas es un ejemplo representativo del formato.

Las miniseries narran una historia en 2-5 capítulos. Claudia Karim Patricia Quiroga Zambrano explica en su trabajo que «la miniserie se organiza por episodios alrededor de una trama principal que se desarrolla en cada emisión (...) Suele decirse que las miniseries son historias demasiado largas para ser telefilms y muy cortas para considerarse series.» (Quiroga Zambrano 2017: 46). Una de sus principales características es la fragmentación del relato y una estructura narrativa sencilla. El éxito de este tipo de programa consiste en proponer una intriga intensa en un momento corto en el que el espectador queda completamente cautivado. La serie *Alguien tiene que morir* (Netflix, 2020) es un ejemplo, ya que se compone de tres episodios de unos 50 minutos cada uno con una intriga intensa.

Por último, se destacan las series documentales. En ellas se aborda la realidad con recursos narrativos propios de las series de ficción, como la guionización a partir de tramas e, incluso, personajes. Un ejemplo de este formato es la serie documental *Street Food América Latina* (Netflix, 2020). En este programa cada episodio pone en escena diferentes lugares y personas, pero todos tienen un punto común: *el street food*. Cada capítulo propone un reportaje sobre unos cocineros de *street food* en un país de América Latina.

En resumen, podemos clasificar de la siguiente manera los diferentes formatos:

Series				
Series / dramas	Sitcoms	Telenovelas	Miniseries	Documentales
Historia central	Escenarios fijos, pocos personajes	Historia compleja	Historia principal	Docudramas
10-13 episodios de 50'-60' minutos	20'-40' minutos (24' generalmente)	Una (o más para los soap opera) temporada con muchos episodios	2-5 capítulos	Depende del documental
<i>La Casa de Papel</i>	<i>Aída</i>	<i>Amar en tiempos revueltos</i>	<i>Alguien tiene que morir</i>	<i>Street food América Latina</i>

Hemos situado las series en el ámbito audiovisual, identificado sus funciones (sus géneros) y sus formatos. Hemos podido notar la multitud de posibilidades que ofrecen las series y vamos a analizar su constante evolución.

2. Evolución de las series

a) La evolución de los medios

Mi cuestionamiento me condujo a las preguntas siguientes ¿Cómo nacieron las series? y ¿cuál es su origen? En efecto, las series tal y como las conozco hoy (y desde hace unos diez años) me parecen la normalidad y al pensarlo con más atención me doy cuenta de que cuando era pequeña veía también series en la televisión así como mis padres

también lo hacían en su infancia. Observamos que las series como producto audiovisual no es algo nuevo. Ana Rebón, periodista, nos propone un breve repaso histórico para entender que las series no salieron de la nada de un día para otro, sino que tienen orígenes literarios y radiofónicos:

Podríamos situar el origen de las series en las novelas decimonónicas que eran publicadas por entregas; Balzac con su enorme proyecto de la Comedia Humana es otro de los antecedentes. Un fenómeno que se perpetúa luego en las emisiones radiofónicas, desde principios del siglo XX hasta los años 60. Eran muchas las personas que se congregaban alrededor de la radio en la fecha y hora adecuadas para seguir la historia dramática que los tenía enganchados. Como sucederá posteriormente con las series televisivas muchas de estas radionovelas eran adaptaciones literarias. (Rebón 2016)

El formato «serie» no es algo nuevo en el ámbito audiovisual, más bien la novedad parece situarse en la manera de consumir este producto. Es cierto que yo, como espectadora, ya no tengo el mismo comportamiento frente a las series. De manera general, los espectadores ya no consumen las series como antes y eso conduce a un cuestionamiento sobre sus medios de difusión. ¿Cómo evolucionaron (y siguen evolucionando) esos medios? De las novelas a la radio, las series pasaron después a la televisión. En los años 40 apareció la televisión, invento revolucionario, y hacia finales de los años 60 las cadenas televisivas estaban en pleno funcionamiento, sobre todo en los Estados Unidos, y emitían series de ficción.

Así la receta era sencilla, crear series fáciles y susceptibles de gustar a todo el mundo. Como ejemplo podemos tomar la primera serie de éxito en los EEUU, una *sitcom* (comedia de situación) titulada *I Love Lucy*, que se emitió en la cadena CBS desde 1951 a 1957 y fue la serie más vista durante cuatro temporadas. (Rebón 2016)

En España, en octubre de 1956 se creó el primer canal nacional español, TVE (hoy RTVE). Unos meses después se estrenó la serie *Los Tele-Rodríguez* (TVE, 1957-1958), considerada como la primera serie de ficción de la televisión española. Siguió otras, como *Historias para no dormir* (TVE, 1966) o *Curro Jiménez* (TVE, 1976-1978). Estas tres series no son las únicas que se emitieron ya que había otras, pero fueron las que más destacaron y las primeras importantes en España. Las series tenían mucho éxito y aportaban muchos telespectadores a las cadenas, por lo tanto esas siguieron desarrollando este tipo de productos. En España, con la muerte de Franco, la censura se eliminó en 1977, lo que produjo la apertura de la península, años más tarde llegaría la creación de cadenas privadas gratuitas, como Antena 3, y no gratuitas. En 1981 nació la serie *Verano azul*

(TVE), que ha sido una de las producciones españolas más repuestas de la historia de la televisión, y una de las series más vendidas internacionalmente a países como Hungría y Mauritania, Japón, Suiza y Australia. La década de los 90 fue una etapa de auge y de renovación de las series. En 1990 la cadena privada Canal+ España empezó sus emisiones y por primera vez se ofreció televisión de pago en España. La creación de cadenas no gratuitas, como Canal+ España, supuso un cambio en las maneras de consumo: los espectadores están dispuestos a pagar por ver la televisión y por ver series. A partir de ese momento comienza una competencia que anima a las cadenas a variar los programas y a ser más creativos. La apertura y el desarrollo de las cadenas las llevaron a inspirarse de los programas de otros países, como los EEUU, algunas series atrajeron a los medios extranjeros y empezaron a tener un sitio en las cadenas del mundo. Fue en torno a 1995 cuando se empezó a notar un crecimiento espectacular de las series de ficción, como lo ilustra el éxito de la serie *Médico de familia* (Telecinco, 1995-1999). En otros países, la gente se apasiona por las series y está dispuesta a pagar para verlas, es el caso de *Los Simpsons* o *X-Files* en las cadenas de televisión por cable de los EEUU. Este cambio progresivo de manera de consumir coincide con el acceso progresivo a Internet. En efecto, el acceso a internet ofrece nuevas oportunidades para los espectadores: nuevas maneras de ver series.

La generalización en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación/TIC's, especialmente en los últimos 10 años, ha cambiado muchos aspectos de la vida moderna, incluyendo la manera de ver imágenes en pantalla: si para varias generaciones la televisión o el cine eran la manera de observar nuevas realidades, en la última década utilizando los actuales accesos a internet, es sencillo encontrarnos con personas viendo películas o series en cualquier lugar público, ya sea en "streaming"/ tiempo real, ya sea tras descargársela de una página. (Molina Fernández 2016: 33)

Al igual que pasó con la radio, la televisión ya no es el único medio para ver series: existe Internet. Los espectadores pueden consumir las series en las cadenas de televisión y también en La Red. Aparecieron así plataformas de *streaming* internacionales como HBO, Amazon y Netflix y plataformas nacionales como Movistar y Atresmedia (con Atresplayer Premium) y estas permitieron al espectador acceder a series nuevas y diferentes. Las plataformas tuvieron éxito porque supusieron un cambio importante en las maneras de consumo que corresponden a los deseos del consumidor. Como he dicho antes, la televisión era el único medio para ver series, en las plataformas los consumidores tienen acceso a una multitud de ofertas, de contenidos, tienen la libertad de ver y volver a ver las

series. El espectador no tiene que estar a las siete de la tarde delante de su televisor para ver su programa preferido y correr el riesgo de perderse un episodio. Con las plataformas en línea, el espectador paga para poder ver su programa favorito cuando quiera, donde quiera, una vez o mil veces. El consumo es más sencillo, más personalizado, con muchas posibilidades y así se diferencia de la televisión, que no ofrece esta libertad. Las plataformas de *streaming* permiten un auge de las series.

Al afirmar que con las nuevas tecnologías hoy los espectadores pueden ver series «en cualquier lugar público», Antonio Jesús Molina Fernández no solo se refiere a Internet. En efecto, las pantallas cambian al mismo tiempo. Tradicionalmente tanto los programas de televisión como las series se veían en pantallas grandes de televisión, pero con el desarrollo de Internet el espectador puede acceder a sus contenidos con *laptops*, tabletas y teléfonos.

b) La revolución Netflix

Podemos identificar las plataformas nacionales y las plataformas internacionales. En este trabajo trataremos sobre todo de las plataformas internacionales, pero cabe subrayar la existencia y el desarrollo de plataformas españolas, es decir, disponibles en España, que ofrecen cada vez más contenidos. Podemos citar la plataforma Movistar+ y la plataforma española Filmin (es interesante notar que Filmin hará en 2021 una serie de producción propia).

En cuanto a las plataformas internacionales presentes en España, podemos citar Netflix, Amazon Prime, HBO (*Home Box Office*), OCS (*Orange Cinéma Séries*), Disney+ y Canal+ Series. Cada plataforma tiene un perfil y se diferencia de las demás por el tipo de contenidos. Algunas plataformas tienen un perfil más de gran público, otras más de audiovisual de autor, infantil, etc. El *streaming* es ofrecido por una multitud de plataformas que proponen una gran diversidad de productos. Las plataformas se dirigen a un público diferente según el tipo de contenido ofrecido y todas ofrecen varios formatos: películas, series y documentales. Netflix y Disney+ ofrecen contenidos accesibles para los niños mientras que las demás no proponen (o muy pocos) contenidos juveniles. Las plataformas compran contenidos ya producidos que proponen en *streaming*, pero también se convierten cada vez más en productoras de contenidos, es decir, que aumentan sus producciones originales. De este modo cada plataforma puede proponer un contenido exclusivo que solamente se podrá ver suscribiéndose a la plataforma. Es el caso de las series *La casa de*

papel (a partir de la segunda temporada) y *Élite*, que son producciones originales de Netflix.

A nivel mundial y español Netflix domina el mercado y se impone como líder. El número de suscriptores ilustra el fenómeno.



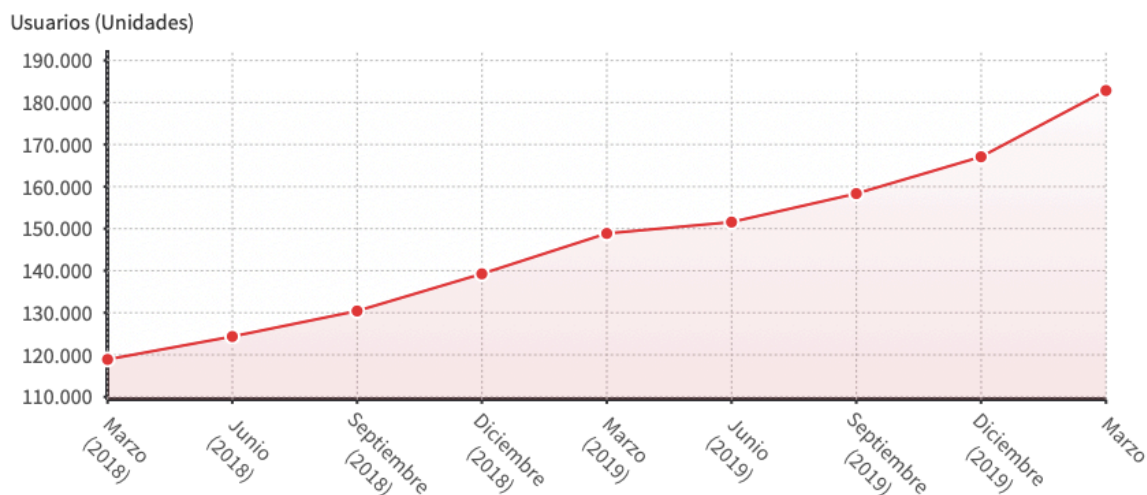
Los miembros por plataforma en España, [expansion.com](https://www.expansion.com)

Netflix es una plataforma creada en 1997 por Reed Hastings y Marc Randolph que al principio ofrecía un servicio de alquiler de DVD (*Digital Video Displayer*) a través del correo postal. En 2007 Netflix introduce el *streaming*, que permite a los miembros ver programas de TV y películas al instante en sus computadoras personales. En 2011 lanza el servicio en Latinoamérica y el Caribe; a partir de 2012 Netflix llega poco a poco a Europa y en 2015 se lanza en España.

Netflix es el principal servicio de entretenimiento por *streaming* en el mundo. Con una presencia que supera los 190 países, más de 182 millones de personas con membresías de pago disfrutan series de TV, documentales y películas en una variedad de géneros e idiomas. Los miembros de Netflix pueden ver lo que quieran, cuando quieran, en casi cualquier pantalla conectada a internet, y pueden reproducir, pausar y ver un título, sin publicidad ni compromisos. Al empezar mi investigación sobre el tema, en septiembre de 2019, eran 167 millones de miembros, mientras que al escribir estas líneas en diciembre de

2020 son 182 millones de suscriptores. Las cifras siguen creciendo y los miembros son cada vez más numerosos. Proponemos entonces una vista general del fenómeno con el gráfico siguiente.

Evolución de suscriptores de Netflix



La evolución de suscriptores de Netflix al nivel mundial, EPData.es

En España las cifras crecen también. De 3 millones de suscriptores en 2019, Netflix pasa a 3 millones y 402 mil para el primer trimestre de 2020. Si la plataforma continúa su ascensión podrá tener hasta 4 millones de suscriptores para finales de 2020.

En las redes sociales, como Facebook o Instagram, Netflix cuenta con más de 73 millones de seguidores en la primera y 7,2 millones en la segunda. Con sus redes sociales, la plataforma alcanza a más personas, a más espectadores posibles. Los productos en español más exitosos mundialmente son las series *La casa de papel* y *Élite*, ambos situados en el Top 10 mundial de las series más vistas en el mundo en 2020.

c) ¿Cadenas de televisión VS Netflix?

¿De dónde vienen las series disponibles en Netflix? Para contestar a esta pregunta cabe interesarse por la relación entre las cadenas de televisión y Netflix. Las plataformas se han establecido y las cifras lo demuestran. Con una presencia en casi todos los países del mundo, Netflix está siempre en búsqueda de novedades, de nuevos programas y así llega a buscar series en el mundo entero, en las producciones nacionales para enriquecer su oferta.

De este modo, el producto, antes solamente visto dentro del país en las cadenas de televisión, se hace accesible a escala internacional.

Al principio de la aparición de Netflix, la plataforma necesitaba buscar en las cadenas nacionales y en sus productos para alimentar su oferta. Las series ya producidas y emitidas en los países permitían a Netflix tener contenido que proponer a sus espectadores. Las cadenas nacionales, al aceptar la emisión por Netflix, ofrecían a sus series una visibilidad mundial que la televisión por cable no permitía. Se estableció así una relación entre las plataformas y las cadenas: los dos medios se complementaron. La serie española *El ministerio del tiempo* (RTVE, 2017-) es un ejemplo de esta relación entre televisión y plataforma. La primera temporada fue emitida por primera vez en La 1² y la segunda temporada en 2016. La cadena anunció la renovación para una tercera temporada tras un acuerdo con Netflix. En efecto, según el acuerdo, Netflix aportaba más dinero para la producción de la tercera temporada (lo que suponía varias mejoras) pero a cambio podía emitir las dos primeras temporadas a todos sus abonados en 190 países a partir de 2017. Este caso es un ejemplo de la relación que empezó a establecerse entre las cadenas de televisión y las plataformas. Es interesante notar que en 2020 expiró el contrato con Netflix y fue la plataforma HBO la que recuperó los derechos. De este modo, todos los episodios de la serie están disponibles en HBO desde abril 2020 y los episodios de la cuarta temporada son emitidos en la plataforma y en la cadena nacional.

