

FICCION TELEVISIVA Y CONTRAHEGEMONÍA: ANÁLISIS DE *LA CASA DE PAPEL* Y *VIS A VIS*

Sara Rebollo-Bueno

1. Introducción

En la actualidad, hay una amplia oferta de series de ficción, dando la oportunidad a los receptores de elegir entre un variado repertorio. Las series de televisión son productos culturales que ayudan a crear un acercamiento y a abordar el desarrollo del pensamiento reflexivo. Esto se debe a la facilidad que dan para presentar situaciones, acciones y personajes muy semejantes a los que se pueden encontrar en la vida cotidiana de los receptores, pudiendo generar debates y reflexiones sobre las acciones de los personajes y, por ende, de las personas y de ellos mismos. Las series se convierten en referentes para la sociedad, las cuales ayudan a su audiencia a comprender situaciones cotidianas que, incluso, no han llegado a vivir, por lo que además promueve el aprendizaje (Lozano, Gavilán y Barba, 2017). “Las nuevas series de televisión, conjugan calidad, diversidad temática, una estructura del relato por entregas, distintos canales de distribución y consumo y personajes muy atractivos que generan empatía con el público” (Nicolás-Gavilán en Lozano, Gavilán y Barba, 2017, p.155). *La Casa de Papel* y *Vis A Vis* son dos ejemplos de series de televisión que se han convertido en dos productos culturales españoles muy conocidos y relevantes de estos últimos años.

La Casa de Papel es una serie de televisión que fue emitida por primera vez en 2017 y cuyo creador es Álex Pinar. Esta serie se emitió a través de Antena 3 Televisión, siendo su productora Vancouver Media/Atresmedia. Este producto cultural puede clasificarse dentro del género de thriller, robos y atracos, debido a que cuenta la historia del robo a la Fábrica Nacional de la Moneda y Timbre de España. Debe mencionarse que está formada por dos temporadas, la primera tiene nueve episodios y la segunda seis, haciendo un total de quince capítulos. Cabe destacar que se ha confirmado el lanzamiento de una tercera temporada en 2019. *La Casa de Papel* obtuvo un total de cinco nominaciones en los premios Feroz de 2017, incluyendo “Mejor Serie Dramática” (Filmaffinity, 2018).

Por otro lado, *Vis A Vis* es una serie de televisión cuyo primer capítulo fue emitido en 2015 por Antena 3 Televisión. El creador de esta historia es Iván Escobar y la productora Globomedia. Al igual que *La Casa de Papel*, este producto cultural puede incluirse dentro del género denominado thriller, debido a que cuenta un drama que sucede en la cárcel de mujeres (drama carcelario), Cruz del Sur en España. Esta serie cuenta con tres temporadas, la primera con once capítulos, la segunda con trece y la tercera con ocho. La cuarta se espera su emisión en 2019, pero han aventurado que estará compuesta por otros ocho capítulos. *Vis A Vis* fue nominada a mejor ensamble actoral en los Premios Fénix de 2017 y obtuvo cinco nominaciones en los premios Feroz de 2016, incluyendo el de mejor serie dramática (Filmaffinity, 2018).

Ambas series han sido colmadas de gran éxito y popularidad, no solo en España, país de origen de ambas, sino a nivel internacional y así lo recogen numerosos medios de comunicación. Se exponen a continuación dos ejemplos:

- *The Guardian* le dedicó un artículo a *Locked Up (Vis A Vis)* denominándola el mayor éxito televisivo de España (“*Why Locked Up has become Spain’s biggest breakout TV hit ‘This prison drama has the feel of luxuriating in creative freedom’*”) (Lawson, 2018).
- *La Vanguardia* también le dedico un artículo a *La Casa de Papel* alabándola: “*La Casa de Papel* es la serie de habla no inglesa más vista de la historia de Netflix” (La Vanguardia, 2018).

Por lo tanto, *La Casa de Papel* y *Vis A Vis*, son dos productos culturales de gran relevancia en el panorama de las series españolas, ambas emitidas por los canales de Atresmedia, excepto la tercera y la futura cuarta temporada de *Vis A Vis* que pertenecen a Fox España. Además, dentro de la relevancia que estas series ostentan, se debe destacar la coincidencia de que ambas presentan un tipo de relato diferente, el cual altera el orden de buenos y malos. Sin embargo, para poder afirmar si estas series perpetúan o no el *statu quo* de la sociedad, se desarrolla en este capítulo un análisis del discurso que combina tanto el análisis del texto serial como el análisis del contexto, intentando profundizar en la idea de la estructura de la información.

