



**UNIVERSITAS**  
*Miguel Hernández*

Biblioteca  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS  
CAMPUS DE ELCHE

**LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES Y COMPARATIVA  
CON LA TELEVISIÓN GENERALISTA CON LA SERIE  
'LA CASA DE PAPEL'**

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
TRABAJO DE FIN DE GRADO  
CURSO 2020/2021

**ALUMNA: CARLA DE LA CRUZ GÓMEZ  
TUTOR: ADRIÁN PENALVA SOLER**

**LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES Y COMPARATIVA  
CON LA TELEVISIÓN GENERALISTA CON LA SERIE  
'LA CASA DE PAPEL'**



# ÍNDICE

<b>1. RESUMEN/ABSTRACT</b> .....	1
<b>2. PALABRAS CLAVE/KEYWORDS</b> .....	1
<b>3. INTRODUCCIÓN</b> .....	2
3.1 ACTUALIDAD DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES.....	2
3.2 HIPÓTESIS.....	4
3.3 OBJETIVOS.....	5
<b>4. METODOLOGÍA</b> .....	6
<b>5. RESULTADOS</b> .....	7
5.1 ANÁLISIS DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES Y SU AUGE.....	7
5.1.1 HBO.....	8
5.1.2 NETFLIX.....	10
5.1.3 DISNEY+.....	13
5.1.4 FILMIN.....	15
5.1.5 MOVISTAR+.....	17
5.1.6 A3PLAYER.....	19
5.1.7 COMPARATIVA DE PLATAFORMAS.....	21
5.2 DECLIVE DE LA TELEVISIÓN GENERALISTA A CAUSA DE LAS PLATAFORMAS VOD.....	22
5.3 ANÁLISIS DE 'LA CASA DE PAPEL' EMITIDA EN ANTENA3 Y NETFLIX.....	24
5.4 FUTURO PRÓXIMO DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES.....	31
<b>6. CONCLUSIONES</b> .....	33
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	35
<b>8. ANEXO1: ENCUESTA</b> .....	45
<b>9. ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b> .....	53
<b>10. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y MAPAS</b> .....	54

## 1. RESUMEN:

En este trabajo de Fin de Grado, podremos observar como las plataformas audiovisuales de *streaming* le están ganando terreno a la televisión convencional que todos conocemos. Encontraremos la breve historia de las plataformas, cómo es su panorama actual y cómo podría llegar a ser su futuro a corto plazo. Además, analizaremos a qué se debe el auge de las plataformas, qué ofrecen al espectador en comparación de la televisión tradicional y cómo afecta al sector televisivo. Observaremos algunas de las plataformas más importantes actualmente y cómo alguna de las televisiones más importantes de nuestro país han creado su propia plataforma audiovisual para hacer la competencia. Por último, analizaremos la producción de la serie 'La Casa de Papel' y sus cambios al pasar de una cadena de televisión generalista nacional en abierto a una plataforma de pago internacional.

## ABSTRACT:

*In this Final Degree project, we will be able to observe how streaming audiovisual platforms are gaining ground on conventional television that we all know. We will find the brief history of the platforms, the present and how it could become the short-term future of these. In addition, we will analyze what is due to the rise of platforms, which offer the viewer compared to traditional television and how it affects the television sector. We will observe some of the most important platforms today and how some of the most important televisions in our country have created their own audiovisual platform to compete. Finally, we will analyze the production of the series 'La Casa de Papel' and its changes when being produced by a television network and when being produced by an international platform.*

## 2. PALABRAS CLAVE:

Plataformas; *streaming*; televisión generalista; producción; 'La Casa de Papel'; Netflix.

## KEYWORDS:

*Platforms; streaming; generalist television; production; "La Casa de Papel"; Netflix.*



### 3. INTRODUCCIÓN

#### 3.1 ACTUALIDAD DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES

Los hábitos de consumo audiovisual están en constante cambio y evolución, tanto en nuestro país como internacionalmente.

Estamos en un momento donde es innegable la importancia que están teniendo en el mercado audiovisual las plataformas de *streaming*. Desde que llegó la primera a nuestro país en 2015 sus números de suscriptores no ha dejado de subir, lo que influye en la disminución del consumo de televisión tradicional.

Para empezar, hay que explicar qué es una plataforma de *streaming* de vídeo bajo demanda.

Se conoce como una tecnología multimedia con contenido de audio y vídeo alojado en Internet. Esta tecnología tiene como novedad la opción de visionar el contenido sin necesidad de descarga, además de la posibilidad de disfrutar de lo que el consumidor desee, cuando desee y dónde desee.

Actualmente, según el estudio realizado en 2021 por la Business School titulado 'Plataformas audiovisuales digitales: las grandes vencedoras de la pandemia'<sup>1</sup> escrito por Jorge Tuñón y Agnese Gambari, expone que tras el confinamiento por el COVID-19 el fenómeno del *streaming* ya supone el 25% del mercado televisivo.



Gráfico 1: Evolución del consumo televisivo diario, marzo 2020. Fuente: GECA. Elaboración de GECA con datos de Kantar Media.

<sup>1</sup> Tuñón, J. (2021, 24 febrero). Informe OBS: Plataformas audiovisuales digitales: las grandes vencedoras de la pandemia. OBS Business School. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-plataformas-audiovisuales-digitales-las-grandes-vencedoras-de-la-pandemia>

El 14 de mayo de 2020, en España se inició el confinamiento a causa de la pandemia mundial. Ese mismo día se consiguió un máximo histórico en el consumo de televisión que no ocurría desde 2014. Las emisiones de televisión tradicional consiguieron una media de 10.005.000 espectadores.

Este aumento televisivo también ocurrió de forma similar en las plataformas audiovisuales de *streaming*.

En la televisión, tras el confinamiento, el número de espectadores disminuyó y volvió a normalizarse, al contrario que en las plataformas. Únicamente, un 2% de los usuarios que se registraron en algún servicio de suscripción durante el confinamiento se dieron de baja una vez finalizado este.

Actualmente, las plataformas audiovisuales cuentan con alrededor de 900 millones de usuarios. La lista de las plataformas líderes en España está encabezada por Amazon Prime con un 58,8% y seguida por Netflix con un 38,6%, según el informe de la Business School mencionado anteriormente.

El sector de las plataformas audiovisuales es muy amplio y está en constante cambio y evolución, por ello, podemos observar cómo su mercado va creciendo exponencialmente estos últimos años y no parece que vaya a parar en un futuro próximo.

Estamos viendo cómo las televisiones convencionales ya tratan a los servicios de *streaming* como competidoras y por ello han creado también las suyas propias de pago, como el grupo mediático Atresmedia que ha creado 'A3Player Premium' o el grupo Mediaset que ha creado 'Mitele Plus'.

Una de las razones por la que las televisiones convencionales consideran competencia a este tipo de plataformas es por la comodidad que ofrecen al espectador. Únicamente con la aplicación instalada en la televisión puedes acceder a la plataforma de una manera igual de fácil que acceder a la televisión tradicional.

En este sector podemos encontrar diferentes tipos según la forma de suscripción. En esa variedad destacan las siguientes:

-AVOD: También conocidas como *Advertising Video on Demand*. El espectador tiene acceso gratuito al contenido a cambio de ver publicidad. La plataforma más conocida de esta variedad es YouTube.

-SVOD: También conocidas como *Subscription Video on Demand*. Se ofrece el contenido a cambio de una suscripción, o bien anual o mensual. Una de las plataformas más conocidas de esta variedad es Netflix.

-TVOD: También conocidas como *Transactional Video on Demand*. El usuario paga únicamente por el contenido que quiere ver. Una plataforma de esta variedad es Rakuten TV.

Además, en esta variedad, existe un modelo mixto entre SVOD y TVOD donde encontramos plataformas como Amazon Prime Video.

Por otro lado, con la encuesta realizada<sup>2</sup> podemos observar cómo los usuarios afirman que sus hábitos han cambiado gracias a las plataformas y que el consumo de contenido mayoritariamente es a través de estas, y no como anteriormente a través de la televisión convencional.

También, podemos observar y analizar que la mayoría de los usuarios consumen la televisión lineal, con contenido en directo, como informativos o deportes, en cambio, para el consumo de series, películas y contenido en diferido mediante las plataformas audiovisuales.

### 3.2 HIPÓTESIS

Tras el confinamiento me surgió la duda de como esto había afectado a las plataformas audiovisuales y la televisión convencional, y si los índices de audiencia y suscriptores habían aumentado. A raíz de ese pensamiento me hice una pregunta que es por la que he iniciado este estudio: ¿Qué me ofrece la televisión tradicional que no tengan las plataformas? ¿Qué es lo que la gente prefiere?

Por lo tanto, respondiendo a estas preguntas, mi hipótesis personal es que la gente actualmente prefiere ver el contenido mediante una plataforma audiovisual por la comodidad y sencillez que ofrece. Estamos en una sociedad donde la prisa se hace dueña de todos nosotros, y la televisión convencional no ha integrado ese cambio aún.

Creo que hoy en día nadie disfruta de un contenido plagado de anuncios e interrupciones como pasa en la televisión. Bien es cierto, que las plataformas te ofrecen un contenido en diferido y que, para poder ver algo en directo, vas a tener que sintonizar la televisión convencional.

Por otro lado, también quise investigar la producción de las plataformas audiovisuales. Actualmente muchas de ellas han empezado a crear su propio conte

---

<sup>2</sup> Encuesta realizada: Anexo 1 (Página 50)

nido original, por ello, quise hacer un análisis de una producción y compararlo con una serie más tradicional.

Para poder realizar este análisis seleccione la famosa serie de ficción española 'La Casa de Papel', la cual ha sido producida tanto por Antena 3 (temporadas 1 y 2) y por Netflix (temporada 3 y 4).

### **3.3 OBJETIVOS**

Los temas que quiero investigar y analizar en este trabajo para poder contestar a las preguntas y afirmar mi hipótesis, son los siguientes:

- 1) El auge de las plataformas audiovisuales.
- 2) Cómo afectan las plataformas audiovisuales a la televisión tradicional.
- 3) Comparación de la producción de una serie de ficción producida por una televisión y una plataforma. 'La Casa de Papel' producida por Netflix y Antena3.
- 4) Saber cómo podrá ser el futuro próximo de las plataformas.



#### 4. METODOLOGÍA

En cuanto la metodología que he empleado para realizar este trabajo ha sido el método de análisis de contenido, comparativa, revisión bibliográfica y la elaboración de encuestas<sup>3</sup>. Todo ello con la finalidad de poder sacar unas conclusiones contrastadas sobre las plataformas y su consumo.

Más detalladamente:

En primer lugar, el análisis de contenido lo he empleado a la hora de elaborar los resultados y ha sido la metodología más utilizada a lo largo de todo el trabajo.

Realicé un exhaustivo análisis de información donde me centré en la historia de las plataformas más destacadas en el panorama actual de nuestro país, su actualidad y sus características principales. También empleé esta metodología para poder exponer las diferencias en la producción de la serie de ficción de Netflix, 'La Casa de Papel'. Además, respecto al apartado del futuro de las plataformas, también he utilizado esta metodología para poder ver hacia dónde nos llevan los nuevos hábitos de las plataformas.