Otro ejemplo de la relación entre las cadenas y las plataformas es el de la serie *La casa de papel*. En 2017 la serie se estrenó en la cadena nacional Antena 3 con un total de 15 capítulos. Netflix adquirió los derechos de distribución y reorganizó la serie: creación de partes y de temporadas y reducción de la duración de los capítulos de 70 a 50 minutos. También la plataforma produjo una tercera y una cuarta parte que eran exclusivas de Netflix. La quinta temporada no será emitida antes del punto final de mi trabajo, ya que debe de estar disponible este verano de 2021. Este tipo de relación entre Netflix y las cadenas es otro ejemplo del poder creciente de la plataforma, ya que se convierte en productor de contenidos, no solo compra y emite contenidos sino que compra contenidos y continúa la producción. Gracias a Netflix, *La casa de papel* se emite en más de 190 países y tiene un éxito importante.

² La 1: cadena nacional de la Corporación Radio y Televisión Española (RTVE).

A continuación, el tercer tipo de relación que podemos identificar es el de la producción original. Es decir, Netflix llega a crear sus propios contenidos, sus propias series. Ya no compra contenidos ya producidos por las cadenas nacionales, sino que produce sus propias series. Es el caso de *Las chicas del cable* (Netflix, 2016-2020) y de *Élite* (Netflix, 2017-). *Las chicas del cable* es la primera producción española de Netflix. La plataforma produjo las dos series para emitirlas en exclusiva, así Netflix se distancia de las cadenas nacionales.

En suma, podemos destacar las seis características del modelo de negocio de Netflix según Piernas (2016). Este modelo funciona y es exitoso en el mundo entero.

1. *El poder del streaming*: el usuario tiene acceso a todos los capítulos de una o varias temporadas.
2. *Difusión global*: con presencia en 190 países .
3. *Los anuncios cambian*: spots autopromocionales antes y después del visionado.
4. *La importancia de Internet*: Internet como plataforma, principal característica de las OTT.
5. *Distribuidor y productor*: ya no es solo distribuir o exhibir contenidos de terceros. Netflix apuesta por producir, distribuir y exhibir contenidos propios.
6. *Piratería, no gracias*: mensualidad a bajo costo con acceso a una plataforma online con un catálogo variado de contenidos hace que la piratería de los contenidos se desestimule. (Piernas, citado en Heredia Ruiz 2017: 289)

En resumen, el desarrollo de las series se explica por un componente histórico y un componente tecnológico, ya que la aparición masiva de las nuevas tecnologías y de internet permitieron este auge de producción y de consumo de las series. Las plataformas tienen un papel clave en la producción ya que la competencia conduce a cada uno a producir más, mejor y diferentemente para alcanzar a nuevos espectadores.

II. *La Casa de Papel*: un fenómeno mundial

Hemos situado las series en el ámbito audiovisual para definir las y poder comprender la evolución reciente de las plataformas de *streaming*, sobre todo de Netflix, y de su impacto en el desarrollo internacional de las series españolas. Después de esta necesaria evaluación de la situación, se destaca una serie española: *La casa de Papel*. Partiendo de las observaciones sobre la evolución en cuanto a las maneras de consumir las series, veremos que los cambios no se limitan a las nociones de plataformas/televisión y de pantallas. Las modificaciones van más allá de estos aspectos y veremos en qué medida esta serie es el producto y el reflejo de estas transformaciones.

Emitida en más de 190 países, *La casa de papel* es la primera serie española en alcanzar a tantos espectadores en el mundo. Veremos a continuación los elementos que permiten caracterizarla de fenómeno mundial y cómo se organiza la relación entre los productores/la serie y los espectadores.

1. *La Casa de Papel*: organización, trama y premios

La casa de papel es una serie de suspense, de acción, de aventuras y de espías. Aunque se emplee la palabra «temporada»: primera temporada, segunda, tercera... en realidad la serie se compone de dos temporadas que se dividen en partes: la primera se divide en dos partes con un total de 15 episodios y la segunda en tres partes con un total de 26 episodios. Todas las partes ya están disponibles en Netflix, excepto la quinta y última que se estrenará en verano de 2021. La tabla siguiente permite observar la organización de la serie:

Temporada	Episodios por temporada	Episodios por parte	Fecha de emisión en Netflix
1	15	9	25 de diciembre de 2017
		6	6 de abril de 2018
2	26	8	19 de julio de 2019
		8	3 de abril de 2020
		10	7 de agosto de 2021

La serie disfruta de una intriga intensa que se desarrolla a lo largo de los episodios. Para resumir en unas líneas de qué trata *La Casa de Papel* podemos citar la página creada por *El País*³, dedicada a la serie y que nos propone un resumen claro:

La Casa de Papel es una serie que muestra un histórico asalto a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, en Madrid, España, por parte de una banda de ladrones que planea obtener 2.400 millones de euros, y para lograrlo toma en el atraco a 67 rehenes. Todo este plan está bajo el mando de ‘El profesor’, un hombre que decide reclutar a ocho personas y llamarlas por nombres de ciudades para llevar a cabo la misión: ‘Tokio’, ‘Berlín’, ‘Moscú’, ‘Denver’, ‘Río’, ‘Nairobi’, ‘Helsinki’ y ‘Oslo’. (Echeverry Segura-Zapata)

El suspense de las dos primeras partes se centra en el éxito o no del atraco y en saber si lograrán salir de la Fábrica. El final de la segunda parte es un éxito para el grupo de ladrones ya que logran escapar con el dinero. En la tercera parte, el grupo del Profesor ofrece al espectador un nuevo atraco: el del Banco de España, con el objetivo de rescatar a Río, miembro del grupo, capturado y torturado por Interpol⁴. La cuarta parte desarrolla la intriga en cuanto a este nuevo atraco.

La casa de papel recibió varios premios nacionales e internacionales:

- Premio Iris (son los premios anuales de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España.)

2017	Mejor guion	
2018	Mejor actriz	Ursula Corberó (Tokio)
2019	Mejor ficción	
	Mejor actor	Álvaro Morte (El Profesor)
	Mejor actriz	Alba Flores (Nairobi)
	Mejor dirección	
	Mejor producción	

³ Periódico español.

⁴ Organización Internacional de Policía Criminal que ayuda a la policía de los países miembros a colaborar entre si para facilitar el intercambio y el acceso a información sobre delitos y delincuentes.

Para 2020 quedan pendientes los resultados, pero la serie está nominada en las categorías de mejor ficción, mejor guion y mejor producción. Además, ha recibido ya varios premios. Entre ellos, el Premio MiM Serie⁵ a la mejor dirección y los premios de mejor dirección de ficción y mejor ficción en el FesTVal de Televisión y Radios de Vitoria. En el Premio de la Unión de los Actores, Pedro Alonso (Berlín) recibió el de mejor actor secundario (2018) y Fernando Cayo (Coronel Tamayo) el de mejor actor de reparto (2019). En 2018, *La casa de papel* obtuvo el Premio Fénix⁶ a la mejor serie y el Premio Emmy Internacional al mejor drama. Cabe subrayar este último premio, ya que *La casa de papel* es la primera serie española en lograr este reconocimiento en esta categoría.

2. Nuevas maneras de ver series: ejemplo de *La Casa de Papel*

Ya hemos mencionado el recorrido de *La casa de papel* hasta Netflix, ya que al comienzo era una serie producida Vancouver Media y Atresmedia. Atresmedia, el grupo de comunicación audiovisual compuesto de la cadena nacional privada Antena 3, poseía los derechos de emisión. Así el primer episodio de la serie se estrenó en España en Antena 3 el 2 de mayo de 2017 y la cadena emitió las dos primeras partes antes de que Netflix la adquiriera. Las cifras de audiencia fueron óptimas al principio, con 4 090 000 espectadores para el primer episodio, pero cayeron hasta 1 798 000 espectadores para el último en noviembre de 2017. Según el documental *La Casa de Papel: El Fenómeno* (2020, Netflix), los equipos de producción y la cadena eran pesimistas y no veían porvenir para la serie, pues sus resultados reflejaban una caída de espectadores. Varios elementos explican este fracaso anunciado.

El primer elemento remite a la **evolución de los hábitos de consumo de las series**. En efecto, Antena 3 es una cadena nacional de televisión y Netflix es una plataforma de *streaming*. Los dos funcionamientos son muy diferentes ya que en el primer medio la serie se emitió al ritmo de un episodio cada semana del mes de mayo de 2017 al mes de noviembre del mismo año. Como hemos dicho antes, los espectadores quieren un consumo diferente de las series: verlas cuando quieren y donde quieren. El cuando es lo que mejor explicaría lo que pasó con *La casa de papel*, ya que es una serie con una intriga intensa y

⁵ Premios televisivos españoles con carácter anual para reconocer el mérito y calidad de las producciones televisivas españolas de cada año.

⁶ Premios entregados a los realizadores pertenecientes a las artes audiovisuales de toda América y de España.

esperar cada semana el episodio siguiente durante casi siete meses debilitó las audiencias de la serie y la posibilidad de que el público se enganchara. Los espectadores aspiran a consumir series de manera diferente y esto no concierne solamente a *La casa de papel*. En efecto, el cambio de comportamiento remite al fenómeno del *bingewatching* (en castellano se refiere a «un maratón de serie»). El término hace referencia al hecho de ver varios capítulos de la misma serie de manera consecutiva. El ritmo de *La casa de papel* favorece esta manera de consumo ya que es una serie con un suspense intenso en el que el espectador es atrapado, lo que fortalece su entusiasmo.

Desde el momento en que se estrenó en Netflix el 25 de diciembre de 2017, «La casa de papel» ha ocupado los primeros lugares del ranking de series más consumidas utilizando el procedimiento de los “atracones visuales” o *binge-watching* del mundo (TV Time, 2018). Pero, desde el 22 de enero (de 2018), estuvo durante 5 semanas consecutivas en el primer lugar del mundo, convirtiéndose en un auténtico fenómeno, con una media de 6 episodios vistos por espectador y sesión de visionado. (Arrojo / Martín 2019: 7).

El *bingewatching* se puede medir y las cifras traducen el alcance de la serie.

Según ha publicado la plataforma, 34.355.956 hogares han visto algún episodio de la tercera temporada en su primera semana en Netflix. Si concretamos un poco más, de esa monumental cifra, 24 millones de hogares han finalizado ya la temporada, consumiendo los ocho capítulos en los primeros siete días. (Gabernet 2019:1)

La posibilidad de consumir la serie de esta manera es un elemento clave para el enganche del público y los espectadores así lo expresan. En la página web VICE, por ejemplo, Patricia, 26 años, de México, dice: «La serie tiene muchísima fama. La mayoría de mis amigos la han visto y les encantó. Yo me vi la primera (parte) en dos semanas y la segunda en tres o cuatro días». El *bingewatching* se destaca hoy como factor para el éxito de una serie.

El segundo elemento para explicar el fracaso en Antena 3 y el éxito en Netflix es la **publicidad**. La publicidad en la televisión obliga al espectador a parar su experiencia en un momento de acción, de intriga muy intenso. Para Álex Pina, el productor de la serie, los cortes para publicidad con que contaba la serie en su emisión lineal jugaban en contra de la experiencia visual. Explica que «es una serie que es frenética, es adrenalina pura, va casi en tiempo real, y ahí los cortes para publicidad producen una especie de parón brusco que es complicado» (Piña citado por Marcos 2018). En Netflix la serie se emite por temporadas completas, así el espectador puede verla cuando quiera y como quiera y sobre todo no hay publicidad. La diferencia entre los medios en cuanto a la presencia de publicidad se explica

por el funcionamiento de pago de Netflix, que permite a la plataforma recaudar fondos mientras que para la cadena Antena 3 los anuncios son una fuente de ingresos necesarios a su funcionamiento. El hecho de poder ver la serie de manera entera, en unos días, episodio tras episodio sin cortes para publicidad permite una experiencia visual completa que corresponde a las expectativas de los consumidores.

Además, con el objetivo de alcanzar a más público y corresponder a los gustos de los consumidores, era necesario **adaptar la serie a los formatos aprobados** por los espectadores. Según Álex Pina, existe un «montaje internacional de las series» y *La Casa de Papel* en su formato antiguo no correspondía a los gustos de los consumidores. En este sentido, Netflix reorganizó los episodios: en lugar de conservar los nueve episodios originales de 70 minutos cada uno, la plataforma los dividió en trece episodios de 40-50 minutos de duración cada uno. Además, cortaron los episodios de manera estratégica, lo que permitió la creación de *cliffhanger*, que mantienen al espectador alerta para que tenga ganas de ver el episodio siguiente.

Con estos ajustes se abrió una nueva era para la serie, que pasó de estar a punto de ser suspendida a ser la serie más vista de Netflix ya que la plataforma la convirtió en un éxito. *La Casa de Papel* se convierte así en el reflejo de la evolución de los medios y de las maneras de consumo. Sin estos cambios realizados por Netflix, la serie no hubiera alcanzado este éxito. Las cifras de Netflix contrastan con las de Antena 3 y fomentan la idea de que coincidir con los deseos de los espectadores es un factor clave. Aunque la plataforma no comunica con regularidad los datos precisos de audiencia y el número de espectadores que vieron la serie, Netflix suele dar algunos datos al estrenar nuevas partes o temporadas. De hecho, se identifican dos momentos: el estreno de la tercera parte y el de la cuarta (que son exclusividades de Netflix), en los que la plataforma publicó datos que permiten afirmar que *La casa de papel* es un fenómeno. Para la tercera parte, podemos retomar las cifras mencionadas antes: «Según ha publicado la plataforma, 34.355.956 hogares han visto algún episodio de la tercera temporada en su primera semana en Netflix» (Gabernet 2019: 1). Para la cuarta parte: «Según una nota de prensa de Reed Hastings, CEO de Netflix, más de 65 millones de usuarios han visto al menos un momento de los capítulos de *La Casa de Papel* 4, datos que asustan por la escala que representan» (Cruz 2020: 1). Es cierto: estas cifras pueden asustar. A modo de comparación, la población española es de 46,94 millones de habitantes en 2019. El número de espectadores de la serie a nivel mundial se acerca al número de habitantes de España.

El ejemplo de la evolución de *La Casa de Papel* con Netflix muestra que ahora las productoras ahora toman en cuenta los deseos y las exigencias del público. Las productoras están atentas a las demandas de los espectadores y estos están atentos a lo que proponen las productoras. La relación se hace más compleja y se desarrolla en un contexto de multiplicación de los contenidos y de los canales de comunicación.