2.La importancia de la empatía y el cambio de roles

El discurso televisivo que se puede encontrar en las pantallas de los espectadores se basa en un tipo de relato que, por un lado, ofrece un espejo donde los receptores y su realidad se reflejan, mostrando datos, situaciones, personajes, etc. de la vida cotidiana. De hecho, podría definirse como una herramienta para la representación, aunque el espectáculo tiene un gran peso.

Sin embargo, dicho espectáculo, en la mayoría de los casos, se crea alrededor del contexto y ambiente social en el que los espectadores se desenvuelven (Bonaut Iriarte y García López, 2010). En el caso de *La Casa de Papel* se expresa el descontento por el ambiente social y político que hay en España en la actualidad, utilizando como escenario un edificio que tiene gran importancia para el sistema económico y político del país. En *Vis A Vis* se vuelve a mostrar una opinión negativa sobre el ambiente social y político, pero en este caso el escenario es una cárcel. Por tanto, en ambos productos de ficción se da en primera instancia una visión negativa del sistema político y económico.

En el discurso televisivo, hay una relación patente entre los receptores y los emisores, los cuales estos últimos pueden ser instituciones, organizaciones, etc. relacionados con el producto cultural que se expone. No obstante, esta interacción no se da de forma uniforme y equilibrada, sino que la cantidad y la forma de producción de ambas partes no es equitativa, debido a que solo una de ellas, el emisor, es decir, las instituciones, llega a la fase de creación. Estas instituciones, en la mayoría de los casos, son los medios de comunicación de masas, los cuales tienen la capacidad y el objetivo, en muchas ocasiones, de generar y crear productos culturales que tengan un discurso preponderante que labra y modela la vida cotidiana de los receptores (González Requema en Bonaut Iriarte y García López, 2010).

En *La Casa de Papel* y *Vis A Vis*, el medio de comunicación que retransmite los episodios y las temporadas de dichas series y, en gran parte, también crea el relato es Antena 3 Televisión, exceptuando la tercera y futura cuarta temporada de *Vis A Vis* que pertenecen a Fox España. Antena 3 Televisión, pertenece a Atresmedia, una empresa de comunicación, en la que se profundizará posteriormente.

Toda narración, todo relato, es dirigido. El programa involucra al espectador. Un relato en el que el público es también participante, tiene poder de decisión. Así, no se trata sólo de que al receptor le agrade lo que percibe, sino de que se identifique con los personajes y los ambientes que se plasman; el objetivo del discurso televisivo posmoderno es que el televidente se proyecte en la narración misma (2010: 128).

Por tanto, estos productos culturales de ficción audiovisual ayudan a generar empatía entre los personajes y los receptores, gracias a la identificación que se genera. “Las audiencias se identifican con los personajes y sienten empatía con ellos, lo que lleva a una experiencia emocionalmente significativa” (Igartua y Paez en Lozano, Gavilán y Barba, 2017: 155). Esta intencionalidad de generar empatía puede percibirse durante todo el transcurso de ambas ficciones, pero hay algunos puntos clave que deben destacarse, puesto que ayudan al receptor a sentirse uno más del relato ficcional. En *Vis A Vis* una de las acciones que más ayuda a la identificación y empatía con el receptor es el documental que hacen las presas durante toda la serie,

se trata de que, saliendo por un momento de la trama, ellas miran a cámara y expresan lo que sienten, cómo se sienten y lo que les gustaría hacer. Gracias a esta especie de documental las presas explican su historia, el cómo han llegado allí, e incluso sus deseos, en muchos casos puede llegarse a justificar el hecho de que estén presas. Un ejemplo de esto es el caso de Soledad Núñez, quien quemó y mató a su marido tras muchos años de maltrato, humillaciones y vejaciones, ella misma afirma ser culpable, pero recalca en numerosas ocasiones que se siente más libre en la cárcel que todos esos años con su marido. Por tanto, el documental es una herramienta para generar empatía haciendo que las presas, que normalmente hubiesen sido clasificadas como “las malas” en los productos culturales, sean entendidas por los receptores. En numerosas ocasiones se utiliza como alegato contra el sistema, por ejemplo, en la primera temporada varias presas, Soledad Núñez y Teresa, afirman la posición privilegiada de los corruptos en la cárcel y que el dinero lo arregla todo: *“tendríamos que salir nosotras y entrar ellos”, “ellos no están como yo aquí (...) somos pobres pues a pringar y a putearnos”, “¿tú crees que si alguno de ellos necesita un corazón como necesito yo, tú crees que no se lo iban a dar, crees que no lo pueden pagar?”* (Temporada 1, episodio 7). Esto ayuda a poner el foco de “los malos” en otro punto más alto, en el sistema y los que lo manejan, no el de las presas que sufren los privilegios de las clases altas, igual que el receptor.