Por otro lado, he utilizado una metodología comparativa en cuanto a la producción de una televisión generalista y una producción original de plataformas. Además de hacer hincapié en sus diferencias, los datos y las audiencias.

También he empleado la revisión bibliográfica, es decir, he contrastado y corroborado la información que he ido obteniendo de todas las fuentes donde he investigado.

Además, he querido completar este trabajo de investigación elaborando una encuesta<sup>3</sup> que distribuí a gente de edades diversas, centrándome en la Comunidad Valenciana. Estuvo disponible durante dos semanas y fue mayormente realizada entre los cuatro primeros días. Se inició a principios de abril de 2021 y cerró a mediados de mes.

Traté de condensar la información que me iba a ser útil en el mínimo de preguntas posible. Realicé preguntas sobre los hábitos de las plataformas y la televisión, el contenido que consumen y posteriormente su opinión sobre la serie 'La Casa de Papel'.

Por último, en las conclusiones del trabajo, realizo un análisis de toda la información que he recopilado, tanto en la bibliografía seleccionada como en la información obtenida en la encuesta<sup>3</sup> realizada.

---

<sup>3</sup> Encuesta realizada: Anexo 1 (Página 50)

## 5. RESULTADOS

### 5.1 ANÁLISIS DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES Y SU AUGE

Hoy en día existen cantidad de plataformas audiovisuales de *streaming* bajo demanda, pero estas no siempre han sido como las conocemos actualmente. A lo largo de los años, la tecnología ha evolucionado y se ha adaptado a las necesidades de los espectadores y consumidores hasta llegar a lo que hoy en día conocemos.

Esta innovación ha creado un gran cambio en el modelo de negocio y en el consumo audiovisual. Hace apenas cinco años llegó a España la primera plataforma de *streaming*, Netflix, una empresa de entretenimiento californiana fundada en 1997. En nuestro país nunca había existido una que diera al espectador la opción de disfrutar del contenido audiovisual por una suscripción de algo más de cinco euros al mes.

Por otro lado, hace dos años, el Ministerio de Cultura y Deporte de España realizó la 'Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España de 2019'<sup>4</sup> en la cual se plasmó que el 87% de los jóvenes de nuestro país tienen acceso a alguna plataforma audiovisual. Estos datos demuestran el auge que dichas plataformas están teniendo y los motivos principales son los siguientes:

- No hay necesidad de contratos. Podemos observar una clara diferencia en la manera de disfrutar del contenido de las televisiones generalistas y las plataformas bajo demanda. Es decir, anteriormente, para disfrutar de los contenidos en la televisión tenías que requerir de un contrato con alguna compañía telefónica. Hoy en día, para obtener una suscripción en una plataforma, no es necesario ningún contrato ni ninguna permanencia.
- El precio. Actualmente, las plataformas tienen un precio muy asequible para la población, además, se puede compartir con familiares y amigos, lo que abarata aún más. Por otro lado, también está la opción de contratar una operadora telefónica en la cual incluye en su precio la suscripción u ofrecen ofertas a cambio de tener unos servicios con dicha compañía.
- La publicidad. En todo producto y servicio la publicidad es algo muy importante para que toda plataforma gane la batalla a la competencia. Uno de los mayores reclamos es regalar unos días de prueba, normalmente un mes gratis de suscripción para enganchar al consumidor y que posteriormente se quede pagando la suscripción mensual.

Hay que tener en cuenta que las plataformas se financian gracias a las

suscripciones de los usuarios y no por el método tradicional de las televisiones generalistas, la publicidad.

- Perfiles. Las plataformas dan la posibilidad de crear varios usuarios en la misma cuenta, lo que resulta más sencillo para el consumidor guardar las preferencias y el servicio proporciona un visionado selectivo basándose a los gustos del consumidor. Todo ello, haciendo un estudio para poder mostrar contenido al usuario que le parezca atractivo.
- Por último, hay que resaltar la comodidad. Actualmente se conoce como *binge-watching* al maratón de series, lo cual es mucho más sencillo realizar con una plataforma. Con la televisión generalista no se podía ya que cada episodio de una serie era emitido semanalmente.
- Con las plataformas, con un simple *click* puedes visionar un episodio tras otro, ofreciendo gran comodidad al consumidor, algo que es muy favorable para las plataformas audiovisuales bajo demanda.

Para conocer más su auge y evolución, veremos cómo cada plataforma ha ido creciendo a lo largo de estos últimos años.

### 5.1.1 HBO

La plataforma HBO (*"Home Box Office"*) se denomina así desde sus inicios hasta la actualidad, aunque dependiendo el país donde está disponible tiene acrónimos distintos. Empezó siendo un canal de televisión por cable que funciona gracias a las suscripciones de los abonados. El crecimiento de esta plataforma ha sido inmenso desde sus inicios en noviembre de 1972 pasando a ser una de las más importantes a nivel mundial.

En 2015, se firmó un acuerdo entre la empresa tecnológica de Apple y HBO creando HBO Now, es decir, lo que actualmente conocemos como HBO, ya que se originó un servicio basado en *streaming* bajo demanda y dejó de prestar servicio como televisión por cable.

Centrándonos en España, hay que recalcar que a nuestro país HBO no llegó hasta 2016 gracias al acuerdo con la compañía telefónica Vodafone y se dio a conocer hasta poder contratarse independientemente en su web 'HBO España'<sup>15</sup>.

---

<sup>4</sup> *Presentación. Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019*. Gobierno de España, Ministerio de cultura y deporte. (2019) Recuperado el 21/04/2021 de: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/ehc/2018-2019/presentacion.html>

<sup>5</sup> *HBO España*. (2021). Recuperado el 26/04/2021 de: <https://es.hboespana.com>



Actualmente, es una plataforma de *streaming* que ofrece películas y series a los abonados que paguen una suscripción mensual.

Una de las razones por la que destaca HBO y por la que el público acaba recurriendo a ella, es por ofrecer contenidos de alta calidad y producciones propias. Más allá de ser únicamente una plataforma para ver contenido, ha creado una productora que ofrece series propias aclamadas por la crítica, hasta llegar al punto de ganar numerosos premios Emmy's y Golden Globes, por producciones como 'Juego de Tronos', 'Euphoria', 'Los sopranos' o 'The Handmaid's tale'.

Si analizamos los datos, vemos como los números de suscriptores de HBO España mejoran notablemente gracias al éxito que tienen las series de estreno, es decir, cada vez que la plataforma estrena una temporada los números aumentan.

Analizando generalmente la plataforma vemos las siguientes características:

- Tiene un coste mensual de 8,99€
- Ofrece una semana de prueba para los espectadores interesados.
- Calidad HD y estrenos de Estados Unidos.
- Puedes tener un máximo de cinco dispositivos registrados con la misma cuenta, pero solamente dos conexiones simultáneas.
- Posibilidad de descargar contenido para su visionado *offline*.
- Contiene un apartado llamado 'Kids' para los más pequeños de la casa, además de contar con un control parental.



Figura 1: Logo de HBO, Fuente: HBO España

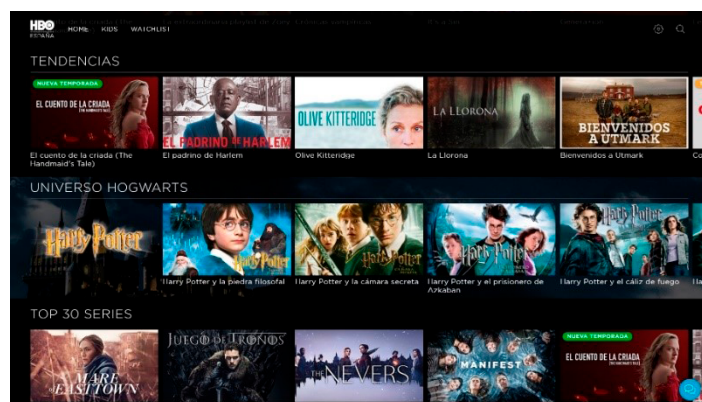


Figura 2: Captura de pantalla Inicio HBO, Fuente: Propia



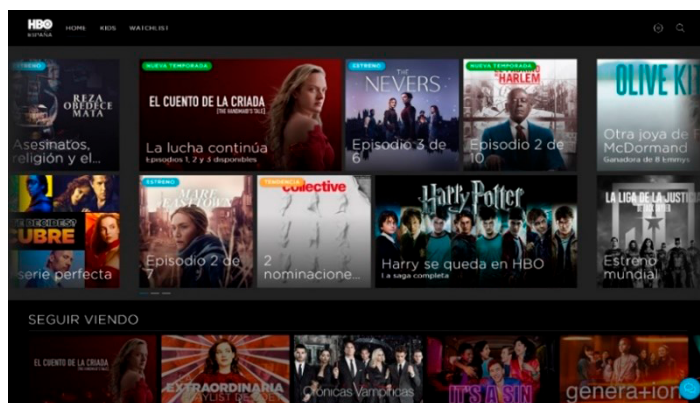


Figura 3: Captura de pantalla Catálogo HBO, Fuente: Propia

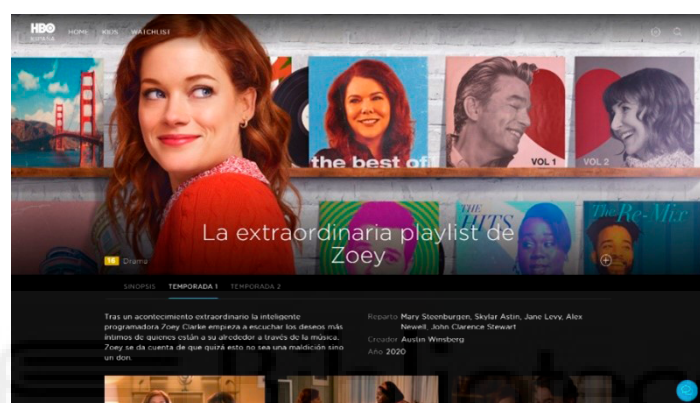


Figura 4: Captura de pantalla de serie HBO, Fuente: Propia

### 5.1.2 NETFLIX

Netflix es una de las principales plataformas de *streaming* VOD tanto en nuestro país como a nivel mundial. Nació en 1997 en Estados Unidos, California. La idea principal de la empresa era permitir que los aficionados al cine pudiesen disfrutar alquilando películas de una forma muy cómoda y sencilla.

Añadieron dos novedades al servicio de alquiler que favoreció a los espectadores. Estas eran ofrecer el envío de una copia física a su propia casa sin necesidad de desplazarse y la anulación de cargos adicionales de pagos por atrasar la devolución del *film*.

En 2010, Netflix se consolidó oficialmente tras muchos cambios en su servicio y se comenzó a expandir y ofrecer un servicio de *streaming* como el que conocemos actualmente.

Desde sus inicios hasta 2010, los números de suscriptores de la plataforma no hicieron nada más que subir, por lo que, en 2011 tomaron la decisión de incrementar el precio de la suscripción mensual un 60%, en comparación del precio que costaba en sus inicios.