3. Una relación espectador/producción

El papel de consumidor evoluciona: se convierte en un actor poderoso en el proceso. Con la multiplicación de la oferta en cuanto a los contenidos audiovisuales, los espectadores pueden elegir qué ver y sobre todo qué no ver. La productora debe tener en cuenta la voluntad del espectador para lograr resultados y fidelizar a los clientes. Se fomenta así una relación espectador / productora en la que ambos tienen un papel. Joel Pérez pone de relieve las dos relaciones posibles entre el espectador y la productora (la serie): una relación de arriba abajo (en la que la productora crea unos canales que pone a disposición de los consumidores) y una relación de abajo arriba dirigida por los propios consumidores. Explica que «En este último caso, el público es aquél que, con el fin de ampliar información fuera de los cauces, digamos, oficiales, crea sus propios canales para interactuar con otros consumidores.» (Pérez 2016: 9). En este sentido, Joel Pérez habla de un «nuevo consumidor» activo que es «capaz tanto de utilizar los canales que pone la productora a su disposición, como de crear su propio canal junto a otros consumidores» (2016: 8). Además de la postura del consumidor que está cambiando, la noción de canal es fundamental ya que la serie, como objeto audiovisual, ya no es el único canal de comunicación. La relación se expresa entonces en varios canales, como las redes sociales (RRSS), páginas web, comunidades de fans, juegos interactivos... y todos los procesos se completan y permiten un beneficio mutuo. Las dos figuras propuestas por Joel Pérez permiten visualizar las dos relaciones que existen entre las productoras y los objetos culturales que producen.

Se observa que a partir del objeto audiovisual principal, una serie, en lo que concierne a nuestro trabajo, la productora crea nuevos canales oficiales en los cuales proporciona información a su público. Es la ilustración de la relación arriba abajo.

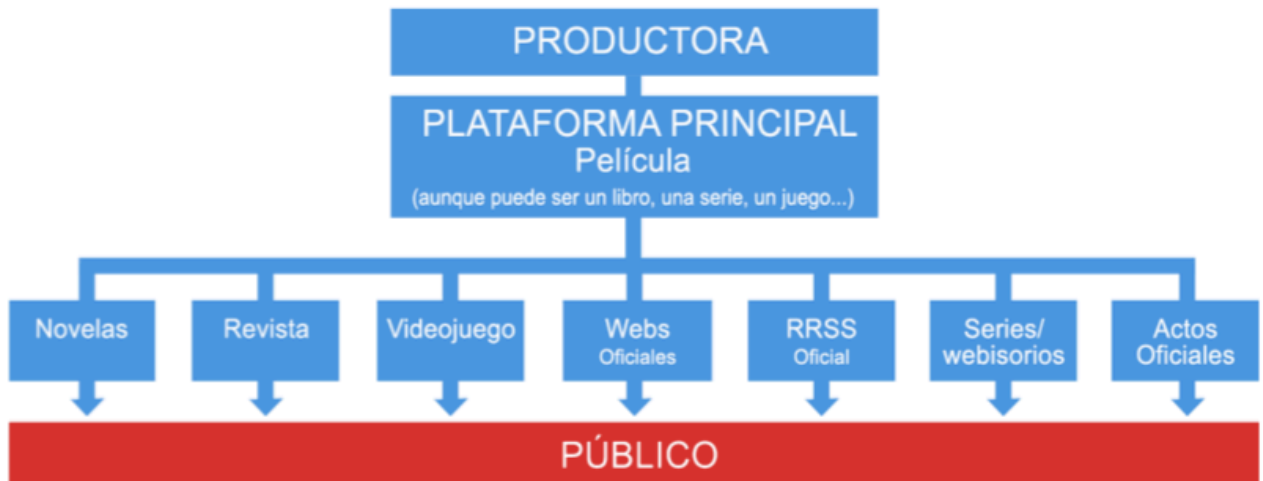


Figura de la relación de arriba abajo.

En la figura siguiente, las creaciones de contenidos ya no son oficiales, es decir, ya no provienen de la productora, es el consumidor del objeto audiovisual quien crea y alimenta canales no oficiales. Es la relación de abajo arriba. En este tipo de relación se supone que es el espectador quien adopta un papel activo.

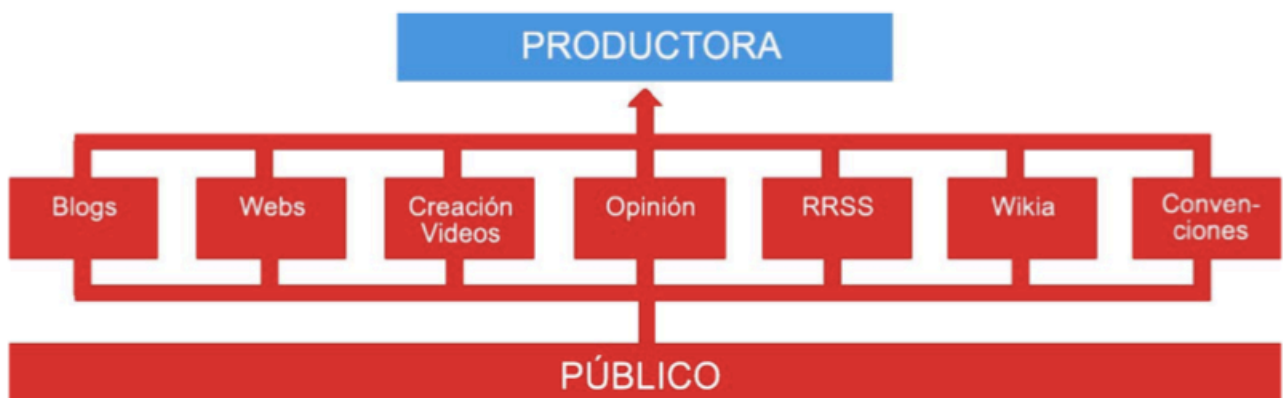


Figura de la relación de abajo arriba.

La multiplicación de canales remite a la noción de narrativa transmedia. Para situar y entender la noción me parece interesante citar a Marie-Laure Ryan, que nos propone un ejemplo muy claro de lo que es el *transmedia storytelling*:

Star Wars en est le prototype : il y eu d'abord trois films, puis six, et bientôt neuf ; des romans, des comics, des jeux vidéo, des mondes virtuels, des figurines, des T-shirts et des costumes pour enfants, sans oublier plus de 35000 fanfictions sur fanfiction.com. Après *Star Wars* vinrent *Le Seigneur des Anneaux*, *Harry Potter* et *Matrix*. Aujourd'hui, la trilogie *Millenium*, les sagas *Twilight* et *Hunger Games* étendent leur influence au-delà des romans d'origine. Même *Fifty Shades of Grey*, d'abord une fanfiction issue de la saga *Twilight*, s'en est émancipée pour devenir le pilier de son propre monde fictionnel. Il semble qu'à chaque fois qu'un récit devient « viral », il engendre une activité transmédiatique. (Ryan 2017)

La casa de papel funciona de la misma manera: la narración se expande a otros canales de comunicación. El transmedia se hace por parte de la producción (relación productora hacia espectador) y por parte de los espectadores (relación espectador hacia productora).

a) Relación producción —> espectadores

En la relación de arriba abajo mencionada, las productoras crean canales oficiales para ofrecer una experiencia transmedia a su público. En el caso de *La Casa de Papel* podemos identificar varios canales más potentes que proponemos desarrollar en este trabajo.

Las redes sociales (RRSS): *La casa de papel* disfruta de una gran comunidad de seguidores en las redes sociales. Como hemos dicho antes, la aparición de Internet y de las plataformas provocaron cambios en los hábitos de consumo de los espectadores. En este sentido, el uso de las redes sociales es un elemento relevante en el proceso de «producir, emitir y comunicar», pues se realiza a través de ellas una gran parte de la comunicación.

Las redes sociales permiten promocionar contenidos, desarrollar y mantener el conocimiento de la imagen de la marca, proveer nuevas experiencias de marca o aumentar su conocimiento. Las redes permiten que los usuarios interactúen con las marcas, lo que en el ámbito audiovisual implica aumentar el impacto y la influencia de los programas y alargar su vida. (Pereira-Villazón, Portilla 2020:3)

En el caso de *La Casa de Papel*, las redes sociales es un factor significativo. En las RRSS como Twitter, Instagram y Facebook existen páginas oficiales de la serie. Cabe precisar que no todas son de Netflix. En efecto, Atresmedia y Vancouver Media siguen comunicando sobre la serie aunque ya no tiene vinculación con ella. Para precisar, según Tatiana Pereira-Villazón e Idoia Portilla eso se puede explicar por una voluntad de aprovechar el éxito de la serie para la promoción de sus propias marcas o de sus propios contenidos. El análisis de las dos investigadoras sobre la relación redes sociales -

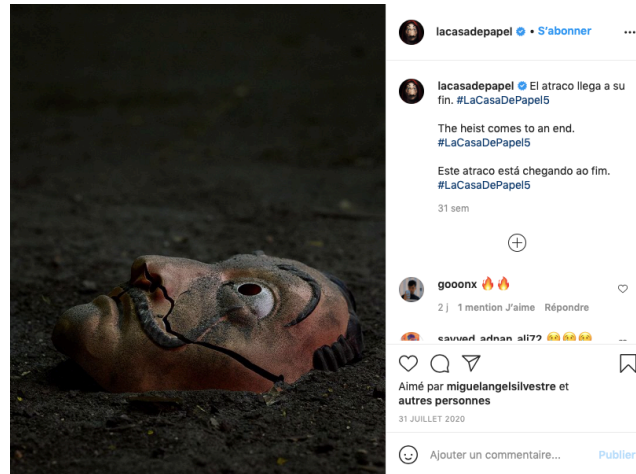
espectadores, realizado entre el 1 de julio y el 1 de agosto de 2019, permite identificar 14 cuentas activas en las cuales se hacen publicaciones relacionadas con *La Casa de Papel*. Es interesante recapitular los elementos en una tabla para observar la amplia presencia de la serie en las redes sociales.

Netflix	Cuenta «La casa de Papel» Twitter
	Cuenta «La casa de Papel» Instagram - 12.1 M
	Cuenta «La casa de Papel» Facebook - 3.6 M
	Cuenta «Netflix España» Twitter
	Cuenta «Netflix España» Instagram
	Cuenta «Netflix España» Facebook
Atresmedia	Cuenta «La casa de Papel» Twitter - 445,3 K
	Cuenta «La casa de Papel» Facebook
	Cuenta «Atresmedia» en Twitter
	Cuenta «Atresmedia» en Instagram
	Cuenta «Antena 3» en Facebook
Vancouver Media	Cuenta «Vancouver Media» en Twitter
	Cuenta «Vancouver Media» en Instagram
	Cuenta «Vancouver Media» en Facebook

Se produce pues una multiplicación de cuentas para alcanzar cada vez a más espectadores potenciales y que permiten establecer (y mantener) una relación entre la serie y el público ya establecido. Una relación que tiene algo de compromiso, que se expresa con los elementos como «Me gusta, compartir y comentar» (Pereira-Villazón, Portilla 2020: 3). Así se mantiene una atención especial en la serie y se conduce a una participación.

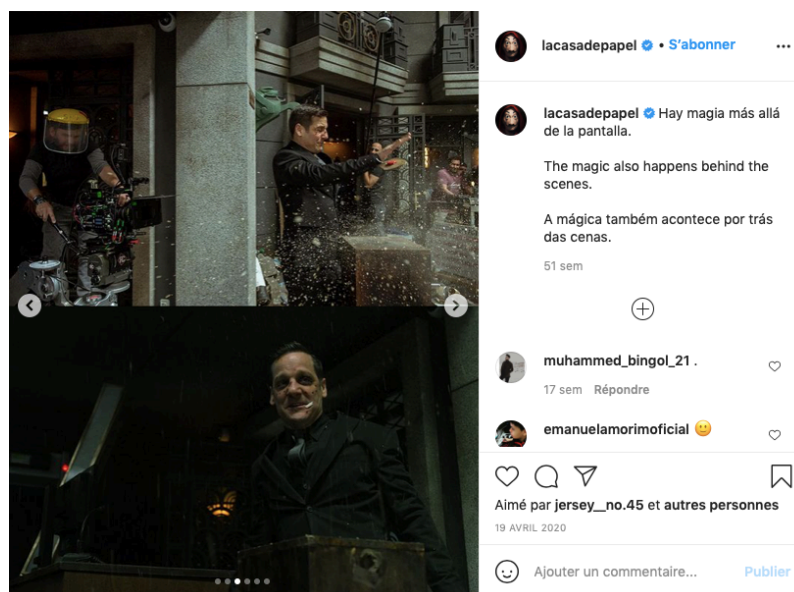
El tipo de contenido compartido es interesante. En estas páginas se publican enlaces, imágenes, vídeos o hashtags. También se publican informaciones exclusivas, como el anuncio de las próximas partes y vídeos e imágenes de rodaje. Este tipo de contenido genera reacciones ya que la comunidad está ávida por descubrir más sobre la serie. Se proponen frases como «lo que no has visto» para mantener el suspense y la

relación con el público. Por ejemplo, en la cuenta Instagram «lacasadepapel» de Netflix anunciaron con una foto y una frase que la quinta parte será la última: la parte final de la serie.



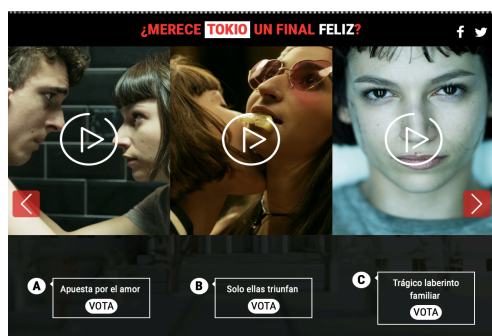
*Captura de pantalla del anuncio de la parte final en Instagram.
«El atraco llega a su fin. #LaCasaDePapel5»*

Otro ejemplo de contenido exclusivo es una publicación Instagram de la misma cuenta en la que Netflix propone dos fotos por escena: una del rodaje y una de la escena grabada, con la frase «Hay magia más allá de la pantalla.» traducida al inglés y al portugués.



Captura de pantalla de una publicación en Instagram.

Las páginas webs: La página web de Antena 3⁷ ofrece una multitud de recursos. Recordemos que Antena 3 ya no distribuye *La Casa de Papel* pero sigue creando contenido y comunicando en torno a ella para aprovechar esta visibilidad para promover sus contenidos. El objetivo es continuar el placer después de haber visto la serie para conocer mejor a los personajes, para descubrir contenidos exclusivos e, incluso, apostar por un final. En una sección se proponen clips exclusivos en los que los personajes se sinceran sobre algunas de sus experiencias durante el atraco y la reclusión en la Fábrica de Moneda y Timbre. En otra sección, el espectador dispone de un juego interactivo con las preguntas siguientes «APUESTA POR UN FINAL. Se acerca el desenlace de *La Casa de Papel*. ¿Cómo crees que terminarán los atracadores de *La casa de papel*? ¿Merece Tokio un final feliz?». El objetivo es mantener el suspense entre las diferentes partes de la serie y ofrecer al espectador varias teorías para alimentar la intriga. En la página anuncian «¿Te atreves a descubrir la verdad? Los protagonistas de *La Casa de Papel* te cuentan varias versiones sobre el destino final de sus personajes. Vota por la que crees que es la cierta. No te fíes, en este juego todas las opciones podrían ser falsas. O no.» Incluso en un juego quiz en Internet logran mantener un suspense intenso.



Juegos interactivos disponibles en la página web de Antena 3.

Adaptación a otros medios: Las dos primeras partes están disponibles en DVD y Blue-Ray⁸ en versión española. Esto significa que los espectadores pueden ver hoy la serie

⁷ <https://www.antena3.com/series/casa-de-papel/rec/>

⁸ Blue-ray: formato de disco óptico empleado para vídeo de alta definición y con mayor capacidad de almacenamiento de datos de alta densidad que la del DVD.

sin abonarse a Netflix. Es un aspecto muy importante porque la serie ya no se limita a los miembros de Netflix sino que otros espectadores pueden disfrutarla.