En *La Casa de Papel*, también hay numerosas ocasiones en las que se ayuda a que el receptor se identifique con los personajes. Sin embargo, una acción que debe señalarse es la crítica constante al sistema económico y político que hay en España, siendo el motor del atraco como deja patente El Profesor en varios episodios. Esta información unida a las continuas noticias y casos sobre corrupción, prevaricación, fraude fiscal, etc. a los que los receptores están expuestos cada día y que además aparecen en el relato, ayuda a sentir esa identificación con los personajes, volviendo a definir a “los malos” como el sistema y las personas que a él pertenecen, como por ejemplo algunos corruptos, que están por encima de todos, tanto de los personajes (ladrones) como del espectador que está en su casa viendo esta serie. Debe destacarse que, en *La Casa de Papel*, es mucho más evidente este cambio de roles y su intención de empatía, debido a que El Profesor planea esto en la propia serie para los ciudadanos españoles que viven el atraco desde fuera. Él idea el plan entorno a esta idea.

3. Hegemonía/Contrahegemonía

Este cambio de los roles entre buenos y malos, ayuda a reivindicar ciertos valores o sentimientos y, para poder profundizar más en el análisis de estas series, se deben explicar algunos conceptos y ponerlos en relación con estos productos culturales de ficción.

El concepto de “hegemonía”, desarrollado por Antonio Gramsci (De Moraes, 2010), tiene un papel importante para el análisis que se expone. Este hace referencia al predominio de una parte de la sociedad sobre las demás, es decir, teniendo en cuenta la diversidad que caracteriza a la sociedad, hay un sector que se posiciona como el dominante y se impone ante el resto (Alapin y Mariani, 1998).

“Según el estudio de Gramsci, el Estado se compone de una superestructura y se caracteriza por la combinación de la sociedad política y la sociedad civil, trabajando juntos a través de la población, respectivamente, de la responsabilidad de la coacción y el consenso. La sociedad política (...) está formado por el aparato represivo del Estado, identificados por la policía, la burocracia y la justicia. Su objetivo principal es mantener la dominación y la protección de la legitimidad del Estado. A su vez, la sociedad civil tiene el objetivo principal de proporcionar directrices de política para la clase dominante. Es que le da legitimidad y el consenso, a través de sus aparatos privados de la hegemonía, como los sindicatos, los medios de comunicación y las normas de conducta” (Nery, 1989: 2).

Ante esto, puede afirmarse que el concepto de hegemonía gira entorno a dos partes esenciales: el poder dominante y las clases subalternas, es decir, aquellas que están bajo el poder del sector dominante. Para que esta jerarquía y sistema funcione, se necesitan herramientas con las que difundirlo e imponerlo, entre estas los medios de comunicación juegan un papel importante. Como menciona el autor Nery (1989) es imposible entender un aparato hegemónico ideológico-político sin que la comunicación sirva como hilo conductor y enlace con la sociedad, debido a que ayudan a legitimar las acciones de la clase dominante ante la sociedad civil. Dicho autor hace referencia a la importancia de la comunicación de masas por su papel en la formación y difusión de valores ideológicos.

Según la Escuela de Frankfurt, la industria cultural y los capitalistas culturales se beneficiaban de la transmisión de productos estandarizados, los cuales generaban atención y atracción al público de masas. Asimismo, estos productos promueven y refuerzan la ideología de la clase dominante (Corominas en Herrera, 2004). Herrera (2004) afirma que estudiosos de las industrias culturales llegan a definir a los medios de comunicación cómo el primer poder de la sociedad y no el cuarto, debido a su relevancia en el sistema, y la necesidad que tiene este de su existencia. Esta radica en la reproducción de productos culturales que tratan de ir formando las actitudes, debido a que siendo estas más similares, el mantenimiento del poder dominante es más fácil. Por tanto, los productos culturales como las series de televisión ayudan a generar actitudes en los receptores, como se dijo anteriormente, por la empatía que generan en la audiencia. Asimismo, se debe

destacar que los medios de comunicación, entre ellos las series de televisión, ayudan a incentivar y fortalecer ideologías, normalmente la predominante, consolidando así la hegemonía existente.