Por otro lado, si nos centramos en sus producciones propias, no fue hasta 2013 cuándo se crea la primera serie producida íntegramente por la plataforma de Netflix. Se trata de la serie política *'House of Cards'* que se estrenó en febrero. Actualmente, esta plataforma apuesta muy fuerte por los títulos propios llegando a crear más de 100 obras anualmente, lo que supuso una inversión de 8 mil millones de dólares en 2018.

A pesar de esta apuesta por un contenido original no deja de lado el contenido producido por terceros, llegando a ofrecer más de 2.000 obras, entre películas, series y documentales.

Hoy en día conocemos Netflix como una plataforma de *streaming* con servicio OTT<sup>6</sup>, y ha llegado a ser la más popular internacionalmente y con un mayor número de suscriptores mundialmente.

Centrándonos en nuestro país, no fue hasta octubre de 2015 que se instaló en España con la ayuda de Vodafone, y ofrecía un plazo de prueba gratuito.

Cuando Netflix abrió su centro de producciones en España, tres años después de llegar a nuestro país, apostó también por la creación de contenido original nacional, llegando a ofrecer un 20% del catálogo como contenido producido por nosotros. Este dato lo podemos ver en ejemplos de series como *'Élite'*, *'Las chicas del cable'*, *'Paquita Salas'* o *'El inocente'*. También hay una apuesta fuerte en las películas, con títulos como *'Bajo cero'*, *'A pesar de todo'* o *'Loco por ella'*.

Por otro lado, la plataforma tiene un gran interés en coproducir con cadenas televisivas u otras productoras comprando los derechos, como ocurre en numerosas películas, las cuales podemos encontrar en el contenido ofrecido por Netflix España, como por ejemplo *'La llamada'*, *'Celda 211'*, *'Ocho apellidos vascos'* o *'Volver'*.

Y a pesar de todo esto, hay que destacar el interés que tiene Netflix por las series de la televisión generalista, como *'El Ministerio del tiempo'*, que se emitió en La 1 de Televisión Española y las dos últimas en colaboración con Netflix a cambio de poder incluirla en su catálogo.

También la internacionalmente famosa serie de *'La casa de papel'*, en la cual nos centraremos posteriormente. Esta ficción emitió sus dos primeras temporadas en Antena 3 y posteriormente, en 2017, fue adquirida por la plataforma creando dos partes más y a la espera de emitir la quinta y última entrega.

---

<sup>6</sup> Los servicios Over-The-Top (OTT) son aquellos que se brindan a través de Internet, pero no necesitan elevadas inversiones ni requieren de infraestructura o espectro y no están sujetos al marco regulatorio de los operadores.

Al analizarla vemos las siguientes características:

- Tiene un coste mensual dependiendo del plan de dispositivos, con 1 dispositivo el coste es de 7,99€, 2 dispositivos 11,99€ y 4 dispositivos 15,99€
- No ofrece ningún periodo de prueba para los espectadores interesados.
- Calidad en Digital, HD y Ultra HD 4K con estrenos de Estados Unidos.
- Puedes tener ilimitados dispositivos registrados con la misma cuenta, pero solamente una, dos o cuatro conexiones simultáneas dependiendo del plan contratado.
- Posibilidad de descargar contenido para su visionado *offline*.
- Contiene un perfil infantil exclusivo para niños, además de contar con un control parental.

# NETFLIX

Figura 5: Logo Netflix, Fuente: Netflix

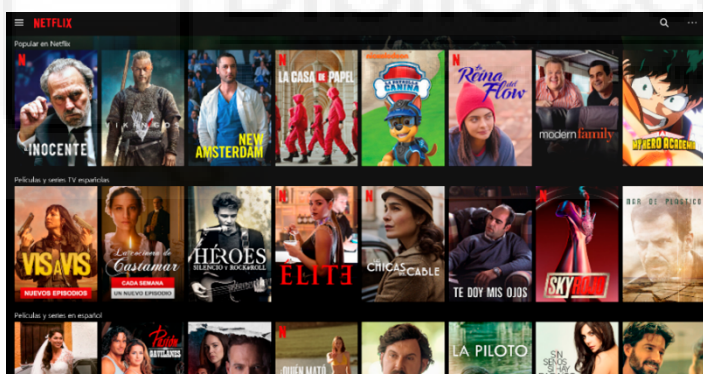


Figura 6: Captura de pantalla Inicio Netflix, Fuente: Propia

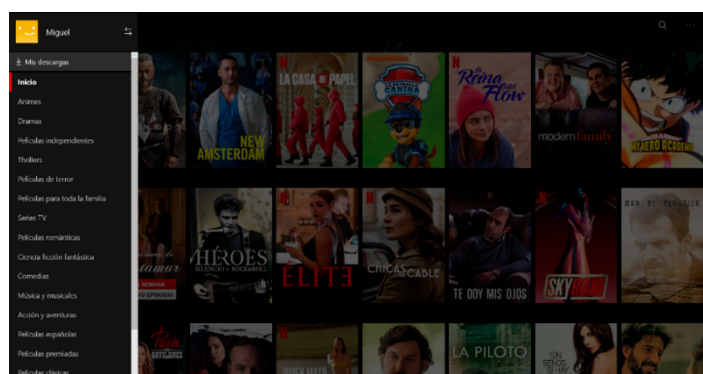


Figura 7: Captura de pantalla Catálogo Netflix, Fuente: Propia

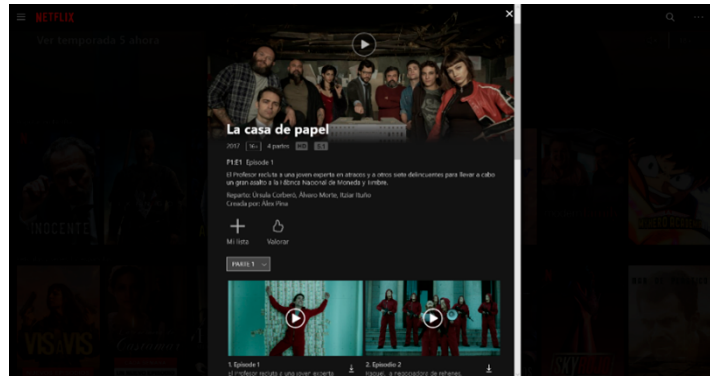
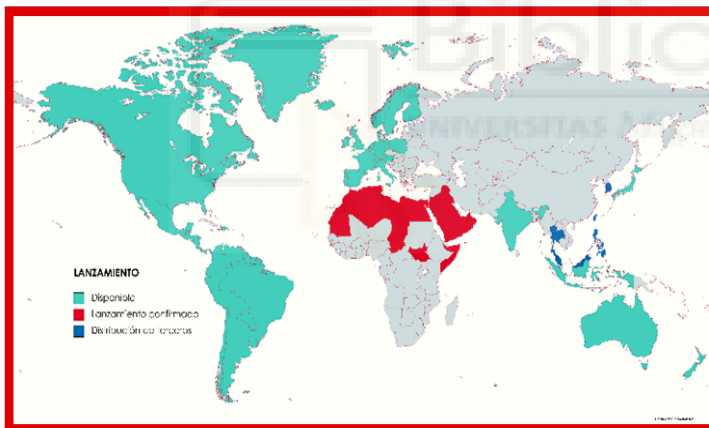


Figura 8: Captura de pantalla de serie Netflix, Fuente: Propia

### 5.1.3 DISNEY +

Una de las últimas plataformas que han aparecido en el mercado es Disney+. Se trata de un servicio estadounidense gestionado por *Disney Streaming Services*.

La primera toma de contacto de esta plataforma fue en 2015, cuando *Disney* lanza en Reino Unido un servicio de transmisión llamado *DisneyLife*, el cual, tras varios cambios y mejoras, se reemplaza por *Disney+*.



Mapa 1: Datos del lanzamiento de Disney+

Elaboración propia en base a los datos de 'Wikipedia'

En marzo de 2020 la plataforma da un paso gigante y se lanza en Reino Unido, España y Europa Occidental, presentándose como plataforma de *streaming*. Seguidamente se lanzó en Japón, Bélgica o Latinoamérica.

Actualmente, Disney+ se encarga de distribuir únicamente contenido producido por *Disney*, *Pixar*, *Marvel*, *Star Wars*, *National Geographic*, y la última incorporación fue *Star* para el contenido procedente de Fox. Además de ofrecer todo el contenido clásico de Disney desde 1923.

Para poder disfrutar de su amplio catálogo hay que disponer de una suscripción mensual de 8,99€ o anual de 89,90€.

Analizando la plataforma vemos las siguientes características:

- Ofrece un servicio de *streaming* basado en una gran cantidad de películas, series, cortos y documentales originales de varias productoras.
- Alta calidad
- Puedes crear hasta 7 perfiles y reproducir 4 pantallas simultáneamente
- Posibilidad de descargas ilimitadas en contenido para su visionado *offline* en 10 dispositivos.
- Contiene control parental.



Figura 9: Logo Disney+, Fuente: Disney+



Figura 10: Captura de pantalla Inicio Disney+, Fuente: Propia



Figura 11: Captura de pantalla Originales de Disney+, Fuente: Propia





Figura 12: Captura de pantalla de película Disney+, Fuente: Propia

### 5.1.4 FILMIN

Se trata de una plataforma de contenido audiovisual lanzada en España en el año 2007. Fue la primera creada en nuestro país y en introducir los servicios *on demand*, creando así, una tarifa plana para los suscriptores.

A pesar de ser una plataforma española, ha sabido cumplir con el servicio de *streaming* ganándose el respeto de las internacionales. En sus inicios, antes del 2009, España era consumidora de piratería y se desconocía en nuestra sociedad lo que significaba una plataforma VOD. Fue en ese preciso instante cuando Filmin apareció en el mercado ofreciendo un catálogo de cine de autor, independiente y cine comercial.

Desde sus inicios, la plataforma incrementa su catálogo día a día y actualmente cuenta con más de 10.000 títulos, aunque es la plataforma con el catálogo más reducido que la competencia. Filmin ofrece tanto cine como series y cortometrajes, aunque se centra mayoritariamente en películas de género independiente.

A diferencia del resto de plataformas, da la opción de pagar por el visionado de algún título denominado como *premium*. Se trata de un alquiler de 72h para poder verlo todas las veces que quieras durante ese periodo de tiempo.

Dispone de dos modalidades de cuenta: La *Premium*, donde se puede ver todo el catálogo menos los títulos premium, o lo puede ver contratando el servicio anterior de alquiler de 72h. Y la cuenta Premium+, donde al catálogo se le añaden 3 vales *premium* al mes para adquirir los títulos calificados como premium.

En el año 2010 colaboraron con festivales ofreciendo a los suscriptores el visionado de diferentes estrenos simultáneos como, por ejemplo, el Festival de Cannes, els Premis Gaudí, el Berlinale, etc.

Hoy por hoy la plataforma únicamente está disponible en España, Portugal y México (mediante Filminlatino).