La creación de spin-offs: el equipo de producción piensa realizar *spin-offs*, serie derivada, en castellano. Un *spin-off* es un producto audiovisual creado a partir de una obra ya existente, en el que se retoman algunos elementos principales del universo de la obra original: uno o varios personajes o lugares, por ejemplo. En una entrevista, Álex Pina confesó que se podría producir un *spin-off* para cada uno de los personajes de la serie. Según el productor, cada personaje tiene una dualidad y a los espectadores les encantaría verlos evolucionar en otros contextos. Las posibilidades son infinitas y el entusiasmo de los espectadores favorece la voluntad de crear este tipo de productos.

La novela: Atresmedia ha lanzado un libro para los usuarios más interesados: *el escape book*.

En él, los lectores se pondrán en la piel de Budapest, el cerebro más brillante entre los estudiantes del Colegio Británico, que incluso ha conseguido captar la atención de El Profesor. En sus más de doscientas páginas, los lectores se enfrentan a una serie de acertijos que tendrán que superar para convertirse en miembros de la banda y poder llevar a cabo el mejor atraco de la historia. (Torrebejano)



El escape book

Los juegos: Se crearon dos juegos de mesa con el universo de la serie: un *escape game* y un juego de roles ocultos.

También se creó un *escape room* frente a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre con decorados oficiales de la serie:

En Wizink Center, justo frente a la verdadera Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, se instaló el gran Escape Room oficial de la serie, desarrollado por Atresmedia Diversificación, Fever y Enigma Express. Se trata de una experiencia inmersiva de 75 minutos de duración y con capacidad para más de cien personas por pase, lo que la ha convertido en el juego de escape más grande de Europa. Los jugadores y actores se disfrazan con el mono rojo y recrean el atraco de la serie, en un escenario lleno de enigmas y efectos de luz, que incluso cuenta con decorados originales de la serie. (Torrebejano)

b) Relación espectador —> producción

Llegamos al segundo tipo de relación entre el espectador y la productora: la de abajo arriba, en la que los canales son creados por los espectadores. El consumidor es activo y Doras Olivera comparte este punto de vista ya que afirma que «el usuario es parte de la historia». Es decir, los espectadores desempeñan un papel clave en la evolución de la serie. Añade que «fans de todo el mundo comienzan a crear juegos y aplicaciones para sentirse parte de la historia» (Olivera 2018). Es una voluntad por parte de los espectadores: quieren continuar la experiencia e implicarse en la serie. La implicación de los espectadores y más precisamente de los espectadores fanáticos permite la multiplicación de contenidos. Se convierten en productores de contenidos.

En la narrativa transmedia las comunidades de fans con sus remix, parodias y extensiones narrativas juegan un proceso fundamental en la diseminación de contenidos, son los evangelistas del universo transmedia. (Jenkins citado por Pérez 2016: 11).

Sin embargo, el actual modelo de acceso, impulsado por las mejoras técnicas promovidas por la digitalización, ha convertido a estos consumidores en creadores, remezcladores, compartidores y prescriptores de toda clase de material audiovisual. (Hernández / Martínez 2017: 202).

En este sentido, Hayes (2007) identifica los diferentes perfiles de espectadores que consultan los diferentes canales según su actuación en los canales:

- Consumidores: son aquellos participantes que realizan una lectura pasiva de los contenidos. Es el caso de un usuario que se limita a leer los contenidos e intervenciones de otros usuarios sin aportar ningún contenido a la comunidad.
- Distribuidores: escogen y envían la información que consideran interesante a sus conocidos. Usuario que elige un contenido y lo distribuye bien en otra comunidad o en RRSS a su entorno.
- Críticos: Son aquellos que realizan comentarios públicos en la comunidad.
- Editores: Usuarios que mezclan y editan a partir de elementos creados por otros, tanto si son contenidos creados por la productora como por otros usuarios. Podemos

encontrar numerosos usuarios dedicados a realizar mezclas o montajes con fragmentos de contenidos originales.

- Creadores: Aquellos usuarios que publican contenido original. (Hayes citado por Pérez 2016:14).

Podemos identificar varios canales en los cuales la participación de los espectadores es relevante.

Las redes sociales: los fans participan en las redes oficiales. En efecto, las RRSS oficiales invitan al espectador a reaccionar, lo que permite a las producciones evaluar la recepción y la opinión de los espectadores.

Las RRSS han sido de gran ayuda a las productoras ya que esta interactividad directa con el cliente final posibilita la recogida de información de primera mano sobre los gustos y preferencias de su público. Ahora es posible conocer en seguida la opinión de la audiencia sobre un determinado personaje o giro del guión. (Pérez 2016: 14)

Los espectadores se agrupan en comunidades en las RRSS creando grupos privados o públicos sobre el tema. El grupo público «La casa de papel» en Facebook cuenta con 1,8 millón de miembros. En este grupo, los fans comparten imágenes, anécdotas y opiniones. Podemos leer publicaciones que invitan a dar su opinión sobre un personaje o que comparten creaciones como tatuajes o cortes de pelo.

Los blogs y las webs de fans: los espectadores crearon páginas en las webs como «fandom» o «hypnoweb» (las dos francesas) y proporcionan información como si fueran una enciclopedia. Uno puede buscar más datos sobre un personaje o un resumen de un episodio. Estas webs proponen también fórums en los cuales los internautas pueden intercambiar sobre la serie, los personajes, los actores o los *spoilers*⁹ por ejemplo.

Además, los fans anónimos se emplean en crear comunidades de fans como en las webs *fanfictions*. En estas páginas se crean muchos relatos en varios idiomas. Por ejemplo, una internauta escribió en 2018 10 capítulos que resume así: «Los días que Raquel (la inspectora) y Sergio (el Profesor) pasan juntos desde que se reencuentran en Palawan. ¿Por qué se han reunido todos los atracadores de nuevo? ¿Qué plan hay detrás de todo esto? ¿Está Raquel dispuesta a cambiar radicalmente de vida para estar con él?». Todavía en el ámbito de la creación por parte de los espectadores, se crearon muchos *fan art* que se hicieron famosos: carteles, dibujos, street-art... las creaciones son numerosas.

⁹ Un spoiler es el desvelamiento de algún aspecto importante de una serie a una persona que lo desconozca y a la que le puede resultar molesto.

Es interesante subrayar que Netflix (la productora en este caso) presta atención a su relación con los fans de la serie. En efecto, a través de sus redes sociales, la plataforma comparte *fan art*, lo que motiva este tipo de creaciones y anima a los espectadores a seguir creando.



Dos ejemplos de fan art compartidos por Netflix en su página Facebook.

Creaciones de espacios: También se adaptaron algunos videojuegos en los que los fans realizan modificaciones para crear espacios visuales similares a la serie. El juego *Gran Theft Auto* es un buen ejemplo: varios fans crearon un ambiente «casa de papel» en el juego y grabaron vídeos de sus creaciones que son virales en la Red.

Creación de vídeos:

La serie también ha tenido gran popularidad dentro del mundo del fútbol. Jugadores como Neymar y Mbappé presumieron del disfraz oficial de la serie en el día de Halloween, mientras que los miembros de la Selección Española acudieron por sorpresa al escape room. A su vez, los hinchas de distintas selecciones –entre ellas, el propio Atlético de Madrid– adaptaron la letra de *Bella Ciao* en sus cánticos. Otras celebridades como Stephen King o Paulo Coelho también se han declarado auténticos fans de la serie. (Torrebejano)

La especialista menciona las dos canciones emblemáticas de la serie: *Bella Ciao* y *My Life is going on* de Cecilia Krull. Es interesante observar el origen de la primera canción. Paulina González Rosero, en su trabajo, traza la historia de esta canción.

Respecto de la música, uno de los símbolos más significativos en la serie es la canción *Bella ciao* (*Adiós bella*, en español), interpretada por los personajes de El Profesor y Berlín en el capítulo 13 de la primera parte. Originalmente vinculado con los partisanos italianos opuestos al fascismo durante la Segunda Guerra Mundial, este tema se popularizó a fines de la década del 60, a raíz de la ola de manifestaciones estudiantiles y obreras del Mayo francés. Posteriormente, diversos artistas latinoamericanos que se identifican con la izquierda, como Quilapayún, Mercedes Sosa y Manu Chao, grabaron sus propias versiones de *Bella ciao*. (González Rosero 2019:19)

De esta canción se encuentran muchas parodias virales: la española *La Casa de Papel - Parodia Bella Ciao Remix* de la canción *Bella Ciao* cuenta con más de 5,3 millones de vistas en YouTube. Existen parodias en muchos idiomas, como la francesa *La France en demi ciao*, que cuenta con más de 1,6 millones de vista en YouTube. Alba Torrebejano, en su trabajo explica que los seguidores no paran de crear nuevas versiones de la canción *Bella Ciao* y también de la banda sonora *My Life is going on* de Cecilia Krull. La canción *Bella Ciao* incluso se ha colado en un episodio de *Los Simpsons*, en el que los personajes la interpretan.

En resumen, *La Casa de Papel* ha alcanzado reconocimientos, resultados, lugares, espacios, situaciones que ninguna serie española había podido alcanzar. Es un reflejo de la evolución del consumo de las series y sobre todo de la relación de la serie con el espectador y con la sociedad.

III. *La Casa de Papel*: ¿reflejo de una sociedad?

Este trabajo nos ha permitido observar y documentar la relación que existe entre la serie y los espectadores. Esta relación es compleja y completa ya que se manifiesta de muchas formas, ahora bien, nos podemos preguntar cómo se vincula su desarrollo con el contenido de la serie. ¿Se habrán reconocido, identificado, los espectadores con los protagonistas? ¿Podría explicar esa circunstancia la relación tan fuerte? Para indagar en estas cuestiones, veremos en qué medida la serie es el reflejo de la sociedad española, tanto a nivel económico y político como a nivel social, lo que podría favorecer la identificación del espectador.

1. Contexto económico y político

Según Juan María Martínez Otero (2006) las series de televisión tienen tres funciones sociales: la diversión, la información y la educación. Es decir, las series tienen una influencia, un impacto en la sociedad. En su tesis, Beatriz González de Garay Domínguez explica que las series aparecen como lugares en los que rastrear el discurso social, y que tienen una poderosa influencia en el desarrollo de los procesos sociales.

Para entender la serie es necesario contextualizarla en el periodo en el que se creó y se produjo. Como hemos dicho antes, *La casa de papel* se estrenó en 2017, es decir, en la década de los 2010: años de movimientos ciudadanos de reivindicación, como el movimiento 15-M llamado «los Indignados». El nombre 15-M hace referencia a la manifestación nacional del 15 de mayo de 2011, al cabo de la que varios grupos de personas decidieron acampar en plazas en ciudades de España. Este movimiento ciudadano pacífico quería promover un sistema democrático más participativo y protestar en contra del dominio de bancos y corporaciones. Los manifestantes se autoatribuyeron el nombre de «Los Indignados» y muchos medios de comunicación retomaron este adjetivo que hace referencia al libro *¡Indignaos! (Indignez-vous)*, (2010) del autor francés Stéphane Essel. Este movimiento nació de las consecuencias de la crisis financiera de 2008. Los «Indignados» ya no confían en el sistema democrático. En efecto, con la crisis aparecieron exigencias sociales y políticas —como la lucha contra la corrupción— que el movimiento consideraba necesarias para la sociedad española. En las manifestaciones se podían oír lemas como «No somos marionetas en manos de políticos y banqueros» o «Democracia real ¡YA! No somos mercancía en manos de políticos y banqueros». La desconfianza en el sistema llegó

a su punto más alto y los españoles ya no confiaban en los políticos para resolver sus dificultades económicas y sociales. Paulina González Rosero, en su trabajo, explica que los ciudadanos ya no confían en el poder para cambiar las cosas y observa que consideran el poder como la causa de sus problemas. Para los Indignados, el poder se convierte en un enemigo.

Es en este contexto donde existe una mayor vigilancia ciudadana sobre el poder y donde la política ya no se concibe como el origen de un cambio, sino como la causa de los peores males, en el que afloran movimientos de reivindicación utópica como el del 15-M. (González Rosero 2019:16)

En este contexto de desconfianza se produjo *La casa de papel* y de este modo la reivindicación de las manifestaciones ciudadanas exigiendo cambios estructurales se expresan en la serie en frases como las siguientes:

La gente pasa años estudiando para tener un sueldo que, en el mejor de los casos, no deja de ser un sueldo, un sueldo de mierda. (El Profesor, *La casa de papel*, Capítulo 1).

Año 2011. Un grupo de chavales empieza a ocupar la Puerta del Sol, la plaza más emblemática de toda España. Y llegan a reunirse ahí más de 20 mil personas. Si nos llegan a decir a cualquiera de nosotros que 20 mil personas iban a acampar en la Puerta del Sol durante todo un mes sin que la policía entrara, no lo hubiéramos creído jamás. Hubiéramos dicho que es del todo imposible. (El Profesor, *La casa de papel*, Capítulo 8).

Hay una relación entre el contexto económico/político y los acontecimientos en la serie: los ladrones no van a robar a los ciudadanos sino al estado, al que las circunstancias particulares de la crisis en España hacen que consideren responsable de sus dificultades.

El perfil de los personajes fortalece la idea de que el contexto es omnipresente en la serie. En efecto, son una suerte de huérfanos, no tienen mucha familia, salen de la cárcel o son marginales. El Profesor es consciente de esto y es lo que busca: «Estoy buscando a gente que no tenga mucho que perder» (*La casa de papel*, capítulo 1). Reunir a personas que no tienen mucho que perder, para retomar las palabras del cerebro de la operación, supone que se impliquen de verdad en el plan y eso conduce a la formación de un grupo con un objetivo común. Este objetivo no es el robo en sí, es más bien denunciar la inacción del Estado por mejorar la vida de los españoles. El espectador se identifica con los personajes por empatía, por su situación y sobre todo por su crítica constante del sistema económico y político de España. Sara Rebollo-Bueno (2018), en su trabajo, analiza que las

informaciones que aparecen en el relato hacen eco a las que los espectadores están expuestos cada día.

Para reforzar esta idea de serie muy relacionada con la realidad, son de señalar las referencias, homenajes o guiños que hace el Profesor a los espectadores. En efecto, hace referencia al colectivo «exterior» en casi cada episodio. Por un lado, vemos imágenes de manifestantes en la serie, que forman parte de la trama, y por otro lado hay referencias a manifestaciones reales, que no forman parte de la trama pero que la producción, mediante el personaje del Profesor, utiliza en la serie. Se mezclan aspectos de ficción y de realidad y es como si el Profesor estuviera hablando al espectador. ¿Es real el atraco? El espectador se siente como pieza del puzle, estaría dispuesto a manifestarse si el atraco fuera real.

A continuación, no olvidemos que hay un segundo atraco en la tercera parte. Los miembros del grupo del Profesor logran salir del primer atraco y escapan con el dinero. Río, un miembro de la banda, es capturado y torturado por Interpol. El Profesor lanza un plan para rescatar a Río y hace chantaje al Gobierno de España con documentos oficiales secretos de estado para lograrlo. Se mantiene la intriga, ya que el espectador no sabe lo que contienen las maletas, pero sí se da cuenta de que la revelación de estos documentos podría ser terrible. A través de este juego iniciado por El Profesor, se cuestionan el poder y la opacidad del Estado. ¿Qué hay en estas maletas? ¿El Gobierno, los gobiernos, de manera general, esconderían elementos importantes a su población? Elementos tan graves que los gobernantes están dispuestos a hacerlo todo para impedir la publicación de esas informaciones. Volviendo a la captura de Río, esta situación de la serie hace eco a preguntas sociales que conciernen a España. En efecto, la cuestión de agresiones por parte de los policías es un tema presente. Es interesante recordar que en 2017 tuvieron lugar violencias en Cataluña con ocasión de referéndum (no oficial) por la independencia.