Lo que se ha definido como hegemonía condiciona las fuerzas de la conformidad o disconformidad por las que se rigen los medios de comunicación, funcionando como un filtro. Esto provoca que la clase dominante interfiera en la formación y el desarrollo del imaginario social y en el concepto de poder de los receptores. De hecho, la hegemonía busca un consenso social sobre el liderazgo cultural y político-ideológico de un sector de la sociedad sobre otro y, normalmente, de una clase sobre otras (De Moraes, 2010). Por lo tanto, los medios de comunicación y, por ende, los productos culturales que estos generan como las series de televisión son herramientas para mantener y consolidar el *statuo quo* conforme a la hegemonía. En los años 50 ya se vislumbraron las primeras propuestas y sugerencias acerca de que la televisión sería un medio de gran relevancia para la transmisión de conocimientos e ideas a los receptores y a la sociedad en general (Hilliard y Linz en Lozano, Gavilán y Barba, 2017).

Como afirman los autores Alapin y Mariani (1998) los modelos hegemónicos no pueden ofrecer e imponer todos los significados y valores que les convienen de forma uniforme y en beneficio propio a toda una sociedad. Ante esto, es necesario que se generen ciertas alternativas consentidas, las cuales pueden transformarse a lo que se denominaría como manifestaciones contrahegemónicas.

La hegemonía es entendida (...) como un proceso de dirección política e ideológica en el que una clase o sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre 'funcionales' para la reproducción del sistema (Canclini, 1984: 72).

Este mismo autor, Canclini (1984), afirma que estas manifestaciones contrahegemónicas podrían llegar a producir un cambio de roles, desplazando al sector dominante. La formación de lo hegemónico no se da de forma espontánea, sino que es un sector o sectores sociales quienes se encargan de formarlo. Todo esto, gracias a relaciones y alianzas, normalmente, con órganos colectivos como partidos políticos, sindicatos, círculos culturales, grupos de interés, medios de comunicación, entre otros (Alapin y Mariani, 1998).

Los medios de comunicación no son los únicos con los que cuenta la hegemonía para difundir su ideología y buscar apoyos en la sociedad, sino que también existen otras herramientas como los partidos políticos, los sindicatos, las asociaciones, la escuela o la Iglesia (De Moraes, 2010). Debe men-

cionarse que Gramsci (en Alapin y Mariani, 1998) afirma que un grupo obtiene dicha hegemonía gracias a un liderazgo moral, político e intelectual sobre los grupos subordinados. De hecho, tratan de hacer que los intereses del sector dominante se extrapolen y pasen a ser los intereses de toda la sociedad, gracias a las herramientas ya mencionadas. Del mismo modo, a cambio de la subordinación al poder dominante, este admite algunas licencias de intereses de otras clases o sectores de la sociedad.

Por lo tanto, la existencia de ápices heterogéneos, es decir, de ciertas licencias de las clases subalternas, ayuda a que la perspectiva de oportunidades de los receptores sea mayor y acabe repercutiendo positivamente en el mantenimiento de la hegemonía. De hecho, la clase dominante tiene la capacidad de intimidar y dirigir al resto de fuerzas heterogéneas gracias al poder de sus ideas y sus herramientas políticas (Alapin y Mariani, 1998). En el caso en el que la tensión entre las fuerzas heterogéneas avance y se salga de lo marcado o esperado por la fuerza dominante, podría “explotar” y generar una crisis en la propia ideología dominante que lleve a la sociedad a su rechazo (De Moraes, 2010). Debe señalarse, que, aunque la existencia de esta variedad es beneficiosa y positiva para la hegemonía, debe tenerse en cuenta que cuanto menor variedad haya y más controlada se encuentre, será más fácil para el poder dominante ejercer el control social (Barrios en Herrera, 2004).

Ante el beneficio que el poder dominante obtiene por la visión de diversidad que genera a las clases subalternas, puede darse el caso de que ciertos mensajes, situaciones, acciones o productos culturales que podrían enmarcarse y clasificarse como contrahegemónicas están reforzando la propia hegemonía y por tanto al poder dominante (Alapin y Mariani, 1998).