Analizándola observamos las siguientes características:

- Tiene un coste mensual de 7,99€ al mes de la suscripción básica, y 14,99€ la suscripción Plus con 3 tickets.
- 5 tickets de visionado premium cuestan 15€, y 20 tickets cuestan 55€
- No ofrece ningún periodo de prueba para los espectadores interesados.
- Posibilidad de tener dos pantallas simultaneas.
- Posibilidad de descargar contenido para su visionado offline.
- Contiene un apartado infantil, titulado 'FilminKIDS' para el disfrute de los niños.



Figura 13: Logo Filmin, Fuente: Filmin

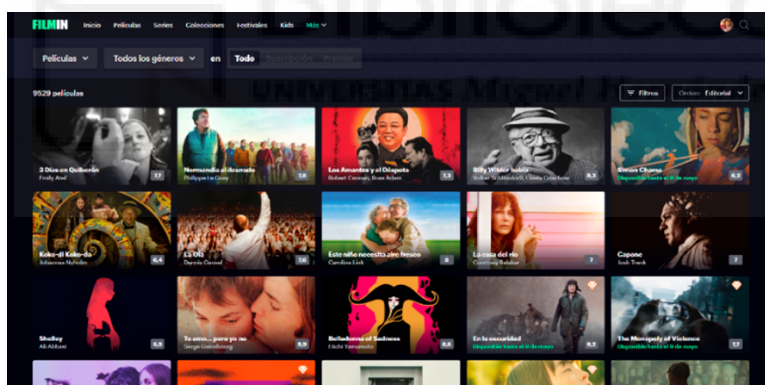


Figura 14: Captura de pantalla catálogo de películas de Filmin, Fuente: Propia

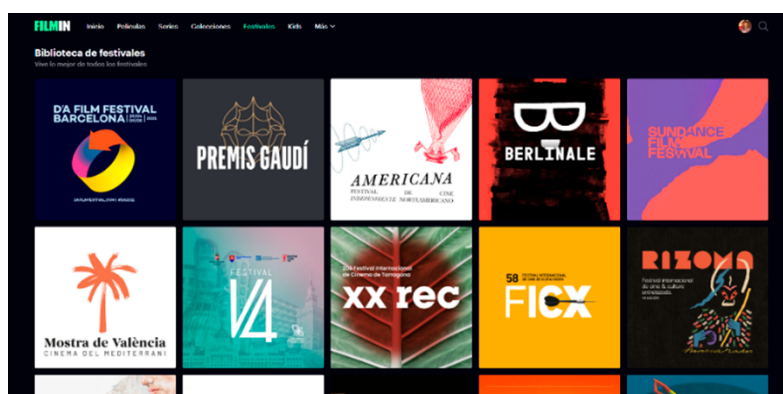


Figura 15: Captura de pantalla de la biblioteca de festivales de Filmin, Fuente: Propia

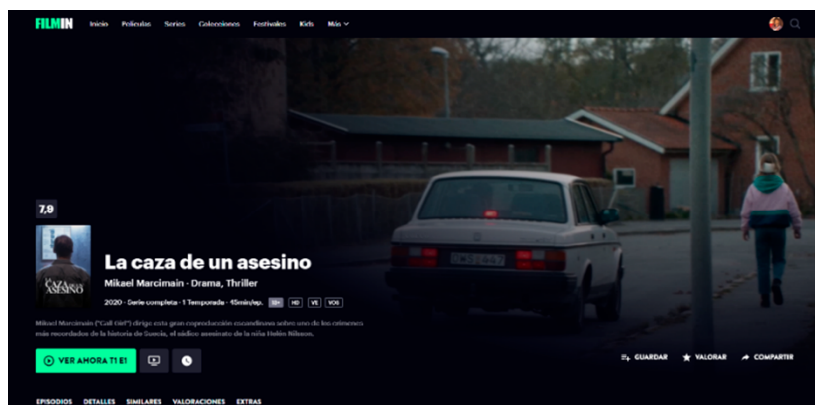


Figura 16: Captura de pantalla de una peli de Filmin, Fuente: Propia

### 5.1.5 MOVISTAR +

Movistar+, anteriormente era conocida como Canal+. A causa de un acuerdo económico que se llevaba estudiando desde 2013, en junio de 2015 se lanzó la plataforma.

Este convenio se llevó a cabo desde la multinacional de telecomunicaciones Telefónica, que adquirió del grupo empresarial Prisa la propiedad de Canal Plus<sup>7</sup>.

Se inicia la creación de contenido original de Movistar+ en 2016, invirtiendo en estas producciones una suma de 70 millones de euros para dar una imagen de exclusividad frente a plataformas ya asentadas en el panorama español, como Netflix o HBO.

Títulos destacados de la producción original de Movistar+ son 'Velvet Colección', 'La Peste', 'Skam España' o 'Arde Madrid', entre otras.

Nos encontramos frente a una plataforma con un amplio catálogo, como el fútbol en directo, cine de estreno de manera gratuita o con un suplemento al precio mensual. Ofrece más de ochenta canales de televisión, documentales y series de gran importancia en el panorama actual.

Debido a que ofrece servicios de internet y teléfono, es una de las más contratadas y con mayor cuota de mercado en nuestro país. Además, en 2019, se presentó la tarifa de Movistar+ Lite, que ofrece parte del contenido bajo demanda sin ser imprescindible el contrato de otros servicios como internet con la compañía Telefónica.

---

<sup>7</sup> Expansion.com. (2014, 2 de junio). *Telefónica formaliza la compra del 56% de Canal Plus por 750 millones*. Expansion. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://www.expansion.com/2014/06/02/empresas/tmt/1401726213.html>





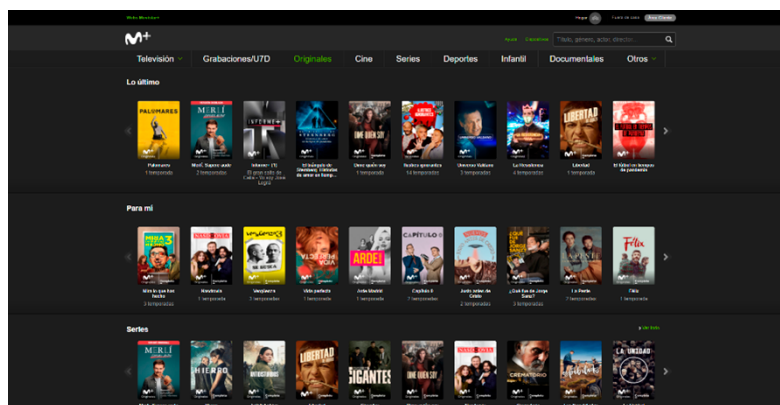


Figura 19: Captura de pantalla del catálogo de originales de Movistar+, Fuente: Propia

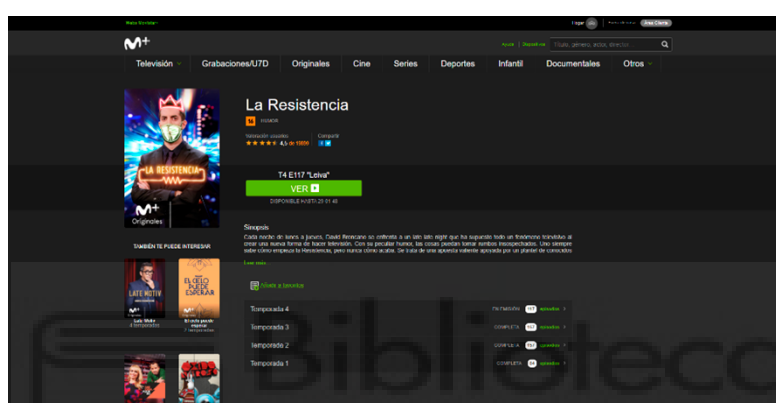


Figura 20: Captura de pantalla de un programa de Movistar+, Fuente: Propia

### 5.1.6 A3PLAYER

Ofrece un servicio por parte del grupo de comunicación español, Atresmedia, tratándose de realizar transmisiones vía *streaming* VOD por Internet y televisión. Puedes acceder a todo su contenido mediante numerosos dispositivos.

Pero para centrarnos en una plataforma como las que analizamos, tenemos que hablar de Atresplayer Premium, el cual nace en 2013 y en el que es necesario registrarse y pagar una suscripción mensual para poder disfrutar del contenido de Atresplayes y Atresplayer premium.

En su catálogo premium podemos encontrar tanto series conocidas mundialmente, por ejemplo 'American Dad', o por otro lado contenido original, como la exitosa serie 'Veneno' o 'ByAnaMilán'.

Por otra parte, al ser suscriptor, la plataforma da la opción de visionar en exclusiva el contenido antes de ser emitido en abierto.

Actualmente cuenta con más de 450.000 suscriptores<sup>9</sup>, gracias a la serie 'Vene-

no', la cual motivó el aumento de las suscripciones y el aumento de estas.

Analizando la plataforma vemos las siguientes características:

- Tiene un coste inferior al resto de plataformas. Únicamente 3,99€ mensuales.
- Opción de tener un mes de prueba.
- Contenido en calidad 4K y sonido Dolby Atmos Vision
- Posibilidad de descargar contenido para su visionado offline, excepto novelas de Nova.
- Contiene un apartado infantil llamado Kidz, para el disfrute de los niños



Figura 21: Logo Atresplayer Premium, Fuente: Tv.selectra

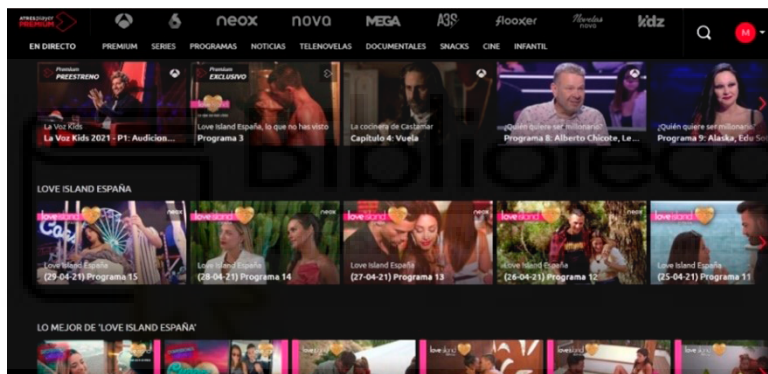


Figura 22: Captura de pantalla del inicio de Atresplayer Premium, Fuente: Propia

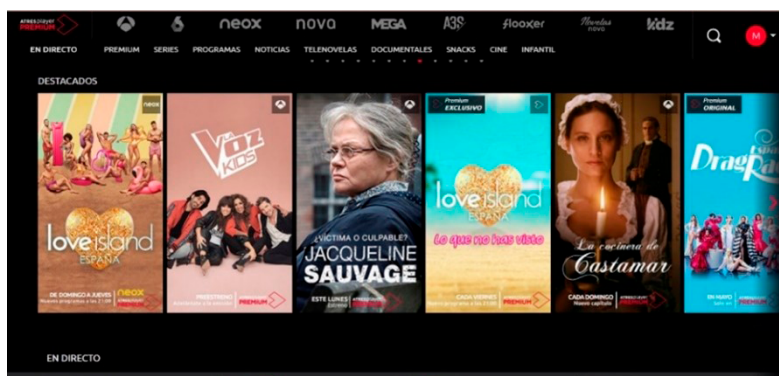


Figura 23: Captura de pantalla del catálogo de Atresplayer Premium, Fuente: Propia