En suma, como anunciaba, el contexto es omnipresente en la serie: del escenario a los diálogos de los personajes. Veremos ahora cómo la serie conecta con su época a nivel social y sobre todo a nivel de las cuestiones de género. En efecto, es un tema que era (y que sigue) muy presente en los debates públicos: se multiplican los artículos, los dossieres, las manifestaciones y las protestas.

2. Cuestiones de género

a) *Nairobi y Arturo: dos personajes relevantes*

Esta serie pone pues en escena personajes que experimentan situaciones que el espectador mismo o su entorno pudo experimentar en un momento de su vida. Esto permite a la gente identificarse a los personajes y apropiarse la lucha. Según el periodista Fernando Mejía, «en *La casa de papel* La Resistencia también ha levantado su voz sobre otros temas de interés social, como el feminismo y la homosexualidad, aunque de manera un poco más sutil y tácita que los políticos y económicos.»

Entonces, la serie trata de temas sociales de manera menos directa, como la cuestión de la igualdad de los géneros y del feminismo: la violencia, la cuestión del consentimiento, la interrupción voluntaria del embarazo y la lucha por la igualdad. En la sociedad española actual y en las sociedades contemporáneas en general son temas recurrentes e importantes. Tratar de estos temas en una serie con tanta relevancia internacional, y hacerlo de manera ingeniosa, permite vincular ideas y hablar de temas delicados que pueden abrir el diálogo social en la realidad. Propongo centrar el trabajo sobre dos personajes claves: Arturo y Nairobi. En efecto, estos dos personajes son protagonistas de escenas con mucho sentido para los temas que nos interesan, es decir, reflejan las cuestiones mencionadas más arriba. El personaje de Nairobi se hace el portavoz de una parte de la sociedad que sufre y que intenta expresarlo en público: las mujeres. Cabe precisar que al hablar de «las mujeres» no quiero estigmatizar sino hacer referencia a una realidad medible. El objetivo de este trabajo no es oponer «las mujeres» a «los hombres» sino analizar cómo el debate social sobre la cuestión de género se observa en la serie. En otros términos, se trata de analizar cómo un personaje de ficción puede convertirse en un portavoz o en un revelador, de manera directa o sugerida. O sea, decir en voz alta lo que muchas personas piensan en voz baja y hacer visible lo invisible. Es el caso de Arturo y Nairobi, personajes que son el reflejo de problemáticas reales y así logran ponerlas de manifiesto. No olvidemos que tratamos de una serie, es decir, una ficción, entonces para continuar y contextualizar los personajes y sus acciones es necesario repasar quiénes son Arturo y Nairobi.

- Arturo Róman, interpretado por Enrique Arce, es el director de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, lugar atacado por la banda del Profesor. En las dos primeras partes es un rehén. Arturo está casado con una mujer, Laura, y juntos tienen

tres hijos. El director mantiene una relación extraconyugal secreta con Mónica, su secretaria. No quiere divorciarse, ni siquiera cuando Mónica le anuncia su embarazo. Esta última se enamorará de Denver, un integrante de la banda de los atracadores, lo que impulsó una rabia en el personaje de Arturo, que se hace cada vez más extremo en su actitud y su carácter a lo largo de la serie. Manipula a los rehenes para lograr salir de la Fábrica, los pone en peligro y su obsesión es salvar su propia vida. A lo largo de la serie el espectador se entera de que su esposa lo dejó, lo que le conduce a introducirse en la tercera parte en el Banco de España, lugar que el bando del Profesor está atracando, con el objetivo de recuperar a Mónica, ahora miembro de los atracadores con el nombre de Estocolmo y pareja de Denver, y a su hijo.



- Nairobi, interpretada por Alba Flores, es una ladrona, forma parte del bando del Profesor, es decir, de los atracadores. Como los demás atracadores, su nombre de ladrona se refiere a una ciudad: Nairobi, pero la protagonista se llama Ágata Jiménez. En el desarrollo del primer atraco en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, ella asume el mando de un equipo de cuatro hombres que se encarga de la fabricación de los billetes. Nairobi es un personaje con un pasado difícil, lo cual podrá explicar su comportamiento en cuanto a las cuestiones de igualdad y de feminismo. En efecto, cuando era adolescente la protagonista tuvo un hijo, Axel, con un hombre que la dejó. Para sobrevivir y atender a su hijo, Nairobi empezó a falsificar moneda y a vender droga. Eso la condujo a la cárcel y por eso le quitaron la custodia de su niño. El espectador se entera de todos esos elementos a lo largo del desarrollo de los episodios, ya que en la serie Nairobi ya ha salido de prisión y quiere recuperar la custodia de su hijo. En la cuarta temporada, la joven cae en una trampa por parte de los policías. Le dicen que están con su hijo, que este puede verla desde una ventana y

los policías aprovechan este momento para herirla. Morirá en la cuarta temporada, asesinada por un guardaespaldas presente en el Banco de España.



b) Las cuestiones de género

La serie se implica en un tema amplio: las cuestiones de género en la sociedad española, dentro de las cuales se pueden distinguir tres aspectos en la serie: la igualdad de género, las violencias de género y la libertad. Tratar de estas tres cuestiones en tres puntos diferentes no significa que los tres aspectos sean independientes, están relacionados. No obstante, resulta necesario analizarlos de manera separada ya que, lo notaremos, una situación de desigualdad de género no implica obligatoriamente una situación de violencia o de acoso. Con este objetivo de analizar los diferentes aspectos intentaré presentarlos de manera organizada.

La serie, a través de estos dos personajes, cuestiona la **igualdad o, más bien, la desigualdad de género** en la sociedad española. En efecto, el elemento más relevante es la frase de Nairobi en la segunda parte, episodio 3, cuando dice “Profesor, soy Nairobi, Berlín no está en condiciones, así que a partir de ahora estoy al mando yo... ¡EMPIEZA EL Matriarcado!”. En este momento le responde por teléfono al Profesor, después de haber dejado fuera de combate a Berlín, tras sus enloquecidas decisiones que casi arruinan el plan de robar la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. La palabra «matriarcado» se refiere a una organización social en la que el mando corresponde a las mujeres y hace eco a la palabra «patriarcado», organización social en la que los hombres mandan. La voluntad por una parte de la población de llegar a la igualdad de posición entre los hombres y las mujeres es una realidad en la sociedad española. Los movimientos de lucha se centran en la necesidad de crear una igualdad entre los dos sexos. Ante todo, es una realidad mundial: según los datos de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) en 2019 un 90% de los Jefes de Estado y de Gobierno son hombres, es decir, de 193 países, 10 están gobernados

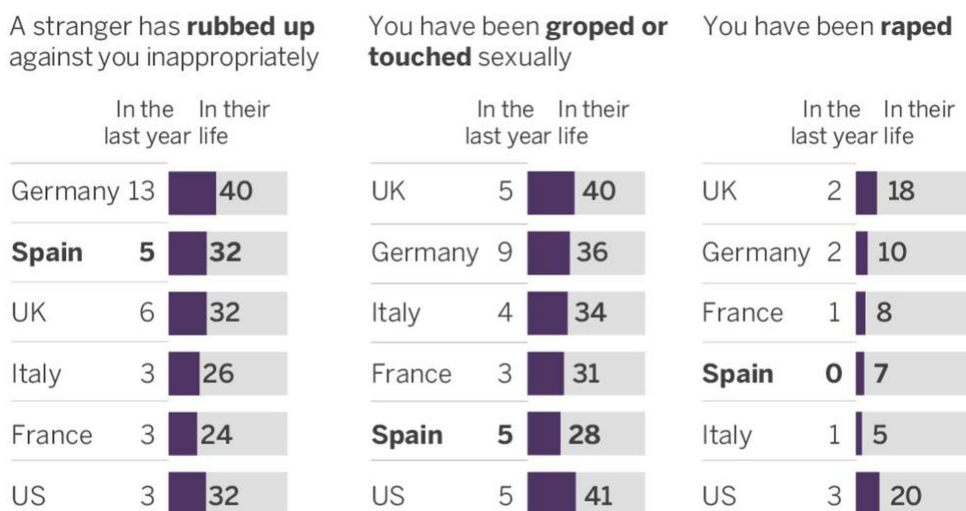
por mujeres. De este tipo de situaciones sale la noción de «patriarcado». En la serie, los hombres están en posición de dirección también: El Profesor (dirige las operaciones desde fuera), Berlín (dirige las operaciones dentro de la Fábrica) y Arturo (dirige la fábrica). Nairobi, con esta frase, expresa su voluntad de una organización en la que la mujer esté al mando. En ese momento, Berlín compromete los planes y el atraco ejerciendo el mando de manera autoritaria y Nairobi toma las riendas de las operaciones para salvar la situación. Quiere demostrar que es capaz de tomar el mando aunque sea una mujer y que quiere empezar una nueva forma de poder con las mujeres. En la primera temporada Nairobi dirige las operaciones de fabricación de billetes y recibe los agradecimientos de sus empleados/rehenes. Uno de los rehenes, Torres, obligado a falsificar billetes de 50€, le agradece ser la mejor jefa que ha tenido nunca por su amabilidad y reconocimiento a los trabajadores.

El personaje de Nairobi se convierte en un símbolo de lo que ella misma llama el «matriarcado» y se opone a Arturo, símbolo del «patriarcado» por su puesto de director y odiado por sus empleados. Esta comparación sugerida aumenta la voluntad de la serie de re-equilibrar las posiciones de los dos géneros en la sociedad. Nairobi tiene los recursos para convertirse en una mujer del «matriarcado»: es fuerte, se opone al «patriarcado», quiere cambiar las cosas, es jefa de producción y ocupa un puesto muy importante. Se convierte en una portavoz y, de hecho, veremos a continuación cómo expresa claramente los miedos, los pensamientos y los sufrimientos de las mujeres en la sociedad española.

Otro tema relacionado a la igualdad entre los géneros pero muy diferente también es el de las **violencias y del acoso**. En efecto, desigualdad de género no significa obligatoriamente violencia verbal o física. El personaje de Nairobi otra vez abre el tema con una frase sobre el acoso callejero: «¿Sabéis qué da mucho miedo también? Volver a casa de noche sola. Pero una continúa haciéndolo. Coge el miedo de la mano y a seguir viviendo. Porque hay que vivir, señores, hay que vivir hasta el final.» (Parte 4 - episodio 5). En esta escena, se ven planos de las caras de los hombres escuchándola: no están sorprendidos y sus rostros traducen tristeza porque saben de qué está hablando Nairobi y se compadecen de su dolor, de su miedo.

La cuestión de las violencias en la calle es un tema muy presente en la sociedad española y el personaje de Nairobi hace referencia a esta realidad confirmada por varios estudios. El realizado por la Fundación Jean Jaurès en 2018 demuestra la realidad de la cuestión en Europa y en España.

% of women who have suffered the following situations by country



Source: Jean Jaurès Foundation. EL PAÍS

Según los resultados, el 86% de las mujeres españolas fueron «silbadas» en la calle en su vida, mientras que el promedio europeo es de un 65%. El 76% de las mujeres españolas dicen haber sido miradas fijamente en la calle y el 50% de las mujeres españolas dicen que recibieron gestos sexuales, mientras que el promedio europeo es de un 36%. Las cifras ponen de relieve la problemática española. El acoso en la calle concierne al país de manera muy fuerte. Nairobi se hace el portavoz de una realidad en la que el miedo está muy presente.

Además, la cuestión de las violencias y del consentimiento se observa en la cuarta parte a través del personaje de Arturo, quien protagonizó una escena de abuso sexual. El personaje le dio cuatro pastillas a Amanda, otra rehén, para calmar sus nervios, pero la mujer terminó dormida. Arturo utilizó la situación para abusar de ella. En la serie, la víctima recibe el apoyo de los demás rehenes, que la creen sin poner en duda su palabra. Esta escena impactó mucho a los espectadores y las reacciones en las redes sociales fueron muy violentas, ya que muchos espectadores se indignaron de este comportamiento.

La serie, y por supuesto su rodaje, está impregnada por el contexto social en el que se desarrolló, hace referencia a muchos temas sociales muy presentes a nivel mundial y en España. En efecto, la situación no se limita al país sino que son asuntos que preocupan también a otras sociedades en el mundo. El movimiento mundial «MeToo» (YoTambién en

español), iniciado en 2017¹⁰ con los casos de abuso sexual contra Harvey Weinstein¹¹ con el hashtag #MeToo, refleja el aspecto mundial de la cuestión. Su objetivo era denunciar la agresión sexual y el acoso sexual. El movimiento invitaba a las mujeres a tuitear sus experiencias para demostrar la naturaleza extendida del fenómeno y así para demostrar que no son casos aislados sino que se repiten y que muchas mujeres sufren de esto, no importa el país o la sociedad. Cabe recordar que la serie *La Casa de Papel* es una serie internacional, entonces su discurso alcanza muchas sociedades.

La escena protagonizada por el personaje de Arturo y el personaje en sí, con su tendencia a abusar de las mujeres que se cruzan en su camino, son recibidos en un contexto de apertura de la palabra de las mujeres y permite mostrar en imágenes lo que sufren muchas mujeres. Es el reflejo de una realidad lo que hace reaccionar a los espectadores, que aportan su apoyo a la víctima y no al abusador. Así, el impacto de la escena de abuso a la que nos hemos referido más arriba es interesante. Primero, permite poner en imágenes una realidad que muchas personas no ven y luego, al recibir estas imágenes, los espectadores reaccionan para protestar y denunciar el comportamiento.

Ejemplo de reacciones de los internautas en Twitter:

«Todas las temporadas de **‘La Casa de Papel’** me quedo con ganas de que le peguen un balazo a Arturo»

«Arturo es el personaje más asqueroso y despreciable»

«A ver cuándo sale ese tiro en la frente para Arturo porque ya no me lo fumo más. Encima es alto violín, qué ser asqueroso. Muertísimo lo quiero»

Si de esta manera, la serie invita al espectador a reaccionar y a preguntarse sobre la aceptabilidad de una situación de violencia y de abuso sexual cabe cuestionarse también sobre el ensañamiento de las reacciones y los límites entre la ficción de la serie y la realidad. En efecto, el actor ha recibido amenazas de muerte por su personaje.

A este contexto social que podemos calificar de contexto mundial, ya que es una problemática muy extendida, como lo vimos con el movimiento Me Too, podemos agregarle un contexto social español particular, en el que suceden acontecimientos relevantes: la huelga general del Día Internacional de la Mujer con más de 250 manifestaciones en todo el país y el caso de La Manada.

¹⁰ El movimiento empezó en 2007 pero fue en 2017 cuando surgió públicamente.

¹¹ En 2017, docenas de mujeres acusaron al productor de cine estadounidense Harvey Weinstein de acoso sexual, agresión sexual o violación y más de 80 mujeres en la industria del cine reportaron posteriormente experiencias similares con Weinstein.

En España, en los Sanfermines de 2017, cinco hombres violaron a una mujer de 18 años y durante el juicio se analizaron más las acciones (o inacciones) de la chica que las acciones de los agresores. Los violadores fueron condenados a penas rebajadas porque, según los magistrados, no había existido violencia ni intimidación. Este caso encendió la mecha de las protestas y movilizaciones. La sentencia fue corregida y los hechos considerados como violación. El caso abrió el debate sobre la libre expresión de la voluntad de tener relaciones sexuales con otra persona y sobre la tipificación de los delitos sexuales. Antes, para que hubiera agresión sexual se requería violencia o intimidación, si no era considerado abuso. El proyecto de la llamada ley «solo sí es sí» supone que la regulación de los delitos sexuales se haga en base al consentimiento y no a otros elementos. Así, esta nueva ley termina con esta diferencia, de forma que todo acto sin consentimiento será considerado agresión sexual. El objetivo es poner el consentimiento en el centro de la ley.