En la medida en que la hegemonía no es simple dominación, admite que las clases subalternas tengan sus propias instituciones (sindicatos, partidos) y redes de solidaridad. Dado que la clase hegemónica y el Estado no pueden incorporar a todos los sectores a la producción capitalista ni proporcionar bienes y servicios suficientes para su reproducción material y simbólica, deben aceptar que parte del pueblo establezca formas propias de satisfacer sus necesidades. A veces, el Estado o las empresas privadas logran apropiarse de una segunda instancia de la producción popular y subordinarla a sus estrategias (por ejemplo, las artesanías y fiestas indígenas convertidas en folklore para incentivar el turismo); en otros casos, los productores populares se desarrollan independientes del poder y éste no puede más que admitir su existencia paralela (Canclini, 1984: 73).

4.El capitalismo como sistema dominante

En la actualidad, el capitalismo y la clase social que lo mantiene activo y en desarrollo, incluyendo los sistemas políticos y económicos que de este derivan, se clasifican como el sector dominante, donde la hegemonía actual es

la existencia del dominio de las clases privilegiadas creadas por el capitalismo sobre el resto de las clases subalternas. De forma que el capitalismo sería el sistema e ideología que los medios de comunicación de masas, incluyendo series de televisión, deben apoyar e intentar mantener su permanencia. Asimismo, al tratarse de empresas de comunicación se encuentran dentro del propio sistema capitalista, el cual les ofrece numerosas ventajas, sobre todo económicas, si este sigue desarrollándose. De este modo, el autor Herrera (2004) deja patente en su estudio que los medios de comunicación tienen un papel relevante en la actual sociedad capitalista, debido a que trata de generar y endurecer la ideología dominante y, además, la conducta de consumo en los receptores.

Cabe mencionar que desde mitad de los años 90 los casos de corrupción han sido parte de la agenda pública española, siendo un tema con el que los receptores están en constante contacto. De hecho, se trata de un porcentaje elevado de españoles los que consideran que el mundo político y, por ende, el sistema en el que se encuentran está relacionado con una corrupción generalizada (Jiménez y Villoria, 2008). Esta percepción hace que la visión de la clase dominante se deteriore y genere, en muchos casos, descontento por parte de la población.

La Casa de Papel se presenta como un producto cultural que critica el sistema capitalista, la clase dominante, gracias a un cambio de roles, señalándolos a ellos (políticos y corruptos) como “los malos” y a las clases subalternas, los ladrones en este caso, como “los buenos”. El propio Profesor deja claro durante la serie que el mayor robo de la historia no lo harán a la población, no es dinero de nadie, solo del sistema por eso se realiza a La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. Asimismo, en esta serie hay una crítica constante a las clases dominantes y todo el sistema que generan, poniendo a la policía y al C.N.I. como los “malos” y, en muchas ocasiones, como incapaces e inútiles de parar lo que sucede, y a los secuestradores como “los buenos” e inteligentes (la mente maravillosa de El Profesor consigue burlar todas las trabas del sistema). Esto puede vislumbrarse durante todo el relato, pero hay algunas acciones relevantes que pueden ser nombradas para entender dicho cambio de roles.

Un primer ejemplo es que todos los secuestrados tienen miedo y apenas pueden hacer nada. Sin embargo, hay un personaje, Arturo, que constantemente está engatusando, engañando y poniendo en peligro al resto de compañeros para salir, incluso llega a vender a sus compañeros que estaban fugándose (una fuga que él mismo preparó). Arturo no es un rehén normal, sino que es el director, el jefe de La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, el mayor responsable y se le describe y presenta como la peor persona y la que más problemas da de todos los secuestrados. Probablemente, el personaje más cercano al sistema que está de rehén.

Por otro lado, la representación del C.N.I. (Centro Nacional de Inteligencia) que trabaja en el caso junto a la Policía Nacional también es negativa. De hecho, en primer lugar, quieren entrar a la fuerza, sin importarles que puede ocurrir. Además, trata con desprecio y sexismo en algunas ocasiones a Raquel. Asimismo, lo único que le importa es sacar a Alison Parker, la hija del embajador de Inglaterra, llega a presionar a Raquel para que acepte sacarla solamente a ella, antes que al resto de adolescentes que hay encerrados. Esto tiene la intención de mostrar que la vida de una persona perteneciente a la clase dominante vale más que la de otras muchas personas de otras clases.