<sup>19</sup> Vertelet. (2021, 7 de mayo). Atresplayer Premium se dispara en suscriptores y agranda su distancia sobre Mitele Plus. Recuperado 27/5/2021 de [https://vertelet.eldiario.es/noticias/atresplayer-premium-mitele-plus-numero-suscriptores-plataformas-diciembre-2020\\_1\\_7398111.html](https://vertelet.eldiario.es/noticias/atresplayer-premium-mitele-plus-numero-suscriptores-plataformas-diciembre-2020_1_7398111.html)

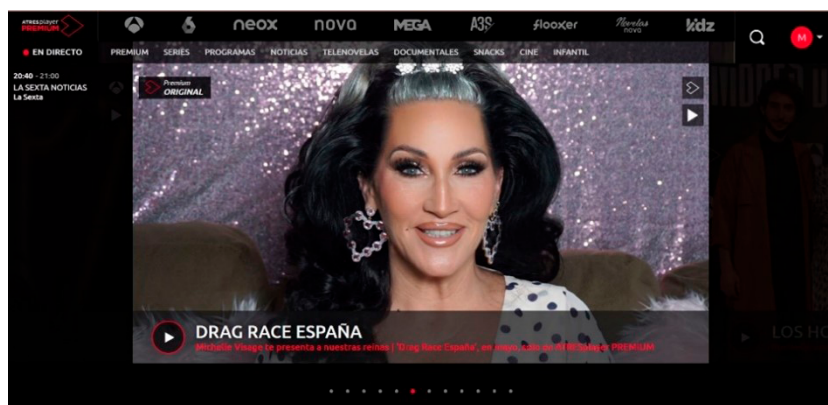


Figura 24: Captura de pantalla de un programa de Atresplayer Premium, Fuente: Propia

### 5.1.7 COMPARATIVA DE PLATAFORMAS

En la tabla siguiente podemos observar las plataformas analizadas y una comparativa entre ellas en relación con su año de fundación, cuando llegaron a España y el número de suscriptores de nuestro país.

Observamos como la primera plataforma fundada fue HBO, pero, a pesar de ello la primera en España fue Filmin, además comprobamos como encabeza el ranking de suscriptores en España la plataforma de Netflix seguida de Movistar+.

PLATAFORMA	AÑO DE FUNDACIÓN	LLEGADA A ESPAÑA	% SUSCRIPTORES EN ESPAÑA
HBO	1972	2016	21,7%
NETFLIX	1997	2015	58,2%
DISNEY+	2015	2020	19%
FILMIN	2007	2007	3,6%
MOVISTAR+	2015	2015	25,3%
ATRESPLAYER PREMIUM	2013	2013	3,4%

Tabla 1: Comparativa de plataformas. Elaboración propia en base a los datos de 'Genbeta.com'

En la tabla siguiente vemos el número de suscriptores mundiales en abril de 2021, donde podemos ver que la plataforma con más suscripciones mundiales tiene es Netflix con 203,7 millones.

PLATAFORMA	Nº DE SUSCRIPTORES MUNDIALES
NETFLIX	203,7 millones
HBO	140 millones
DISNEY+	100 millones
AMAZON PRIME VIDEO	200 millones

Tabla 2: Comparativa de plataformas mundiales. Elaboración propia en base a los datos de 'RevistaGQ'

Por último, una comparación relacionada con el coste mensual o anual. Podemos afirmar que la plataforma más barata es Atresplayer Premium con un coste inferior a cuatro euros, mientras que la de mayor coste es Netflix.

PLATAFORMA	COSTE MENSUAL
HBO	8'99€/mes
NETFLIX	7'99€/mes
	11'99€/mes
	15'99€/mes
DISNEY+	8'99€/mes
FILMIN	7'99€/mes
	14'99€/mes
MOVISTAR+ LITE	8€/mes
A3PLAYER PREMIUM	3'99€/mes

Tabla 3: Comparativa de precios en España. Elaboración propia en base a los datos de cada web.

## 5.2 DECLIVE DE LA TELEVISIÓN GENERALISTA A CAUSA DE LAS PLATAFORMAS VOD

Años atrás era prácticamente imposible pensar que la televisión convencional podría verse en una situación como la actual. Se trata de una importante bajada en los niveles de audiencia en comparación con las décadas anteriores.

La causa principal de este aprieto por el que pasa la televisión se debe a las plataformas de *streaming*.

La televisión siempre ha sido la fuente principal de información y entretenimiento, seguida de la prensa escrita o de la radio. Pero a pesar de ello, actualmente el mundo sigue en desarrollo y no deja de estar en constante cambio, por lo que, con las nuevas tecnologías, la televisión está siendo relegada.

Con la llegada de Internet, las plataformas, los *smartphones* y las redes sociales, según Matthew Ball, director de Amazon Studios para el blog Buracam<sup>10</sup> indica que los menores de 35 años cada vez hacen menos uso de la televisión convencional.

---

<sup>10</sup> Buracam. (2020b, 26 de enero). *Streaming Vs televisión tradicional: el futuro del entretenimiento audiovisual*. Buracam. Recuperado el 1/05/2021 de: <http://www.buracam.com/streaming-televisión-tradicional/>

Hoy en día es muy complicado medir las audiencias ya que, además de la televisión tradicional que todos conocemos, existe la posibilidad de disfrutar del contenido en diferido y esos visionados no están incorporados en los datos del *rating* ni del *share*.

Actualmente la sociedad está regida por la digitalización y la tecnología, lo que da muchas posibilidades a la audiencia de disfrutar el contenido y poder compartirlo. Vemos con el ejemplo del documental de Telecinco, 'Rocío, contar la verdad para seguir viva' que, más allá del *share* conseguido, ha traspasado la pantalla y ha llegado a todos mediante las redes sociales. Ha logrado adquirir una audiencia social, según los datos de Barlovento Comunicación y Kantar media<sup>11</sup>, del 20,7% de los 10,9 tweets en abril de 2021.

Además, según la encuesta<sup>12</sup> realizada, los jóvenes de entre 15 y 25 años verían un contenido en una plataforma antes que en la televisión convencional, ya que les resulta más cómodo disfrutar del sector audiovisual mediante *streaming*.

Si analizamos los datos generales de la audiencia televisiva, encontramos que según la consultoría audiovisual Barlovento, en 2019 la cifra de los espectadores de la televisión bajó hasta los 206 minutos, es decir, alcanzó los niveles de 1993, cuando no había tantas cadenas y no todo el mundo disponía de televisión.

Para hacer una comparativa exacta, recurrimos a los mismos estudios, los cuales analizan el consumo de la televisión anual entre otras cosas relacionadas con la televisión generalista.

Se expone que, en 2006, una media de 32,3 millones de personas enciende la televisión cada día, y eso significa que cada persona consume un promedio de 279 minutos al día.

Por otro lado, el último análisis fue de 2020, donde se expone que una media de 31,6 millones de personas enciende la televisión cada día, lo que significa que consume un promedio de 240 minutos al día, contando el contenido lineal y el diferido.

---

<sup>11</sup> Barlovento, A. (2021, 1 de mayo). Análisis Audiencias TV | Abril 2021. Barlovento Comunicación. Recuperado el 10/05/2021 de: <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-abril-2021/>

<sup>12</sup> Encuesta realizada: Anexo 1 (Página 50)



AÑO	CONSUMO DIARIO TELEVISIÓN GENERALISTA LINEAL	% AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN GENERALISTA
2015	237,7	88,3%
2016	223,1	87,8%
2017	215,0	85,2%
2018	210,3	85,0%
2019	212,9	85,4%
2020	208,9	85,1%

Tabla 4: Comparativa de precios en España. Consumo televisivo desde 2015 hasta 2020. Elaboración propia en base a los datos del análisis de 2012 de AIMC.

### 5.3 ANÁLISIS DE 'LA CASA DE PAPEL' EMITIDA EN ANTENA 3 Y NETFLIX.

'La Casa de Papel' es una serie de ficción española creada por Álex Pina que se estrenó en 2017 en una televisión nacional en abierto, Antena 3.

Producida por Atresmedia y Vancouver Media que duró una temporada. Estas temporadas contaron con el respaldo de cuatro millones y medio de espectadores. Sin embargo, con la emisión de cada episodio la audiencia tuvo una gran caída llegando a ser un fracaso nacional y tener que finalizar la producción.

#### AUDIENCIA EN ANTENA 3

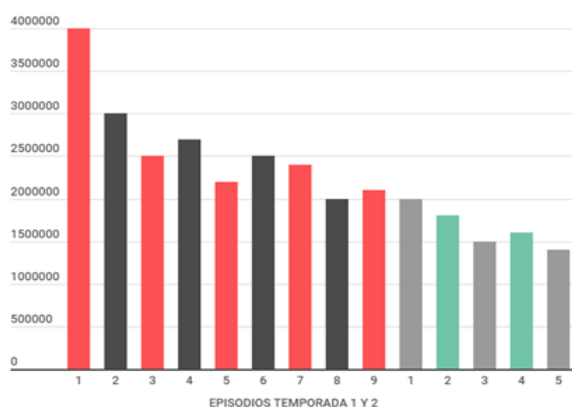


Gráfico 2: Números de audiencia de 'La Casa de Papel' en Antena 3. Elaboración propia con Infogram en base a los datos del documental 'La Casa de Papel: El Fenómeno'

A pesar de la baja audiencia final que se obtuvo, a finales de 2017, Netflix adquirió los derechos de distribución y compró las temporadas ya emitidas para poder reeditarlas y distribuir las en su catálogo por todo el mundo, creando así una producción internacional.

La sinopsis de la serie, según El Independiente<sup>13</sup> es: 'Ocho atracadores toman varios rehenes en la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre española. Desde el encierro, su líder manipula a la policía para llevar a cabo su ambicioso plan'.

'La Casa de Papel' alcanzó el puesto nº10 del ranking mundial de IMDB<sup>14</sup> compitiendo con todas las series de la historia a nivel internacional.

Se ha convertido en una serie extendida por otros países de habla no hispana bajo el nombre de *Money Heist*.

En 2018, Netflix renovó la serie creando una tercera parte y ese mismo año, en 2018, la serie fue ganadora de un Emmy Internacional en la categoría de mejor drama<sup>15</sup>, siendo la primera serie española en conseguir este premio.

Actualmente es la producción de Netflix, incluyendo largometrajes y contenido en inglés, más vista de la historia en Francia, Italia, Argentina, Chile, Brasil, Portugal, Norte de África, Oriente medio y Turquía. Además, está entre lo más visto del resto de países del mundo.

Para realizar una mejor comparativa entre la emisión de la serie en una televisión en abierto y una plataforma de streaming haremos un breve análisis de las diferencias y cualidades de estas producciones.

A pesar de no saber el presupuesto exacto de ninguna de las dos producciones, vemos una gran diferencia respecto a este tema. Sabemos que siendo producida por Atresmedia disponía de un presupuesto inferior al que tenía en Netflix. Varias fuentes se inclinan por una cifra de unos cuatro millones de euros<sup>16</sup> para la producción de Atresmedia.