El tercer aspecto que se puede identificar en la serie es la cuestión de la libertad. Más precisamente, la libertad de la mujer. De nuevo es Nairobi quien nos propone una frase con mucha resonancia. Está hablando con Tokio, su compañera y amiga, y le dice: «Me vas a escuchar una cosa que te voy a decir y te lo vas a grabar a fuego en esa frente tan bonita que tienes. ¡TÚ ERES UNA MUJER LIBRE! Eres libre de irte de fiesta, eres libre de irte de una isla y eres libre de irte del planeta si te apetece.» (Tercera parte, episodio 6).

A continuación, el personaje de Arturo plantea el tema del aborto y piensa tener el derecho a decidir por Mónica, su amante. En efecto, en la serie Arturo pide a Mónica que aborte y que se quede con él. Se plantea la cuestión del aborto y de la libre decisión: cada mujer puede decidir por su propio cuerpo. Es interesante tratar este tema en una serie porque es un debate social. En 2010 en España se despenalizó la práctica del aborto inducido durante las primeras 14 semanas del embarazo. Durante este tiempo, la mujer podrá tomar una decisión libre e informada sobre la interrupción de su embarazo y no habrá intervención de terceros en la decisión. Sin embargo, la situación se complicó a finales de 2013, cuando la ley estuvo a punto de ser reformada por el Partido Popular (PP). La nueva ley eliminaría el derecho de la mujer a decidir. En la manifestación «El Tren de la Libertad» el día 1 de febrero de 2014 miles de personas partieron de distintas ciudades españolas para confluir en Madrid, para manifestarse por la libertad de las mujeres a decidir y contra la reforma de la actual «Ley del aborto». La reforma no se aprobó. La

escena entre Arturo y Mónica hace eco a esta problemática, ya que Arturo quiere decidir por Mónica, pero ella no se rinde y se enfrenta a él. Mas allá, la relación entre estos dos personajes conduce a otra cuestión que concierne a nuestras sociedades actuales: la de la aceptación y de la crianza de un niño que no es propio. Mónica decide seguir su embarazo y forma pareja con Denver, quien acepta a su hijo y lo cría como si fuera suyo. Esto expone a los espectadores que las familias hoy en día son muy diferentes y que es posible amar y criar a alguien aunque no haya vínculos de sangre.

Para aportar una última referencia de la serie a la libertad de la mujer, recordemos que Nairobi pide al Profesor que le haga una donación de espermatozoides porque ella quiere ser madre aunque está soltera.

Conclusión

Es cierto que las series no son una novedad, lo que sí, es nuevo es la manera de consumirlas. En efecto, los espectadores utilizan Internet para ver sus programas: ordenadores, *smartphones*, tabletas... y consumen las series de manera intensa y rápida (fenómeno del *bingewatching*). Estos nuevos modos de consumo cambian la relación que tienen los espectadores con la serie, ya que ellos se implican con más intensidad en el objeto audiovisual. De hecho, el consumo ya no se limita al visionado de la serie. El espectador, siempre en búsqueda de novedades y de «más», busca en otros lugares o espacios virtuales cómo continuar la experiencia. La productora se da cuenta de que el «nuevo espectador» es más poderoso, ya que sus necesidades evolucionan continuamente. *La Casa de Papel* es un reflejo de la evolución de la relación, como hemos observado, la serie ha alcanzado espacios muy distintos y el enganche no parece tener límites. El desarrollo tanto de los medios de comunicación como las redes sociales permitió fomentar esta relación, ya que posibilitan el contacto directo entre productoras y consumidores. Una interactividad directa con el cliente final que posibilita la recogida de información de primera mano sobre los gustos y preferencias de su público.

Otro aspecto desarrollado en este trabajo es la cuestión del reflejo de la sociedad. La relación tan fuerte que existe entre el espectador y la productora fortalece su función de transmisión de mensajes. En este sentido, la serie se atreve a hablar de temas que forman parte de la vida cotidiana de los españoles. Vimos que la serie se inspira en la realidad para

crear una historia de ficción y que al mismo tiempo los elementos reales con ficción añadida alimentan la reflexión del espectador, del ciudadano. Recordemos el ejemplo del personaje de Arturo brevemente: los rasgos del personaje están basados en la realidad, en las preocupaciones actuales. A dichos rasgos reales se añaden las acciones imaginadas en la creación del personaje, las cuales provocan una reacción por parte de los espectadores. En este caso, la ficción y la realidad se entremezclan y se enriquecen. Andrea Menéndez dice que «Realidad e imaginación se retroalimentan, y lo hacen de manera constante. Son dos espejos, que se hallan en constante evolución, y el desarrollo de uno, motiva el otro.» (Menéndez, s.f.).

La Casa de Papel es pues una serie de su tiempo: se desarrolla con los nuevos medios de comunicación, se consume en Internet, se extiende a diversos espacios y habla de la sociedad española. Existe una conexión real entre el mundo contemporáneo y la serie (de manera externa o interna).

Exploitation didactique

1. Présentation générale de la séquence

Dans cette partie, je souhaite mettre à profit mon travail de recherche pour transmettre certains aspects à des élèves dans le cadre d'une séquence pédagogique de niveau lycée.

La classe choisie est une classe de 1^{ère} (cycle terminal), niveau B1 du CECRL¹². Le choix de ce niveau de classe s'est fait sur la base de deux critères : le programme et la maturité nécessaire pour les élèves. En effet, cette thématique s'intègre dans l'axe du cycle terminal « Fictions et Réalités » et demande des pré-requis de réflexion et de maturité. Il est intéressant de pouvoir aborder ce sujet avec des élèves ayant une maturité permettant une réflexion plus avancée sans s'en contenter uniquement à l'étude de la série. L'intérêt est aussi d'amener les élèves, dans le cadre de leur formation en tant que citoyen, à réfléchir et à développer un esprit critique sur le monde qui les entoure.

Le lien avec mon mémoire se fait essentiellement autour de cette dualité entre la fiction et la réalité dans cette série. L'objectif est d'accompagner les élèves vers un regard critique de la série pour observer et analyser dans quelle mesure les parts de réalité et de fictions s'enrichissent mutuellement.

La séquence s'intitule « *La Casa de Papel: a medio camino entre la ficción y la realidad* » et s'articule autour de la problématique « ¿Cómo se organiza la mezcla entre la ficción y la realidad en la serie *La Casa de Papel?* ». Le travail proposé correspond aux attentes du nouveau baccalauréat 2021. Dans cette séquence pédagogique les activités langagières de réception et de production seront travaillées dans un objectif de préparation aux épreuves du baccalauréat : CE (compréhension de l'écrit), CO (compréhension de l'oral), EOC (expression orale en continu), et EE (expression écrite).

La séquence se compose de quatre documents. Le premier document est la bande annonce de la saison 1 de *La Casa de Papel* qui permet d'introduire la série et les éléments essentiels à l'étude de celle-ci. Le deuxième document est une affiche de présentation de la série (la saison 1) réalisée par Atresmedia (productrice des deux premières saisons) qui permettra aux élèves d'analyser la création fictionnelle de cette série. Le troisième

¹² CECRL : cadre européen commun de référence pour les langues.

document est un extrait de la série, plus précisément de l'épisode 6 (saison 1) dans lequel le professeur réalise une comparaison de son projet de cambriolage avec le mouvement du « 15-M », de « los Indignados ». L'objectif sera de montrer aux élèves le contenu politique de la série, au-delà du braquage en lui-même. Le quatrième, et dernier, document est un extrait de l'article du site fueradeseries.com (média en ligne qui traite uniquement des séries) qui invitera les élèves à analyser plus en précision le contenu de la série. À des fins pédagogiques et de lisibilité pour les élèves l'article sera coupé par endroits et le titre sera raccourci. Le lien ci-après permet un accès aux vidéos travaillées dans cette séquence : <https://bit.ly/3sBnOeZ> .

Le projet final proposé aux élèves en fin de séquence est un exercice d'expression écrite (EE). En effet, ils se mettront dans la peau d'un journaliste qui écrira un court article sur fueradeseries.com comme l'auteur du document 4 avec pour consigne « ¿En qué medida la casa de papel es una serie a medio camino entre la ficción y la realidad? Desarrolla tu opinión a partir de elementos concretos. ». Le titre de leur article sera : « La Casa de Papel: a medio camino entre la ficción y la realidad. »

Afin de préparer les élèves à la réalisation de ce projet final, les questions de fiction et réalité dans la série seront largement abordées lors de la séquence puisqu'elles en constituent notre thématique. L'entraînement à la pratique de l'expression écrite sera présent dans cette séquence puisque les élèves seront invités à plusieurs reprises à rédiger. Il est important de préciser que l'entraînement à cette activité de production ne saurait se restreindre à cette séquence. L'expression écrite étant une épreuve des épreuves communes dans le cadre du baccalauréat présentes dès la classe de première, les élèves côtoient cette pratique régulièrement et y sont habitués.

2. Objectifs de la séquence

Le tableau suivant détaille les différents objectifs qui guideront notre travail tout au long de la séquence et qui seront nécessaires pour la réalisation du projet final.

Objectifs culturels	<ul style="list-style-type: none"> - connaître une série espagnole récompensée - connaître le mouvement des Indignés - connaître un site spécialisé dans l'étude des séries
Objectifs méthodologiques	<ul style="list-style-type: none"> - comprendre un document audiovisuel - analyser une affiche - analyser un texte
Objectifs linguistiques	<p>Lexicaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - lexique du braquage : el atraco, los atracadores, el rehén / los rehenes, el robo, un mono, una máscara - lexique des séries : una temporada, un tráiler, un episodio - connecteurs logiques du discours : sin embargo, al fin y al cabo...
	<p>Grammaticaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - expression de l'opinion et des goûts : pienso que, gustar - expression de la volonté : querer + infinitif - emploi du passé composé
	<p>Phonologiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - prononciation des noms des personnages (villes) en espagnol : Berlín, Estocolmo... - prononciation de la lettre « z » en espagnol « ss »

3. Déroulement des séances

Dès à présent, nous détaillerons le déroulement et les objectifs séance par séance.

Séance n°1

1. Document de la séance

Document 1 : Tráiler de la serie «La casa de papel». Document introducteur.

2. Objectifs de la séance

Activités langagières travaillées	CO + EOC
Objectifs culturels	- connaître une série espagnole récompensée - découvrir la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre - re-découvrir Dalí
Objectifs méthodologiques	- décrire et analyser un document vidéo - donner son avis personnel sur un sujet
Objectifs linguistiques	Lexicaux - lexique du braquage : el atraco, los atracadores, el rehén / los rehenes, el robo, un mono, una máscara - lexique des séries : una temporada, un tráiler, un episodio
	Grammaticaux - ré-activation estar + gérondif - expression de l'opinion et des goûts : pienso que, gustar - expression de la volonté : querer + infinitif

3. Contenu de séance

La bande annonce est le document introducteur de la séquence. L'objectif est donc d'introduire la série en elle-même et tout le lexique relatif au genre sériel. Également, ce document permet d'établir le lien entre série et spectateur qui sera développé par la suite plus largement.

Difficultés éventuelles :

- non connaissance de la série par les élèves et non connaissance du lexique spécifique lié à la série. C'est dans cet objectif que s'inscrit ce premier document : faire un point sur cette série pour permettre à tous les élèves de s'impliquer dans la séquence, qu'ils aient vu la série ou non, qu'ils s'en souviennent ou non.
- débit de parole rapide dans la bande annonce. Pour certains élèves cette difficulté sera compensée par la présence d'images qui favorisent la compréhension.

Déroulement de séance :

L'enseignant commencera par présenter brièvement la nouvelle séquence en énonçant le titre, la problématique et l'axe « Ficción y realidad » qui s'y relie. Ce temps se poursuivra par un moment de présentation de la série et d'un état des lieux des connaissances des élèves avec les questions *¿Quién no ha visto *La Casa de Papel*? Y ¿Quién no conoce *La Casa de Papel*? Ces deux questions peuvent paraître similaires mais elles sont bien différentes. En effet, l'intérêt ici est de montrer aux élèves que même ceux qui n'ont pas vu la série la connaissent de nom et savent des choses dessus ce qui reflète la célébrité de la série. L'enseignant pourra donc ensuite demander à ceux qui ne l'ont pas vue ce qu'ils en savent. Ce temps de mise en commun sera bref et s'appuiera uniquement sur les éléments donnés par ces élèves-là.*

Ensuite il sera proposé aux élèves de visionner une première fois la bande-annonce. Le document sera projeté au tableau.

«Vamos a ver el tráiler de la serie. El tráiler de la primera temporada. Fijaos en lo que veis y lo que oís para poder presentar a los personajes, sus acciones y sus objetivos.»

Un premier arrêt bref sur le lexique pourra être effectué : un tráiler, una temporada pour s'assurer de la bonne compréhension par chacun. Le premier visionnage de la bande-annonce se fera dans son intégralité et la mise en commun qui en suivra sera l'occasion d'introduire le lexique propre à cette série tel que : los atracadores, el atraco, el rehén / los rehenes, el robo, robar, un mono, una máscara. Des arrêts sur image à des moments

stratégiques pourront permettre de débloquent la parole et de guider les élèves vers les éléments clés si cela s'avère difficile. Il sera demandé aux élèves d'être attentifs et de relever les éléments permettant de présenter les personnages, leurs actions et leurs objectifs. *¿Quiénes son? ¿Qué están haciendo? ¿Qué quieren hacer?*

Il sera intéressant au moment où un élève décrira les masques portés par les protagonistes de projeter une diapositive préparée à l'avance qui présentera brièvement Salvador Dalí (une photo, sa personnalité anticonformiste).

* Puis, un second visionnage en entier sera proposé avec pour consigne : **«Fijaos en los elementos del vídeo, las imágenes, la banda sonora para poder calificar el ambiente.»** L'objectif étant le repérage d'éléments plus techniques pour analyser l'effet produit par la bande-annonce.

Réponses possibles des élèves : El ambiente es estresante porque las imágenes van muy rápidamente, la música es fuerte y el ritmo rápido y una persona recibe una bala / está herida.

¿Qué provoca para el espectador?

Provoca estrés, suspense. Llama la atención. Cautiva al espectador. El espectador quiere saber lo que va a pasar. El espectador quiere ver la serie para saber si los atracadores van a lograr salir de la fábrica.

En vuestra opinión ¿por qué tiene tanto éxito la serie?

Pienso que tiene mucho éxito porque da adrenalina.

En mi opinión la serie tiene éxito porque hay mucho suspense.

Pienso que tiene mucho éxito porque para mí los atracadores son héroes.

Y ¿os gusta o no la serie? O ¿os gustaría verla o no?

A mí me gusta porque los personajes son interesantes, hay suspense, son héroes.

A mí no me gusta porque hay mucha violencia, tienen armas.

A mí no me gustaría verla porque no me gusta la intriga, no me gustan las series de acción.

Devoirs à la maison : être capable de présenter les éléments de la bande annonce (personnages, lieux, action et intrigue) à l'oral.

La bande annonce et la trace écrite seront déposées sur l'ENT de l'établissement pour que tous les élèves puissent y avoir accès.

Séance n°2

1. Document de la séance

Affiche de présentation de la série¹³, par Atresmedia.