Además, en los últimos capítulos de la serie sucede algo de gran relevancia. Se trata de la decisión final de Raquel de buscar al Profesor. Una persona del sistema, policía que quería acabar con el secuestro dentro de las normas del sistema, que se describe como la más “buena” dentro de todo el entramado policial debido a que, por ejemplo, su exmarido es un presunto maltratador o su compañero Ángel un acosador (ambos trabajan para la policía). Sin embargo, Raquel al final, gracias al Profesor, se da cuenta de que tiene cambiado los roles y que ellos no son los buenos, sino los ladrones, y al final de la serie busca al Profesor, dejando ver a los espectadores que ellos llevaban razón y no el sistema.

Es de gran relevancia mencionar que la canción utilizada por El Profesor y el resto de los secuestradores es *Bella Ciao*. Se trata de un cántico italiano utilizado por los grupos de la resistencia al fascismo, es un canto que identificaba al proletariado rebelde que luchaba contra el régimen dictatorial. Muchos lo han definido como un canto a la libertad. Cabe mencionar que ha pasado fronteras utilizándose en varios actos como el recordatorio de los asesinatos a de *Charlie Hebbo* de 2015 (Caspistegui, 2016). En este caso se utiliza como canto contra los políticos corruptos y la situación del país, es decir, contra el sistema.

Por último, aunque hay muchas más acciones relevantes que ayudan a generar el cambio de roles entre buenos y malos, el acto más importante y claro se da al final de la propia serie, cuando El Profesor le explica a Raquel sus razones para hacer lo que ha hecho. A continuación, se expone el discurso que da:

“¿Por qué no me quieres oír, Raquel? ¿Porque soy de los malos? Te han enseñado a verlo todo en concepto de buenos y malos. Pero esto que estamos haciendo nosotros sí que te parece bien si lo hace otra gente. En el año 2011, el Banco Central Europeo creó de la nada 171.000 millones de euros de la nada. Igual que estamos haciendo nosotros. Sólo que a lo grande. 185.000 en el 2012, 145.000 en el 2013 ¿y sabes a dónde fue a parar todo ese dinero? A los bancos. Directamente de la fábrica a los más ricos. ¿Dijo

alguien que el Banco Central Europeo fuera un ladrón? Inyección de liquidez, lo llamaron. Y lo sacaron de la nada, Raquel. ¡De la nada! (coge un billete y lo rompe) ¿Qué es esto? Esto no es nada, es papel, ¿Lo ves? Es papel. Estoy haciendo una inyección de liquidez. Pero no a la banca. La estoy haciendo aquí, en la economía real de este grupo de desgraciados que somos. Para escapar de todo esto. ¿Tú no quieres escapar?” (Temporada 2, episodio 6).

Este discurso deja claro que los secuestradores van en contra de la corrupción y del sistema que hay en la actualidad, poniendo números y situaciones reales que se han dado en España en los últimos años. De hecho, dice claramente la definición y diferencia que la clase dominante suele hacer entre buenos y malos y que este producto cultural de ficción está haciendo una crítica a esa clasificación.

Por otro lado, en *Vís A Vís* también hay una inversión de los papeles entre buenos y malos y, por ende, una visión negativa del poder dominante y hegemónico. Esto se ve en diferentes circunstancias en el transcurso del relato, siempre reflejado en los funcionarios de prisión y la policía como poder dominante, hacen que se cumpla y legitime lo que el sistema ordena, y las presas, como las clases subordinadas a dicho estrato. Debe destacarse que el autor Nery (1989) señalaba como parte de la sociedad política al Estado represivo que se identifica, entre otros, en la policía y la justicia. Esta inversión de los roles de los personajes puede vislumbrarse en diferentes situaciones, acciones y personajes durante el transcurso del relato, algunos ejemplos se mencionan a continuación.

Para comenzar debe señalarse a dos de los funcionarios, extensiones del poder dominante dentro de la cárcel, tienen un comportamiento deleznable. Sandoval, médico de la cárcel, abusa sexualmente de las presas a cambio de “beneficios”, como darles móviles o tabaco. De hecho, este personaje llega a violar a una presa, Saray Vargas, y dejarla embarazada. Valbuena, funcionario de la prisión, trata vejatoriamente y con repugnancia a todas las presas, como si no fuesen personas, llegando, también, a violar a una de ellas, Estefanía Kabila (“Rizos”) y comprar su silencio con regalos.

Además, como se mencionó anteriormente, el documental que realizan las presas ayuda a mostrar y justificar los sentimientos más profundos de las presas, generando en ellas un halo de bondad y empatía. Ejemplos son la situación de Tere con las drogas, Soledad y la violencia machista que la llevó a la desesperación y a la cárcel, la situación de Antonia y su hija o la de Saray Vargas y su familia.