- Otra de las diferencias podemos decir que es la variedad de localizaciones. En las primeras temporadas la ciudad donde se rodó fue únicamente

---

<sup>13</sup> Albalá, C. Á. (2020, 6 de junio). *España gasta más en series que en cine: presupuestos de 10 millones*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2020/06/06/espana-gasta-mas-en-series-que-en-cine-presupuestos-de-10-millones/1036667/image/10001/>

<sup>14</sup> Martínez, I. H. (2021, 25 de mayo). Las 20 series de Netflix con mejores críticas según la web IMDB. Recuperado 27/05/2021 de <https://www.diezminutos.es/teleprograma/series-tv/g32864802/series-netflix-mejores-criticas-imdb/#:%7E:text=Con%20una%20valoraci%C3%B3n%20actual%20de,series%20m%C3%A1s%20vistas%20del%20mundo.>

<sup>15</sup> El País. (2018, 20 de noviembre). *'La casa de papel' se lleva el Emmy Internacional a mejor drama*. Recuperado el 14/05/2021 de: [https://elpais.com/cultura/2018/11/20/television/1542682489\\_459415.html](https://elpais.com/cultura/2018/11/20/television/1542682489_459415.html)

<sup>16</sup> Albalá, C. Á. (2020, 6 de junio). *España gasta más en series que en cine: presupuestos de 10 millones*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2020/06/06/espana-gasta-mas-en-series-que-en-cine-presupuestos-de-10-millones/1036667/image/10001/>



en Madrid. Cuando se quiso mostrar una ciudad distinta, como pudo ser al final de la segunda temporada recreando Filipinas, fue a través de un *matte painting* en Madrid. Además, los sets más frecuentes de las primeras temporadas fueron el plató del Colmenar Viejo, una casa de campo de Torrelozón o el edificio de CSIC<sup>17</sup> en Madrid.

- Una vez fue adquirida y producida por Netflix, esto cambió. Se trasladó a todo el equipo necesario a las diferentes localizaciones que aparecen en la serie. Por ejemplo, una isla en Panamá, Reino Unido, Italia o un templo en Tailandia.
- Otra de las grandes diferencias, es la audiencia, como ya hemos mencionado. En Antena 3 se inició con cuatro millones y medio de espectadores, pero fue disminuyendo hasta una cifra de 1.487.000 espectadores, lo que corresponde a un 9,8% de share. Al contrario pasó con la emisión de Netflix, que inició la tercera temporada con 34 millones de espectadores. Es cierto que, en Netflix el lanzamiento fue mundial y no nacional como en Antena3, pero podemos observar una clara mejoría en los números de audiencia.
- Otro de los grandes cambios fue la banda sonora, la principal y destacada canción protesta de la serie es '*Bella Ciao*'. Pero realmente, con la llegada de Netflix, se ha conseguido licencias de canciones de grupos como Muse, The Black Keys o The Prodigy, las cuales no son baratas.
- La duración de los episodios es un claro ejemplo de las necesidades de los espectadores. Hoy en día es fundamental la comodidad y la prisa por la que se rige la sociedad. Por ello, las plataformas producen los episodios con una duración inferior a la televisión convencional. Las primeras temporadas tienen una duración de 70 minutos por episodio y a diferencia, cuando se produce en la plataforma hay una condensación, creando episodios de alrededor de 45 minutos.

Más detalladamente:

---

<sup>17</sup> Centro Superior de Investigaciones Científicas

EPISODIO 1ª TEMPORADA	DURACIÓN
1	80 min
2	66 min
3	63 min
4	64 min
5	68 min
6	74 min
7	66 min
8	68 min
9	71 min

Tabla 5: Duración de los episodios de la 1ª temporada de 'La Casa de Papel'. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix.

EPISODIO 2ª TEMPORADA	DURACIÓN
1	63 min
2	62 min
3	63 min
4	70 min
5	64 min
6	68 min

Tabla 6: Duración de los episodios de la 2ª temporada de 'La Casa de Papel'. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix.

EPISODIO 3ª TEMPORADA	DURACIÓN
1	50 min
2	42 min
3	49 min
4	43 min
5	50 min
6	47 min
7	45 min
8	59 min

Tabla 7: Duración de los episodios de la 3ª temporada de 'La Casa de Papel'. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix.

EPISODIO 4ª TEMPORADA	DURACIÓN
1	53 min
2	45 min
3	43 min
4	54 min
5	43 min
6	46 min

7	53 min
8	61 min

Tabla 8: Duración de los episodios de la 4ª temporada de 'La Casa de Papel'. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix.

- Una de las cualidades y similitudes a lo largo de las dos maneras de producción fue la creación del guion. En ambos casos la escritura se hacía conforme se grababa la serie. Así, afirman los directores que aumentaba más el efecto de sorpresa y espontaneidad.
- Al ser una serie de tanto éxito es de esperar las muestras de cariño por el público y por celebridades. Celebridades como el futbolista brasileño Neymar o el escritor Stephen King se han declarado fanáticos de la serie. Ha llegado hasta tal punto que personajes como Neymar y Antonio García Ferreras, presentador del programa 'Al rojo vivo' han tenido su aparición en la serie.

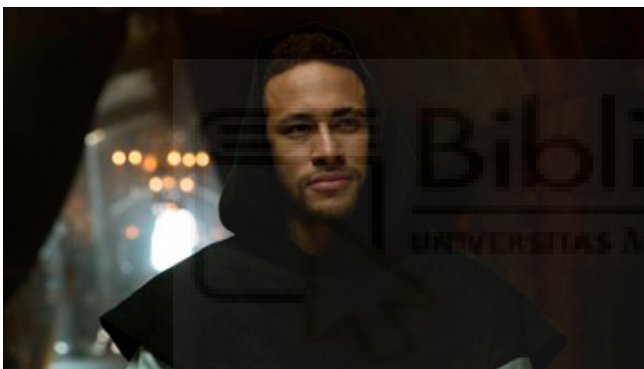


Figura 25: El futbolista Neymar apareciendo en la serie, Fuente: El País



Figura 26: El periodista Ferreras apareciendo en la serie. Fuente: El Español

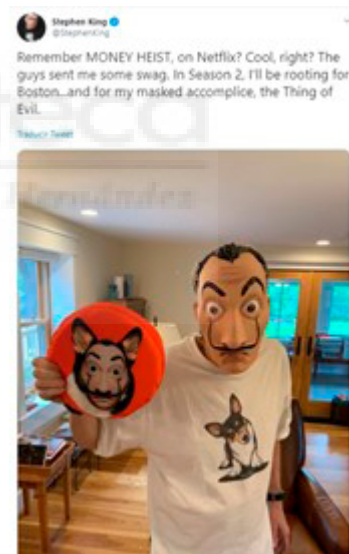


Figura 27: Stephen King proclamándose fan de la serie. Fuente: Vía País

Por otro lado, acabando con la comparativa, hay que destacar el cambio que se realizó en la serie respecto a las necesidades de producción. Cuando fue producida por Atresmedia las necesidades tenían unas limitaciones, en cambio, cuando pasó a ser una producción de Netflix, con el aumento de presupuesto que esto supuso, permitió no tener ninguna limitación de presupuesto. Como

podemos ver en el documental 'La Casa de Papel: El Fenómeno'<sup>18</sup> se llegó a conseguir un elefante en Tailandia, helicópteros y utensilios militares e incluso realizar una lluvia de dinero, lanzando por el centro de Madrid 2.400 millones de euros en billetes de 50 euros, obviamente falsos.

Para terminar el análisis de esta serie exitosa destacaremos las razones por las que esta producción ha conseguido dicho éxito internacional.

Se trata de una serie con una libertad creativa total en la que únicamente el equipo de la serie decidía a su antojo lo que quería que sucediese en la serie.

Normalmente en las grandes series la productora, en este caso Netflix, da el visto bueno de lo que se puede llegar a hacer y lo que no.

Otro de los puntos fuerte de esta serie son los personajes. Se trata de unos atracadores a los que no se les puede poner la etiqueta de 'malos' ya que la historia está narrada desde su punto de vista y desde el inicio tienes una empatía con ellos. Más bien, los describiríamos como unos *Robbin Hood*. Cada personaje de la banda tiene algo característico y algo que les hace humanos, así consiguen una mayor empática con el público hasta llegar a querer formar parte de ellos.

Hay que destacar la importancia que tiene cada uno de los personajes, tanto masculinos como femeninos. Se llega a palpar en la tercera temporada el papel del feminismo, elemento que en la sociedad poco a poco está adquiriendo más importancia. Observamos como la actriz Alba Flores, que da vida a Nairobi, plantea cara al jefe del grupo siendo un conflicto muy sonado entre el público y dando inicio al 'matriarcado'.

No cabe duda de que 'La Casa de Papel', gracias a todos sus puntos fuertes, ha llegado a ser un éxito, pero hay que mencionar también el uso del ritmo del montaje creando una acción y una tensión que engancha al espectador y más si se tiene en cuenta sus giros de guion de improvisado dando un toque de comedia.

A pesar de estos puntos fuertes que enganchan a la audiencia, hay uno que es el que más destaca y el que más hace participe a la audiencia. Se trata de la creación de una revolución con sus elementos simbólicos. A lo largo de toda la serie vemos cuatro elementos que se han convertido en revolucionarios para toda la sociedad actual.

Estos elementos son:

---

<sup>18</sup> Lejarreta, P & Alfaro, L. (2020) 'La Casa de Papel: El fenómeno' [Documental]. Netflix Original.

- La canción *Bella Ciao*. Es una canción italiana y antifascista siendo un himno de la resistencia italiana. Actualmente muchas revoluciones y actos sociales la usan como himno y símbolo de lucha.
- Los monos rojos. Siendo unos monos de trabajo para transmitir el *status* social de los trabajadores y así el espectador puede verse reflejado en los atracadores.
- El color rojo. El uso de contraste de colores oscuros haciendo que el color rojo sea más destacado por su simbología queriendo reflejar nerviosismo, pasión y alerta.
- La careta de Dalí. Actualmente es un escudo revolucionario. Se planteó que fuese una careta de Don Quijote, pero el quipo se decantó por Dalí por ser más icónico y moderno.

Como hemos visto, la serie de ficción tiene muchos puntos fuertes por los que se ha convertido en un éxito. A pesar de ello, no hay que olvidar la importancia que tiene el marketing, la publicidad y la distribución de la producción.



Figura 28: Etiquetas Estrella Galicia de la serie.

Fuente: Marketing 4 ecommerce.

La famosa marca de cerveza Estrella Galicia aprovechó el éxito de la serie y lanzó botellines por diversos países con la etiqueta de la casa de papel.

Además, Netflix consiguió mayor presencia en algunas de las ciudades más importantes como *Times Square* de Nueva York, La Ramblas de Barcelona o el centro de Madrid anunciándose en las grandes pantallas como próximo estreno.