2. Objectifs de la séance

Activités langagières travaillées	CE + EOC + EE
Objectifs culturels	- découvrir une affiche de promotion de la série
Objectifs méthodologiques	- décrire et analyser une affiche - être capable de rédiger un court paragraphe récapitulatif
Objectifs linguistiques	Lexicaux - lexique du braquage : el atraco, los atracadores, el rehén / los rehenes, el robo, un mono, una máscara, los criminales - lexique des séries : una temporada, un tráiler, un episodio - lexique description d'une affiche : encima, en el centro... Grammaticaux - ré-activation emplois SER / ESTAR - verbes pronominaux de description et d'analyse : referirse a (verbe à diphtongue), destacarse, mezclarse - verbes de description et d'analyse : reflejar, sobresalir

3. Contenu de la séance

Repaso avec présentation de deux élèves de l'intrigue.

Difficultés éventuelles :

- étude d'une affiche et lexique spécifique. Pour cela l'enseignant pourra écrire le lexique nécessaire autour de l'affiche au tableau comme « en el centro », « encima ».

¹³ voir annexe

Déroulement de séance :

L'enseignant proposera ensuite le deuxième document de cette séquence. Le travail se fera en deux étapes : la première en EOC en classe entière et la deuxième étape récapitulative sera faite individuellement par les élèves en EE. L'affiche sera projetée au tableau et distribuée en version papier aux élèves à la fin de la première étape.

Étape n°1: les élèves seront invités à présenter et décrire l'affiche tout en commençant l'analyse. La partie description de la série a déjà été effectuée avec la bande-annonce. L'objectif ici est d'analyser les éléments qui composent l'affiche et de leur trouver un sens. Au fil de l'étude orale, l'enseignant pourra écrire les mots clés au tableau. Il peut être envisagé de consacrer une partie du tableau à l'écriture des idées clés comme «rojo —> sangre / violencia» ce qui aidera l'exercice de l'étape 2.

¿Qué podemos decir de los personajes?

Los personajes llevan máscaras que solo cubren la mitad de la cara. *¿Qué puede significar?*

Puede significar que por un lado son humanos y por otro lado son anónimos con la máscara. También se mezclan con los demás.

Comenta al personaje del Profesor.

No lleva máscara porque no entra en la Fábrica. El Profesor desempeña un papel diferente: es el organizador. Es el cerebro, el jefe. Está en el centro, lo que refleja su posición en el atraco.

Tiene una posición determinada con los brazos cruzados.

Comenta la posición del grupo.

Miran al espectador. Están encima de la Fábrica, encima de las leyes. Son poderosos como héroes.

¿Qué podemos decir del título?

El título se refiere al papel, es decir, a los billetes, porque los atracadores van a imprimir billetes.

Selon le niveau des élèves il pourra être intéressant de faire remarquer l'opposition de sens créée par les mots 'casa' et 'papel'.

¿Qué podemos decir de los colores? Vínculo con el ambiente.

El cartel es en blanco y negro excepto el color rojo que sobresale. El color rojo se refiere a la sangre, a la violencia y a los monos que llevan los atacadores. El rojo se refiere a los movimientos comunistas o antisistema.

Étape n°2 : lors de cette deuxième étape les élèves passent à l'écrit de façon individuelle pour répondre à la question « Recapitula en qué medida el cartel refleja la intriga de la serie ». De cette façon ils sont invités à faire le lien avec la bande-annonce et à reprendre les éléments vus en classe. Les élèves y répondront en 7-8 lignes et ce travail fera l'objet d'une mise en commun et d'une correction, à la séance suivante. Ce travail se commencera en classe, à la suite de l'étude orale collective du document, et terminé à la maison.

Devoirs à la maison : Terminer l'expression écrite.

Séance n°3

1. Document de la séance

Extrait saison 1, épisode 6.

2. Objectifs de la séance

Activités langagières travaillées	CO + EOC + EE (devoir à la maison)
Objectifs culturels	- connaître le mouvement des Indignés en Espagne
Objectifs méthodologiques	- comprendre et analyser l'objectif d'un message
Objectifs linguistiques	Lexicaux - lexique manifestation : los resistentes, la resistencia, ocupar, luchar por / en contra de, - lexique des armes : pistolas, armas de asalto, explosivos
	Grammaticaux - ré-activation du futur de l'indicatif - ré-activation du passé simple et de l'imparfait - expression de l'opinion : pensar que

3. Déroulement de la séance

Le document proposé lors de cette séance est une scène de la série. Ce travail sera réalisé en classe entière. L'objectif est de faire prendre conscience aux élèves du contenu « réel » de la série.

Difficultés éventuelles :

- débit de parole des personnages. Dans ce sens le plan de séance proposé est précis pour guider les élèves à des repérages précis et le document sera présenté par extraits formants des unités de sens pour cibler les repérages.
- Méconnaissance du mouvement des Indignés / el 15-M. Pour cela, l'enseignant aura prévu une courte présentation du mouvement donnant les éléments clés aux élèves.

Déroulement du cours :

L'extrait sera visionné trois fois avec des questions ciblées pour chaque partie.

1er visionnage	Entier	Repérer les personnages et l'ambiance
2ème	Première partie : début -> 1'13	Repérer la référence au 15-M
3ème visionnage	Dernière partie : 1'13 -> fin	Justification professeur

Premier visionnage :

Identifica a los personajes y califica el ambiente. ¿Qué están haciendo?

Los personajes son atracadores y el ambiente es alegre, festivo, tranquilo.

Second visionnage :

¿De qué acontecimiento real hablan los personajes?

Los personajes hablan del movimiento de los Indignados, del 15 de mayo.

À cette étape il est très probable que des élèves méconnaissent totalement cet évènement. L'enseignant pourra les inviter à repérer certains éléments donnés par le Professeur comme l'année, le lieu, le nombre de personnes.

Ainsi, l'enseignant proposera aux élèves une présentation genial.ly par exemple, qui permettra de mettre en contexte cet évènement : photos, dates, revendications clés pour répondre aux questions ¿qué es?, ¿dónde? y ¿por qué?

À partir de cette mise en contexte, les élèves pourront remplir le tableau suivant afin de comparer les deux évènements. Seuls quelques éléments sont attendus, l'objectif étant de mieux visualiser et comprendre la réalisation de la comparaison par le Professeur.

	Los indignados	El atraco
Similitudes	son resistentes / protestan en contra del sistema	
Diferencias	Manifestación pacífica	Tienen armas

Troisième visionnage :

¿Por qué el Profesor piensa que la policía no entrará?

El Profesor piensa que la policía no entrará porque tienen armas de asalto, explosivos y porque con los monos y las máscaras la policía no sabrá quién es quién. Además, entre los rehenes hay menores.

À cette étape il sera intéressant de faire le point avec les élèves sur le futur de l'indicatif, faire un petit récapitulatif très bref pour ré-activer la conjugaison de ce temps.

Para vosotros ¿cuál es el objetivo de esta comparación?

El objetivo de la comparación es justificar su acción. Los atracadores piensan que son resistentes, héroes y que luchan en contra del sistema.

¿Pensáis que es la misma lucha?

No es la misma lucha, es muy diferente porque los Indignados ocuparon la plaza del Sol de manera pacífica, no había rehenes, no tenían armas. Los miembros del grupo del profesor tienen armas y explosivos. Los atracadores son delincuentes mientras que los Indignados son jóvenes inofensivos.

Sí, creo que es la misma lucha porque defienden sus derechos, luchan en contra del sistema y no quieren herir a la gente. Quieren ayudar a la gente.

Devoirs à la maison : Réviser et revoir les documents pour l'évaluation.

*** La séance suivant l'étude de ce document sera consacrée à la réalisation d'une évaluation type EC¹⁴ (épreuve commune) d'expression écrite.**

Sujet : Traitez en espagnol la question suivante, en 120 mots.

«Escribe un comentario sobre la serie y tiene que explicar si para usted son héroes o no los atracadores. Justifica su punto de vista apoyándose en sus conocimientos y en los documentos estudiados.»

¹⁴ Dans le cadre des épreuves communes du baccalauréat, l'évaluation de l'expression écrite se réalise en classe de première lors de l'évaluation 2 composée d'une compréhension de l'écrit et d'une expression écrite.

Séance n°4

1. Document de la séance

Extrait¹⁵ de l'article du site fueradeseries.com

2. Objectifs de la séance

Activités langagières travaillées	CE + EOC + EE (devoir à la maison)
Objectifs culturels	- connaître un média spécialisé dans les séries
Objectifs civiques	- adopter un esprit critique dans l'analyse d'une série
Objectifs méthodologiques	- analyser un texte et être capable d'en dégager les idées essentielles
Objectifs linguistiques	Lexicaux - lexique de la lutte : reivindicación, lucha antisistema, presión, represión, guerra, el impacto, el símbolo, la estrategia - connecteurs logiques du discours : sin embargo, así, porque, pero, también...
	Grammaticaux - ré-activation de la formation du passé simple et du passé composé

3. Déroulement de la séance

Correction de l'expression écrite des élèves.

Difficultés éventuelles :

- la longueur du texte et la quantité d'informations. Ces deux difficultés sont liées et pour y remédier le professeur met en place une étude segmentée du texte. Les questions ciblées sur des passages ciblés permettront un accès plus aisé au sens.

Déroulement du cours :

Dans ce sens, l'enseignant proposera aux élèves une présentation genial.ly dans laquelle les extraits du texte seront projetés de façon isolée lors de leur étude. Le travail sera réalisé

¹⁵ En annexe.

en EOC en classe entière. Le texte pourra être distribué dans sa globalité aux élèves mais il sera important de préciser clairement aux élèves qu'il sera segmenté.

Travail sur le premier paragraphe : Affichage au tableau du paragraphe avec « serie de todos » en relief (couleur / gras). Lecture par l'enseignant avec consigne pour les élèves :

Explica la frase «es la serie de todos» con elementos del texto.

Es la serie de todos porque trata de muchos temas, como la lucha feminista, y refleja la sociedad española.

Si certains élèves ont des exemples concrets à proposer il sera intéressant de s'appuyer dessus pour illustrer cette idée.

Travail sur le deuxième paragraphe : Affichage au tableau du paragraphe. Lecture par l'enseignant avec consigne pour les élèves :

¿Se puede considerar que el atraco de la tercera temporada es legítimo?

El atraco del Banco Nacional de España es legítimo porque lo hacen para rescatar a Río, un ladrón torturado por el estado.

«Esta tercera entrega de la serie parece tener muy claro quiénes son los buenos y los malos» con tus conocimientos del documento anterior y los elementos del texto, di quiénes son los buenos y quiénes son los malos en la serie. Affichage au tableau du paragraphe avec la phrase en relief (couleur / gras).

Los buenos son los ladrones (referencia a *Robin Hood*) y los malos son el estado.

Il pourra être pertinent de faire un arrêt sur la comparaison avec Robin des Bois pour voir en quoi les actions du groupe du Professeur peuvent être comparées à celles de Robin des Bois.

Travail sur le dernier paragraphe :

Apunta quién es el nuevo miembro en la tercera temporada. ¿Tiene poder en el desarrollo del atraco?

El nuevo miembro es el pueblo. El pueblo tiene mucho poder porque ayuda, apoya a los ladrones. El pueblo está a favor de los atracadores.

«Esas protestas reales que han adoptado algunos de sus elementos» ¿A qué hace referencia el periodista?

El periodista hace referencia a manifestaciones reales en las que los manifestantes utilizan la máscara o el mono de los ladrones. Por ejemplo el movimiento «Les gilets jaunes (los chalecos amarillos)» en Francia.

Visionner l'extrait¹⁶ de la série illustrant ce propos.

Se mezclan la ficción y la realidad. ¿Cuál es el efecto producido para el espectador?

El espectador cree que es la realidad. Cree que los personajes existen. Cree que el atraco es un atraco real porque los atracadores hablan de los espectadores en la serie.

Un travail de repérage sur les mots de liaison / connecteurs permettant la construction et l'organisation du discours pourra être fait. Cela sera utile pour le projet final.

Devoirs à la maison (EE) : Explica el título. ¿En qué medida *La Casa de Papel* es una revolución?

*** La séance suivante sera consacrée à la réalisation du projet final déjà détaillé.**

¹⁶ Disponible sur le lien suivant: <https://bit.ly/3sBnOeZ> .

Annexes

Ejemplo de la falsa portada del periódico francés *Courrier Picard*.



Fuente: *La Voix du Nord*.

Document 2 - Cartel



Document 3 - Script de la vidéo

Tokio: ¿Y por qué no va a entrar la policía?

Denver: Porque vamos a echar la llave por dentro.

(risas)

Profesor: No van a entrar porque nadie en España va a querer que entren.

Nairobi: ¿Qué pasa, que van a hacer un referéndum? ... Vale.

Profesor: A ver, año 2011. Un grupo de chavales empieza a ocupar la Puerta del Sol, la plaza más emblemática de toda España. Y llegan a reunirse allí más de 20.000 personas.

Moscú: 15-M, ¿no?

Profesor: Eso es. Si nos llegan a decir a cualquiera de nosotros que 20.000 personas iban a acampar en la Puerta del Sol durante todo un mes sin que la policía entrara, no lo habiéramos creído jamás. Hubiéramos dicho que está del todo imposible.

Berlín: Pero así fue. Y la policía no entró.

Profesor: ¿Por qué? Porque toda España estaba con aquellos chavales.

Tokio: Ya, pero es que esos chavales llevaban tiendas de campaña y nosotros llevamos pistolas. Es un poco diferente, ¿no?

Nairobi: Eso es verdad.

Oslo: Pero política es política. Dinero es dinero, ¿no? Sangría es sangría. No, no, en Serbia, por esto, policía entra. Ziveli (Salud), amigos.

Todos: ¡No hagas eso!

Todos: Salud, salud.

Todos: ¡Qué tío! ¡Qué guarro!

Profesor: Nosotros vamos a ser los resistentes atrapados en esa ratonera de la misma forma que ellos fueron los resistentes de la Puerta del Sol. Y la resistencia siempre cae bien. Y bueno si eso no funciona...

Nairobi: Tú tienes tu público, ¿verdad? No perdona, sigue, sigue.

Profesor: Gracias. Si eso no funciona, la policía sabrá que tenemos armas de asalto, sabrá que tenemos explosivos. Ninguna unidad de élite va a saber diferenciar a los rehenes de los atracadores. Ningún ministro del Interior va a dar la orden de entrar, ninguno.

Nairobi: ¿Y eso por qué?

Profesor: Porque hay menores.

Document 4 - extrait de l'article consultable à cette adresse : <https://fueradeseries.com/la-casa-de-papel-3-apuntes-para-una-revolucion-a-la-carta-5548ea9b8f91/>

La Casa de Papel 3: ¿una revolución?

Esta tercera temporada de **La casa de papel** ha puesto especial empeño en convertirse en la serie de todos. Álex Pina y el equipo de Vancouver han deslizado dentro de los ocho episodios dosis de diversidad sexual, funcional y cognitiva; una clara y omnipresente reivindicación feminista {...}; o la muy importante y a veces poco señalada variedad de acentos: porque esta es una ficción española, que refleja a los españoles en su conjunto {...}. Sin embargo, un discurso mucho más potente ha vertebrado el resto de reivindicaciones que la serie enarbola en esta entrega: declarar la guerra al poder.