Destaca el cambio de actitud de la directora de Cruz del Sur, Miranda, la cual era comprensiva y ayudaba a las presas todo lo que estaba en su mano. Sin embargo, cuando sus superiores y financiadores de la cárcel critican su método, ella cambia radicalmente y quita muchos derechos a las presas,

tratándolas de forma mucho más dura. Esta situación obedece a que quien tiene el dinero tiene el poder (sistema capitalista), lo cual se nombra en numerosas ocasiones durante la serie.

La policía, encarnada sobre todo en la figura del inspector Castillo, tiene una postura muy dura con las presas, aunque en la tercera temporada esta se suaviza y se convierte en un apoyo. En las dos primeras temporadas miente y vende a Macarena ante el juez, diciendo mentiras sobre ella, llega a agredir a Zulema y a torturar con interrogatorios, incluso saltándose la ley. Todo esto unido a constantes faltas de respeto y desprecio. No obstante, este personaje evoluciona, posicionándose un poco más al lado de las reclusas y diferenciándose más del sistema. De hecho, en la tercera temporada llega a afirmar que a la fiscalía no le importa absolutamente nada la vida de una reclusa, señalando directamente al sistema como culpable de la situación que se está produciendo en la cárcel.

Cabe mencionar que, en la tercera temporada, los funcionarios de Cruz del Norte son corruptos, desde algunos que mantienen sexo a cambio de beneficios con las reclusas, aprovechándose de su situación de superioridad, hasta otros funcionarios que hacen la vista gorda cuando algunas reclusas van a matar a alguien, debido a que estas le pagan por ello. Esto aporta la idea de que la corrupción se encuentra en todo el sistema, hasta en sus extensiones más localizadas, como un funcionario de prisión. De esta tercera temporada también debe destacarse que entra una nueva reclusa, a la que se le da mucho protagonismo, y su delito es la corrupción, debido a que ostenta un cargo de concejala.

Ante todo, este análisis de cómo estos dos productos culturales cambian los roles de los buenos y los malos, señalando al sistema negativamente, puede afirmarse que se trata de dos series contrahegemónicas, productos culturales alternativos, que tratan de hacer un cambio en el *statu quo*. Sin embargo, para llegar a esta conclusión deben ponerse en tela de juicio otros datos.

5. Estructura de la información: Atresmedia

Tras lo explicado y analizado anteriormente se podría afirmar que estos dos productos culturales, *La Casa de Papel* y *Vis A Vis*, entrarían dentro de los considerados como productos contrahegemónicos, gracias a la alteración de los buenos y los malos, buscando ir contra el sistema. Sin embargo, esto no es así, debido a que no están creados por las clases subalternas, sino que son creados y difundidos por el propio poder dominante. En este caso, Atresmedia es un medio de comunicación de masas que pertenece al sistema capitalista, siendo en ella misma una empresa de comunicación. Esto también es extensible a Fox España.

Herrera (2004) destaca la importancia de situar a los medios de comunicación dentro del sistema capitalista, dándole la relevancia necesaria a la estructura económica de estos medios, debido a que pueden situarse como una empresa o industria comercial más dentro del sistema económico capitalista. Esto se debe a que se necesitan grandes inversiones económicas para crear y mantener un medio de comunicación, lo cual genera la necesidad, en la mayoría de las ocasiones, de que la existencia de los medios se de por parte de poderosos sectores económicos. Ante esto y para poder definir y situar mejor ambas series, las cuales se pueden visualizar en los canales de Atresmedia, cuyo nombre mercantil es Atresmedia Corporación de Medio de Comunicación S.A, se debe analizar la situación de esta empresa.

España actualmente es un duopolio televisivo, el cual lo forman dos empresas y cadenas televisivas: Mediaset España y Atresmedia, llevándose entre ambas un 85% de los ingresos publicitarios en 2015. Atresmedia puede definirse como una empresa privada líder en el sector de la televisión (Portilla y Medina, 2016). Por lo tanto, se trata de una importante empresa de comunicación. El accionista principal de esta empresa es el Grupo Planeta, uno de los más importantes del panorama informativo español, el cual tiene influencia, no solo en el ámbito televisivo con numerosos canales como La Sexta, Neox, Nitro, Nova, entre otros, sino también en radio, prensa, editoriales y cine (Santamaría, 2013).