Por otro lado, ciudades como Milán o Cracovia pusieron esculturas de la serie durante un tiempo llamando la atención de todos los viandantes. Además, fue en Milán donde se proyectó al aire libre los dos primeros episodios de la nueva temporada, contando con 5.000 asistentes al evento.



Figura 29: Madrid con las pantallas de la serie. Fuente: Vader.news





Figura 30: Milán en el estreno de la serie. Fuente: Plataforma x las marcas



Figura 31: Aeropuerto de Frankfurt anunciando el estreno. Fuente: Wonx!

Por último, el movimiento de Netflix más sonado en redes sociales fue la acción que se realizó en el aeropuerto de Frankfurt, Alemania. Se puso en las pantallas del aeropuerto las fichas policiales de los personajes que hacen de atracadores y al mismo tiempo, salieron por las cintas de equipaje maletas rojas con el nombre en grande de los protagonistas y repletas de dinero.

Estos movimientos de marketing dieron un auge a la temporada y ayudó a 'La Casa de Papel' a ser lo que actualmente es.

#### 5.4 FUTURO PRÓXIMO DE LAS PLATAFORMAS AUDIOVISUALES

El futuro es algo incierto, pero si hablamos de las plataformas audiovisuales todo apunta a que va a seguir en un continuo auge.

Podemos afirmar que, con la llegada de las plataformas, la televisión y las salas de cine dejaron de ser referentes en sector audiovisual. Según se expone en CincoDías<sup>19</sup>: *“En los últimos años se está viviendo una revolución en todo lo que atañe a los contenidos que se consumen a través de una pantalla: desde la producción, con una mejora constante de la calidad de imagen, a la distribución y consumo, con las plataformas de emisión online como grandes disruptoras, dándole la libertad a los usuarios de disfrutar de sus producciones en el momento que deseen a través de los dispositivos que prefieran.”*

---

<sup>19</sup> Ropero, J. G. (2017, 3 octubre). *El futuro audiovisual es cada vez más tecnológico*. Cinco Días. Recuperado el 8/05/2021 de: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/10/03/companias/1507050918\\_652476.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/10/03/companias/1507050918_652476.html)

Estas cualidades que expone la sección del periódico 'El País', son los puntos más fuertes que tienen las plataformas de hoy en día, además de la sencillez ofrecida para darse de alta y de baja o el bajo coste de los servicios SVOD.

Por otro lado, según expone Strategy Analytics, se espera el mercado de las plataformas audiovisuales siga aumentando, llegando a 2025 con más de 1400 millones de suscriptores mundiales.

Este auge es a causa de las posibilidades que las plataformas ofrecen al espectador. Se han convertido en un gran competidor de las salas de cine y de la televisión tradicional.

Además, según Barlovento Comunicación, en 2020 ya se disponía de algún servicio de streaming en 1 de cada 4 hogares españoles. Y, como podremos observar en la encuesta realizada, el tener una plataforma genera un cambio en los hábitos de consumo.

Este cambio en los hábitos de consumo audiovisual afecta a los distintos sectores audiovisuales.

Por una parte, las plataformas no son favorables para la industria de las salas de cine. Es cierto que se prevé que no desaparezcan, pero sí que afecten al volumen de negocio. Observamos como se está creando un gran cambio en relación con los estrenos en las salas de cine.

Por ejemplo, la película Roma, producida por la plataforma de Netflix, se estrenó en salas y rápidamente fue retirada de las mismas para estar disponible únicamente en la plataforma. Lo mismo pasó con 'El Irlandés' estrenada únicamente en ocho cines y posteriormente transmitida a través de Netflix.

Por otro lado, respecto a la televisión, las plataformas también se han visto afectadas. Para competir con ellas, la televisión generalista ha contraatacado y están produciendo secuelas y *reboots* de series exitosas más antiguas.

Este pasado febrero se estrenó 'El Internado: Las Cumbres' la cual es un *reboot* de la exitosa serie de 2007 'El Internado'. Este estreno se produjo en la plataforma Amazon Prime Vídeo y se trata de una producción de Atresmedia. Se trató de un estreno exitoso que conlleva a una segunda temporada ya confirmada.

Viendo la popularidad de este *reboot* se están creando más secuelas, entre las que destacan 'Los hombres de Paco' y 'Los protegidos', que se esperan próximamente para este 2021.

## 6. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, mediante la utilización de la metodología ya mencionada en el punto 4, podemos llegar a afirmar que las plataformas audiovisuales de *streaming* están en un desarrollo constante y que por el momento no tienen intención de frenar.

Esto es favorable a la industria audiovisual en España. Actualmente, se están realizando numerosas producciones de plataformas como Netflix, la cual ha creado sus propios estudios en la capital de nuestro país.

Podemos afirmar que los hábitos del consumo en relación con el audiovisual están cambiando y se ha creado una clara competencia entre las televisiones tradicionales y las plataformas VOD. Como podemos ver en el ejemplo de la exitosa serie 'La Casa de Papel', la cual en un principio estuvo producida por Atresmedia y emitida en la cadena de televisión Antena 3 fue un fracaso y se llegó a cancelar. Una vez finalizada, Netflix compró la serie y comenzó a ser una de las series más aclamadas internacionalmente, hasta el punto de ampliarla y retomar la producción. Hoy en día es una de las series más exitosas mundialmente hablando.

La encuesta realizada confirma estos cambios respecto a los hábitos de consumo. Un 82,5% de los encuestados afirmó que preferían consumir contenido a través de una plataforma antes que en. Esto se puede llegar a entender analizando los resultados.

En la sociedad actual la comodidad es un factor fundamental y las plataformas lo tienen muy claro. En ellas es muy sencillo visionar el contenido desde el lugar deseado y cuando se desea, además, no tiene ninguna interrupción publicitaria. En cambio, la televisión aún no ha realizado ningún cambio para llegar a la comodidad que el espectador necesita.

A causa de las necesidades de los espectadores, las televisiones no habrán incorporado cambios en sus parrillas televisivas, pero si que han creado otro medio para llegar al público. Se trata de sus propias plataformas de *streaming*.

Por otro lado, a causa de la pandemia del Covid-19 y el confinamiento, que tuvo lugar el año pasado, podemos afirmar que los suscriptores de las plataformas de VOD se han incrementado como se expone en la siguiente tabla:



Variación de las suscripciones de pago desde inicio de pandemia

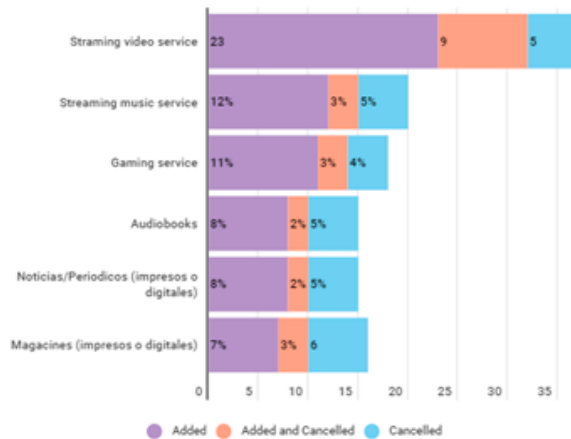


Gráfico 3: Suscripciones y bajas de pago desde el inicio de pandemia.  
Fuente: Elaboración propia en base a Robeco.

Es cierto, que hoy en día la televisión aún sigue manteniéndose entre los primeros métodos de entretenimiento, pero esto se debe a que vemos la televisión para estar informados, ver directos o programas de entretenimiento. Para disfrutar de contenido a la carta como series, películas o documentales acudimos a las plataformas. Este dato también está reflejado en la encuesta realizada para este trabajo.

A pesar de lo mencionado, aún cuesta creer la revolución en el sector audiovisual que pueden llegar a ser y se está viviendo con las plataformas de *streaming*.

Podemos decir que las plataformas VOD se han convertido en el presente y les espera un gran futuro en nuestro día a día, y poco a poco va a ir ganando terreno a la televisión convencional, que pasará a ser únicamente informativa.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Abajo, C. G. (2019, 13 de noviembre). *Las plataformas de vídeo on demand superaran los 400 millones de usuarios en 2020*. EL PAÍS. Recuperado el 4/05/2021 de: [https://elpais.com/retina/2019/10/28/tendencias/1572257138\\_509867.html](https://elpais.com/retina/2019/10/28/tendencias/1572257138_509867.html)

Albalá, C. Á. (2020, 6 de junio). *España gasta más en series que en cine: presupuestos de 10 millones*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2020/06/06/espana-gasta-mas-en-series-que-en-cine-presupuestos-de-10-millones/1036667/image/10001/>

Albertini. (2020, 30 de marzo). *“Todo lo que incluye Disney+ en su suscripción de 59,99 euros.”* Espinof. Recuperado el 29/04/2021 de: <https://www.espinof.com/online/todo-que-incluye-disney-su-suscripcion-59-99-euros>

Álvarez, R. (2015, 3 de junio). *“Netflix finalmente llegará a España en octubre de este año.”* Xataka. Recuperado el 28/04/2021 de: <https://www.xataka.com/streaming/netflix-finalmente-llegara-a-espana-en-octubre-de-este-ano>

Av451, R. (2020a, 16 de marzo). *El estado de alarma lleva a la TV a registrar un consumo histórico en España*. Audiovisual451. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.audiovisual451.com/el-estado-de-alarma-lleva-a-la-tv-a-registrar-un-consumo-historico-en-espana/>

Av451, R. (2020, 29 de abril). *El consumo en plataformas crece en España durante el confinamiento, según Barómetro OTT*. Audiovisual451. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.audiovisual451.com/el-consumo-en-plataformas-crece-en-espana-durante-el-confinamiento-segun-barometro-ott/>

Avendaño, T. C. (2019, 2 de agosto). *Atresmedia monta un canal de pago inspirado en cadenas estadounidenses*. EL PAÍS. Recuperado el 6/05/2021 de: [https://elpais.com/cultura/2019/07/30/television/1564510322\\_986732.html](https://elpais.com/cultura/2019/07/30/television/1564510322_986732.html)

Ayala, W. (2021, 26 de febrero). *Éxito rotundo de El Internado: Las cumbres ataca segunda temporada*. elgoldigital. Recuperado el 6/2021 de: <https://www.elgoldigital.com/exito-rotundo-de-el-internado-las-cumbres-ataca-segunda-temporada/>

Barlovento Comunicación. (2020). *“Análisis de la industria televisiva-audiovisual”*. Barlovento Comunicación. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/01/analisis-de-la-industria-televsiva-audiovisual-2020-Barlovento-1.pdf>

Barlovento, A. (2021, 1 de mayo). *Análisis Audiencias TV | Abril 2021*. Barlovento Comunicación. Recuperado el 10/05/2021 de: <https://www.barloventocomunica->

[cion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-abril-2021/](http://cion.es/audiencias-mensuales/analisis-audiencias-tv-abril-2021/)

Barlovento Comunicación. (2021, 12 de abril). Barlovento Comunicación - consultoría audiovisual y digital. Recuperado el 1/05/2021 de: <https://www.barloventocomunicacion.es/>