Aunque ya había señales en las partes anteriores, esta última apela mucho más claramente a símbolos y esquemas de una lucha antisistema que la banda hace suya para legitimar su atraco al Banco de España. Porque esta vez no es dinero lo que buscan, sino rescatar a Río, un compañero que el Gobierno de España está torturando para dar con los demás atracadores. Por muy ladrones que sean, **el otro bando está cometiendo una violación de derechos humanos**; por lo que esta tercera entrega de la serie parece tener muy claro quiénes son los malos y quiénes los buenos. A un lado del ring, los Robin Hood del mono rojo; al otro, el Estado y todos sus mecanismos de presión/represión, de las cloacas a la Guardia Civil. {...}

Así, el Profesor cambia su estrategia y decide apelar a un nuevo miembro de la banda, que es con mucho el más poderoso: el pueblo. {...}

Al fin y al cabo, la serie es consciente de su impacto como producto, pero también como símbolo. Según la idea que le robo a Álvaro Onieva, esa secuencia con personas de todo el mundo apoyando a los atracadores es un homenaje a la legión internacional de fans que la serie ha cosechado, pero **también un guiño a esas protestas reales que han adoptado algunos de sus elementos**, como el *Bella Ciao* (antiguo himno antifascista puesto de moda por la temporada anterior).
{...}

Antonio Rivera, fueradeseries.com, 24/07/2019.

Referencias bibliográficas y sitografía

Achouche, Medhi (2017): « Le pouvoir politique des séries télévisées : mythe ou réalité ? », <https://avril21.eu/2017/02/16/le-pouvoir-politique-des-series-televisees-mythe-ou-realite/>.

Allegra Lombard, Fanny (2018): « Au-delà de *La Casa de Papel* : le boom des séries espagnoles », *VL* (27.07), <https://vl-media.fr/au-dela-de-la-casa-de-papel-le-boom-des-series-espagnoles/>, [fecha de consulta: 1.10.2019].

Allende Felgueroso, Antonio (2007): «Series, series, series. Más series, por favor», en *Padres y Maestros* n°309, 43-47.

Almonacid de la Cruz, Camila (2020): «La Casa de Papel: antielitismo y heroísmo redentor en la cultura española contemporánea», en *Naciones y nacionalismos en tiempos de COVID*, Papeles de Discusión (IELAT, Instituto Universitario de Investigación en Estudios Latinoamericanos), 68-80. Disponible en: https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/44391/casa_almonacid_IELATPD_2020_N20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ampe, Anouk (2019): « *La Casa de Papel* : Pop ou politique ? », *Réalités* (19/07), <https://www.realites.com.tn/2019/07/la-casa-de-papel-pop-ou-politique/>, [fecha de consulta: 21.03.2020].

Arrojo, M. J. y Martín, E. (2019): «El seguimiento activo de las series de ficción en internet. La atención y la emoción como desencadenantes del binge-watching» en *Revista de Comunicación*, vol.XVIII, II. Disponible en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/5413/5922>

A tres Media, http://oficinaprensa.atresmedia.com/DOSSIER_ESTRENO_LA_CASA_DE_PAPEL.pdf

Bergès, Karine (2017): « *¡ La revolución será feminista o no será !* : recomposition des féminismes autonomes dans l'Espagne en crise des années 2000 », en *Nouvelles Questions Féministes*, XXXVI, 16-31. <https://doi-org.scd1.univ-fcomte.fr/10.3917/nqf.361.0016>

Bolaños, David (2020): «Plataformas de streaming: este es el secreto de su éxito», *Consumer* (05.10), <https://www.consumer.es/tecnologia/internet/plataformas-streaming-secreto-exito.html>, [fecha de consulta: 06.01.2021].

Borraz, Marta (2021): «El CGPJ cuestiona la definición de consentimiento y la eliminación de los abusos sexuales en la 'ley del solo sí es sí'», *El Diario* (05.02), https://www.eldiario.es/sociedad/cgpj-cuestiona-definicion-consentimiento-ley-si-si_1_7196707.html, [fecha de consulta: 14.04.2021].

Bourdon, Jérôme (1988): « Propositions pour une sémiologie des genres audiovisuels », en *Les mises en scène télévisuelles*. Paris: Quaderni, n°4, 19-36.

Camm (2018): «*La Casa de Papel*, la ficción española del momento», *Anvanti!* (22.03), <https://www.avantiproducciones.com.ar/la-casa-de-papel-ficcion-espanola/>, [fecha de consulta: 12.02.2020].

Cousin, Capucine (2018): *Netflix et Cie : les coulisses d'une (r)évolution*, Paris: Armand Colin.

Cué, Carlos (2014): «La ley del aborto, la historia de un fiasco», *El País* (24.09) https://elpais.com/politica/2014/09/24/actualidad/1411510577_143104.html, [fecha de consulta: 22.04.2021].

Damour, Franck (2015): « Pourquoi regardons-nous les séries télévisées ? », *Cairn* (05.05), <https://www.cairn.info/revue-etudes-2015-5-page-81.htm>, [fecha de consulta: 10.10.2020].

De Benito Mesa, Iris (2021): «'Soy la inspectora Murillo'. Acerca de la violencia machista en *La casa de papel*» en *Feminismo/s* 37, 263-288. Disponible en: <https://doi.org/10.14198/fem.2021.37.11>.

Dufour, Nicolas (2018): « *La Casa de Papel* ou le pouvoir des moustaches de Dalí », *Le Temps* (11.02), <https://www.letemps.ch/culture/casa-papel-pouvoir-moustaches-dali> [fecha de consulta: 22.09.2019].

Edin, Vincent (2019): « Sandra Laugier : « Les séries sont aujourd'hui l'incarnation d'une forme de progressisme » », *Usbek et Rica* (14.10), <https://usbeketrica.com/article/les-series-sont-incarnation-forme-de-progressisme>, [fecha de consulta: 21.03.2020].

Elidrissi, Fátima (2020): «La edad de oro de las series españolas: cada vez se produce más gracias a las plataformas y la TV de pago», *Xataka* (03.01), <https://www.xataka.com/streaming/edad-oro-series-espanolas-cada-vez-se-produce-gracias-a-plataformas-tv-pago> [fecha de consulta: 21.03.2020].

El País, «La reinención de las series españolas», <https://elpais.com/especiales/2019/series-espanolas/>.

Esquenazi, Jean-Pierre (2013): « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* 32/1. Disponible en: <https://journals.openedition.org/communication/4931>.

García Bravo Andy (2019): «Desarrollo y evolución de las plataformas de streaming», *Generación dos puntos cero* (01.02), <https://generaciondospuntocero.com/evolucion-desarrollo-de-las-plataformas-streaming/>, [fecha de consulta: 06.01.2021].

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

Gimferrer, Pere (2016): «Entrevista con Concepción Casajosa» , *La Vanguardia* (17/04), <https://www.lavanguardia.com/series/20160415/401125819259/concepcion->

casajosa-entrevista-series-the-wire-juego-de-tronos-la-cultura-de-las-series.html [fecha de consulta: 20.04.2020].

Gimferrer, Pere (2018): «La casa de papel es la serie de habla no inglesa más vista de la historia de Netflix», *La Vanguardia* (17/04), <https://www.lavanguardia.com/series/20180417/442634930315/la-casa-de-papel-netflix-serie-mas-vista.html> [fecha de consulta: 20.04.2021].

Gimferrer, Pere (2020): «La casa de papel: Los secretos de su éxito internacional», *La Vanguardia* (03.04), <https://www.lavanguardia.com/series/netflix/20200403/48279881246/la-casa-de-papel-4-temporada-netflix-series.html> ([fecha de consulta: 21.04.2021].

González de Garay Domínguez, Beatriz (2012): *El lesbianismo en las series de ficción televisivas españolas*, Tesis de doctorado, Universidad de Madrid.

García González, M. / Muñoz León, G. (2020): «*La Casa de Papel*, un fenómeno mundial que traspasa fronteras», *uValencia*, <https://uvalencia.es/b/la-casa-de-papel-un-fenomeno-mundial-que-traspasa-frontera>, [fecha de consulta: 12.03.2021].

González Rosero, Paulina (2019): «Análisis del discurso en la serie *La casa de papel* como cuestionamiento al statu quo del sistema democrático» en *Revista ComHumanitas* 20, 1. Disponible en: <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/160/175>.

Gorgot (de), Emilio (2014): «Por qué vivimos una Edad de Oro de las series», *Jot Down* (16.09), <https://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series/>, [fecha de consulta: 15.10.2019].

Guerrero, Enrique (2005): «El concurso como género de calidad en la televisión española», *Comunicar*, 25, 2.

Guilleux, Céline (2019): « Féminités, masculinités et fiction sérielle espagnole », *Calenda* (12.09), <https://calenda.org/650222>.

Hernández Pérez, J. F. / Martínez Díaz, M. Ángel (2017): «Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios», en *AdComunica*, 201-221.

Jiménez, Alex (2019): «Las claves del éxito imparable de *La casa de papel*, que triunfa en todo el mundo de la mano de Netflix», *ABC* (16.07), https://www.abc.es/play/series/noticias/abci-casa-papel-claves-exito-imparable-casa-papel-triunfa-todo-mundo-mano-netflix-201907160132_noticia.html, [fecha de consulta: 01.10.2019].

Lachance, Jocelyn / Jeffrey, Denis / Julier-Costes, Martin (2014): *Séries cultes et culte de la série chez les jeunes : penser l'adolescence avec les séries télévisées*, Québec: Presses de l'université Laval.

Laugier, Sandra (2019): *Nos vies en séries*, Paris: Flammarion.

Llorca, Jordi (2018): «Así se vive la fiebre de 'La casa de papel' en otros países del mundo», *VICE* (03.05), <https://www.vice.com/es/article/7xdnge/la-casa-de-papel-netflix-exito-internacional-espana-series> [fecha de consulta: 11.01.2021].

Macherel, Cathy (2018): « Ces séries télévisées qui gênent le pouvoir », *Tribune de Genève* (20.04), <https://www.tdg.ch/culture/television/series-televisees-genent-pouvoir/story/21009330>, [fecha de consulta: 21.03.2020].

Marcos, Natalia (2018): «Por qué 'La casa de papel' ha sido un inesperado éxito internacional», *El País* (29.03), https://elpais.com/cultura/2018/03/26/television/1522083264_215034.html, [fecha de consulta: 10.03.2021].

Martinez Otero, Juan María (2006): «Cómo educa la ficción televisiva», en *La ética y el derecho en la producción y el consumo del entretenimiento*, Valencia, 423-439.

Mastandrea, Paula / Martínez, Delfina, s.f, «El lugar de la mujer en la serie *La Casa de Papel*. Una revisión de estereotipos que insisten.», *Universidad de Buenos Aires*, <https://www.eticayderechoshumanos.org/casadepapel>, [fecha de consulta: 17.02.2021].

Mayorga Patarroyo, Nicolás, s.f, «El boom de la series españolas», *Avianca*, <https://www.aviancaenrevista.com/revista/el-boom-de-las-series-espanolas/>, [fecha de consulta: 08.04.2020].

Menéndez, Andrea, s.f, «REALIDAD vs. FICCIÓN ¿quién INSPIRA a quién?», *WAG*, <https://www.wag1mag.com/realidad-vs-ficcion-quien-inspira-a-quien>, [fecha de consulta: 02.05.2021].

Molina Fernández, Jesús (2016): *Análisis del impacto del cine y las series de televisión contemporáneas en las pautas de consumo de drogas y otras adicciones de los jóvenes*, Dianova.

Neira, Armando (2019): Entrevista con Enric Alberó, *El Tiempo* (16.07), <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/entrevista-con-enric-albero-sobre-el-auge-de-las-series-de-television-388756>, [fecha de consulta: 08.04.2020].

Olité, Marion (2019): « Il faut qu'on parle du féminisme pop et ambigu de *La Casa de Papel* », *Konbini* (07.08), <https://biiinge.konbini.com/insight/feminisme-la-casa-de-papel-saison-3/> [fecha de consulta: 10.10.2019].

Olivera, Dory (2018): *El mundo Transmedia de La Casa de Papel by Dorys Olivera*, <https://prezi.com/p/wzryq06vzkzsc/el-mundo-transmedia-de-la-casa-de-papel-by-dorys-olivera/>.

Pereira-Villazón, T. / Portilla, I. (2020): «La gestión de la marca del programa frente a la marca corporativa en redes sociales. Caso: La Casa de Papel» en *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, Ediciones complutense, 1543-1553.

Pérez, Joel (2016): *Creando universos, la narrativa transmedia*, Trabajo final grado de comunicación, Universidad Oberta de Catalunya.

Quiroga Zambrano, Claudia Karim Patricia (2017): *Géneros audiovisuales*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.

Rebón, Ana (2016): «Pequeña historia de las series de la televisión», *Diario del cineasta*, <https://diariodelcineasta.com/historia-series-de-television/>, [fecha de consulta: 08.04.2021].

Rebollo-Bueno, Sara (2018): *Cultura de masas (serializada): Análisis simbólico de la ficción*, Sevilla: Egregius.

Romero, José M. (2019): «La casa de papel: el éxito de desafiar al sistema», *CadenaSer* (16.07), https://cadenaser.com/programa/2019/07/16/el_cine_en_la_ser/1563272917_336005.html, [fecha de consulta: 12.02.2020].

Santos Alías, Laura (2016): *Tiempo de fenómenos nuevo consumo de televisión y estrategias transmedia en la serie el Ministerio del Tiempo*, Trabajo fin de grado en comunicación audiovisual, Universidad de Sevilla.

Sérisier, Pierre (2018): « *La Casa de Papel* : allégorie de la rébellion », *Le Monde* (13/03), <https://www.lemonde.fr/blog/seriestv/2018/03/13/la-casa-de-papel-allegorie-de-la-rebellion/> [fecha de consulta: 01.10.2019].

Tellier, Maxime (2019): « Séries : un engouement jamais vu », *France Culture*, <https://www.franceculture.fr/emissions/hashtag/series-un-engouement-jamais-vu> [fecha de consulta: 25.09.2019].

Tourbe, Léo (2019): « *La Casa de Papel* saison 3 : un crime toujours plus politique », *Huffington Post* (19.07), <https://www.huffingtonpost.fr/entry/la-casa-de-papel->

saison-3-un-crime-toujours-plus-politique_fr_5d3031eee4b004b6adab30ad, [fecha de consulta: 12.10.2019].

Valière, Laurent (2019): « "Cette troisième saison, c'est un coup au système" : plus fastueuse, plus politique, la troisième saison de "*Casa de Papel*" de retour sur Netflix », France TV Info (19.07), https://www.francetvinfo.fr/culture/series/netflix/cette-troisieme-saison-c-est-un-coup-au-systeme-plus-fastueuse-plus-politique-la-troisieme-saison-de-casa-de-papel-de-retour-sur-netflix_3541823.html [fecha de consulta: 21.03.2020].

Torrebejano, Alba, s.f, «*La Casa de Papel: Un crimen transmedia*», *El Cañonazo* <https://elcanonazo.com/la-casa-de-papel-un-crimen-transmedia/> [fecha de consulta: 05.04.2021].

Filmografía

Atresmedia, *La Casa de Papel* (partes 1 y 2).

Netflix, *La Casa de Papel* (partes 3 y 4).

Netflix, (2020) *La Casa de Papel: El fenómeno*.

Colectivo de Mujeres Cineastas Contra la Reforma de la Ley del Aborto, (2014) «Yo decido. El tren de la libertad» disponible en <https://youtu.be/2uuUXPJEU6E>.

Resumen: Este trabajo ha perseguido el objetivo de acercarse al tema de las series, su desarrollo y la evolución de los modos de consumo basándose en el estudio de la serie española *La casa de papel*, serie no inglesa más vista de Netflix. Se analizaron el género de las series, la relación productora / espectadores y el papel de la serie en el espejismo de la sociedad española.

Palabras claves: series - transmedia - *La Casa de Papel* - Netflix - sociedad