Para situar al Grupo Planeta se debe acudir al estudio sobre la estructura de la información, el cual muestra cómo esta potente empresa en el ámbito de la comunicación, que realiza inversiones y desinversiones en empresas internacionales y nacionales. Además de integrar numerosos canales y medios, también participa en empresas y proyectos de eventos y publicidad (Santamaría, Serrano y Díaz, 2014).

Tanto el Grupo Planeta como sus derivados, entre ellos Atresmedia, se encuentran dentro del engranaje del sistema capitalista y, por ende, también los productos que estos generan y emiten, como *La Casa de Papel* y *Vis A Vis*. Por tanto, ambas series no pueden considerarse productos culturales contrahegemónicos y, por tanto, tampoco tratan de eliminar o alterar el *statu quo*, debido a que no provienen de las clases subalternas, aunque probablemente quieran dar dicha visión al espectador por el cambio de roles entre buenos y malos.

Debe mencionarse que *Vis A Vis* ha sido adquirida por Fox España en la tercera y la futura cuarta temporada. Esta cadena va por suscripción y su origen es estadounidense, además emite por cadenas de pago como Movistar+ y Vodafone TV. Por lo tanto, el cambio que cadena que ha realizado la serie *Vis A Vis* tampoco daría la posibilidad de llegar a denominar a dicha serie como producto contrahegemónico ni atribuirle el objetivo de alterar el *statu quo*.

Referencias bibliográficas

- Alapin, H., y Mariani, V. (1998). Algunas consideraciones sobre el concepto de hegemonía. *Escuela y diversidad cultural*, Julio FPyCS/UNLP, (128).
- Bonaut Iriarte, J., y García López, J. (2010). La ruptura del relato audiovisual posmoderno a través de la comedia televisiva: el caso de Padre de familia. *Sphera Pública*, (10).
- Canclini, N. G. (1984). Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular. *Nueva sociedad*, (71), 69-78.
- Caspistegui, F. J. (2016). Favole e politica. Pinocchio, Cappuccetto rosso e la Guerra fredda/Bella ciao. La canzone della libertà. *Memoria y Civilización*, (19), 655.
- De Moraes, D. (2010). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates*, 4(1), 54.
- Herrera, M. (2004). Los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual. *Revista Razón y Palabra*, (38).
- Jiménez, F. y Villoria, M. (2008): «Percepción social de la corrupción en España», Encuentro Urbanismo y Corrupción. Facultad de Derecho, Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Manuel_Villoria/publication/260318973_percepcion_social_de_la_corrupcion_en_espana/links/0c96053ce3821d2dca000000/percepcion-social-de-la-corrupcion-en-espana.pdf
- Lawson, M. (2018). Why Locked Up has become Spain's biggest breakout TV hit. Fecha de consulta: 04/072018. Recuperado de https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2017/apr/27/locked-up-spain-biggest-breakout-tv-hit-prison-drama?CMP=tw_t_gu
- Lozano, S. E. G., Gavilán, M. T. N., y Barba, C. F. O. (2017). Las series de televisión como medio para el desarrollo del pensamiento reflexivo en la enseñanza de la ética profesional. *Razón y palabra*, (98), 11.
- Nery, J. (1989). Comunicación y política. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

- Filmaffinity (2018). Fecha de consulta: 29/07/2018. La casa de papel (Serie de TV) (2017). Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film879405.html>.
- Portilla, I., y Medina, M. (2016). Estrategias de monetización y datos de audiencia en los vídeos en línea. El caso de Atresmedia. *Quaderns del cac*, 42 (19), 29- 39.
- Santamaría, J. V. G. (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra clave*, 16(2), 1.
- Santamaría, J. V. G., Serrano, M. J. P., y Díaz, G. A. (2014). Las consecuencias de la formación del duopolio televisivo de Mediaset España y Atresmedia. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1(1), 58-66.
- Filmaffinity (2018). Vis a vis (Serie de TV) (2015). Fecha de consulta: 25/07/2018. Recuperado de <https://www.filmaffinity.com/es/film441483.html>
- Vanguardia, L., Minuto, A., Contra, L., Vang, B., Fan, M., y Moda, D. et al. (2018). 'La casa de papel' es la serie de habla no inglesa más vista de la historia de Netflix. Fecha de consulta: 25/07/2018. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/series/20180417/442634930315/la-casa-de-papel-netflix-serie-mas-vista.html>