Bellón, F. M. (2020, 7 de enero). *La televisión tradicional marca datos de consumo de hace 17 años*. abc. Recuperado el 1/05/2021 de: [https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-television-tradicional-marca-datos-consumo-hace-17-anos-202001070857\\_noticia.html](https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-television-tradicional-marca-datos-consumo-hace-17-anos-202001070857_noticia.html)

Blog Mediastream. VOD, SVOD y TVOD: *Conoce las diferencias de estos modelos de monetización de video en OTT*. Mediastream. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.mediastre.am/blog/vod-svod-y-tvod-conoce-las-diferencias-de-estos-modelos-de-monetizacion-de-video-en-ott>

Boix, N. (2020) “*el auge de las plataformas de streaming y sus*

*Consecuencias en la televisión tradicional*” Universidad Miguel Hernández. Recuperado el 12/05/2021 de: [file:///C:/Users/carla/Dropbox/Mi%20PC%20\(DESKTOP-MKKVARL\)/Desktop/TFG/DOCUS/COMUNICACIONAUDIOVISUAL\\_TFG\\_BOIX\\_AGULLO\\_NURIA.pdf](file:///C:/Users/carla/Dropbox/Mi%20PC%20(DESKTOP-MKKVARL)/Desktop/TFG/DOCUS/COMUNICACIONAUDIOVISUAL_TFG_BOIX_AGULLO_NURIA.pdf)

Buracam. (2020b, 26 de enero). *Streaming Vs televisión tradicional: el futuro del entretenimiento audiovisual*. Buracam. Recuperado el 1/05/2021 de: <http://www.buracam.com/streaming-television-tradicional/>

CADENA 100 - La Mejor Variedad Musical. (2019, 15 de octubre). *¿Cuánto dinero le ha costado a «La casa de papel 3» grabar en el «Banco de España»?* Recuperado el 13/05/2021 de: [https://www.cadena100.es/television/noticias/cuanto-dinero-costado-casa-papel-grabar-banco-espana-20190805\\_474231](https://www.cadena100.es/television/noticias/cuanto-dinero-costado-casa-papel-grabar-banco-espana-20190805_474231)

*Cambio en los hábitos de consumo televisivos de los españoles hacia las nuevas plataformas de streaming: netflix*. (2020). Recuperado el 15/05/2021 de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/36977/CAMBIO%20HABITOS%20CONSUMO%20TELEVISIVOS%20DE%20ESPANOLES%20HACIA%20%20PLATAFORMAS%20DE%20STREAMING%20NETFLIX%20-%2020201604345.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Caorsi, L. (2020, 2 de octubre). “*Plataformas se streaming, así es como triunfan*”. Consumer. Recuperado el 21/04/2021 de: <https://www.consumer.es/tecnologia/internet/plataformas-streaming-secreto-exito.html>

Carro, D. (2020, 18 marzo). *La crisis del coronavirus eleva el consumo televisivo a cifras récord: 7 horas de media*. FormulaTV. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.formulatv.com/noticias/coronavirus-eleva-consumo-televisivo-cifras-record-100562/>

Cascallana, T. A. (2019, 5 de abril). "El acento español de Netflix". Pop tv. Recuperado el 29/04/2021 de: <https://poptv.orange.es/especiales/netflix-en-espana/>

Casrajosa Virino, C. (2018). *De la televisión de pago al video bajo demanda. Análisis de ...* Universidad Carlos III. Recuperado el 13/05/2021 de: [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142609/De\\_la\\_television\\_de\\_pago\\_al\\_video\\_bajo\\_d.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142609/De_la_television_de_pago_al_video_bajo_d.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Cebas, B. (2020, 1 de mayo). *Los 4 tipos del Video On Demand*. Beatriz Cebas. Recuperado el 10/05/2021 de: <https://beatrizcebas.com/los-4-tipos-del-video-on-demand-2/>

*Cerca de la mitad de espectadores en España ya consume "tele" a la carta.* (2016, 17 de marzo). Nielsen. Recuperado el 5/05/2021 de: <https://www.nielsen.com/es/es/press-releases/2016/Cerca-de-la-mitad-de-espectadores-en-Espania-ya-conusme-tele-a-la-carta/>

CESyA. *Plataformas audiovisuales*. Centro Español del Subtitulado y la Audio-descripción. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.cesya.es/television/plataformas>

CNMCDData. *1 de cada 3 hogares conectados a Internet usan plataformas de pago para ver contenidos audiovisuales online* | CNMC. (2021, 14 de mayo). CNMC. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.cnmc.es/node/372344>

CNMCDData - *Informe Trimestral*. (2021). Data. Recuperado el 30/04/2021 de: [http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf\\_trim.jsp](http://data.cnmc.es/datagraph/jsp/inf_trim.jsp) \*\*\*

Comparaiso. (2021, 21 de abril). "¿Netflix o HBO? ¿Cuál es la mejor plataforma de streaming?" Recuperado el 28/04/2021 de: <https://comparaiso.es/comparativas/netflix-hbo-mejor-plataforma-streaming>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 10 de mayo). "Netflix". Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 28/04/2021 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Netflix>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 4 de abril). "Filmin". Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 29/04/2021 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Filmin>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 10 de mayo). "Disney+". Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 29/04/2021 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Disney%2B#Lanzamiento>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 10 de mayo). "Netfli"x. Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Netflix>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 11 de mayo). "Atresplayer". Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Atresplayer>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 15 de mayo). *La casa de papel*. Recuperado el 14/05/2021 de: [https://es.wikipedia.org/wiki/La\\_casa\\_de\\_papel#Adquisici%C3%B3n\\_por\\_Netflix](https://es.wikipedia.org/wiki/La_casa_de_papel#Adquisici%C3%B3n_por_Netflix)

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 16 de abril). “*El irlandés*.” Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 7/05/2021 de: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_irland%C3%A9s](https://es.wikipedia.org/wiki/El_irland%C3%A9s)

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 24 de abril). “*El Ministerio del Tiempo*”. Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado el 29/04/2021 de: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Ministerio\\_del\\_Tiempo](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Ministerio_del_Tiempo)

Contreras, P. A., & Contreras, P. A. (2021, 22 de febrero). *De un canal de cine en casa a una de las más prestigiosas factorías de series: la historia de HBO*. Neutral. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.newtral.es/historia-hbo-series-originales-canal-pago/20191108/>

Corredor Lanas, P., & Prado, E. (2017). “*El estado de la cultura en España: Suspenso profundizado*”. En Bustamante, E. (Coord.): Informe sobre el estado...” (127-143pp) Recuperado el 10/05/2021 de: [https://www.academia.edu/32293182/El\\_estado\\_de\\_la\\_cultura\\_en\\_Espa%C3%B1a\\_Suspenso\\_profundizado\\_En\\_Bustamante\\_E\\_Coord\\_Informe\\_sobre\\_el\\_estado\\_de\\_la\\_cultura\\_en\\_Espa%C3%B1a\\_Igualdad\\_y\\_diversidad\\_en\\_la\\_era\\_digital\\_ICE\\_2017\\_Lúa\\_Edici%C3%B3n\\_3\\_0\\_Fund\\_Alternativas\\_Madrid\\_pp\\_183\\_212\\_ISBN\\_978\\_84\\_15860\\_66\\_2](https://www.academia.edu/32293182/El_estado_de_la_cultura_en_Espa%C3%B1a_Suspenso_profundizado_En_Bustamante_E_Coord_Informe_sobre_el_estado_de_la_cultura_en_Espa%C3%B1a_Igualdad_y_diversidad_en_la_era_digital_ICE_2017_Lúa_Edici%C3%B3n_3_0_Fund_Alternativas_Madrid_pp_183_212_ISBN_978_84_15860_66_2)

*Cuatro de cada diez hogares con Internet consumen contenidos audiovisuales en plataformas online de pago* | CNMC. (2021, 14 de mayo). CNMC. Recuperado el 1/05/2021 de: <https://www.cnmc.es/prensa/cnmc-panel-hogares-ott-audiovisual>

Curiel Daza, R. (2018) “*Estudio de mercado, las plataformas de video bajo demanda*” Universitat de les Illes Balears. Recuperado el 28/04/2021 de: [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148626/GADE\\_2018\\_134.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148626/GADE_2018_134.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Disney Plus España (2021). Recuperado el 29/04/2021 de: <https://disney.es/disney-plus-todo-lo-que-necesitas-saber>

Ec, R. (2019, 22 de agosto). “*La casa de papel*”: ¿cuánto costó la tercera temporada de la serie española de Netflix? Recuperado el 14/05/2021 de: <https://elcomercio.pe/tvmas/series/casa-papel-le-costo-netflix-temporada-3-serie-espanola-presupuesto-nnda-nnlt-noticia-667621-noticia/?ref=ecr>

El País. (2018, 20 de noviembre). ‘*La casa de papel*’ se lleva el Emmy Internacional a mejor drama. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://elpais.com/cultu->

[ra/2018/11/20/television/1542682489\\_459415.html](https://www.espinof.com/en-digital/comparamos-netflix-hbo-disney-movistar-otras-plataformas-streaming-pros-contras-catalogo-precios)

Espinof (2020, 6 de junio). *Comparamos Netflix, HBO, Disney+, Movistar+ y otras 11 plataformas de streaming: pros, contras, catálogo y . .* Espinof. Recuperado el 8/05/2021 de: <https://www.espinof.com/en-digital/comparamos-netflix-hbo-disney-movistar-otras-plataformas-streaming-pros-contras-catalogo-precios>

Europapress. (2021, 25 de febrero). “*El streaming supone ya el 25% del mercado televisivo tras captar 900 millones de suscriptores, según un estudio*”. MSN. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.msn.com/es-es/dinero/noticias/el-streaming-supone-ya-el-25-del-mercado-televisivo-tras-captar-900-millones-de-suscriptores-seg%C3%BAun-estudio/ar-BB1dZZc0>

Expansion.com. (2014, 2 de junio). *Telefónica formaliza la compra del 56% de Canal Plus por 750 millones*. Expansion. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://www.expansion.com/2014/06/02/empresas/tmt/1401726213.html> \*\*

Fernández, J. G. (2019, 4 de noviembre). *El secreto mejor guardado de Netflix: sus datos de audiencia*. Expansión.com. Recuperado el 6/05/2021 de: <https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/11/04/5dbadb96e5fdeac9418b4589.html>

Filmin | *www.filmin.es used Cloudflare to restrict access*. Filmin. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://www.filmin.es/canal/kids>

García, M. (2017, 13 de octubre). El creador de ‘La casa de papel’ se moja sobre su competencia: ‘El Ministerio’ y Bertín. Recuperado el 14/05/2021 de: [https://www.elconfidencial.com/television/series-tv/2017-10-16/alex-pina-casa-papel-final-ministerio-tiempo-bertin-ursula-corbero\\_1459636/](https://www.elconfidencial.com/television/series-tv/2017-10-16/alex-pina-casa-papel-final-ministerio-tiempo-bertin-ursula-corbero_1459636/)

Garretas, S. (2021, 11 abril). *Los Protegidos, cuarta temporada: conoce cuando se estrena y quienes son sus actores principales*. Cotilleo. Recuperado el 7/05/2021 de: <https://www.cotilleo.es/2021/04/11/los-protegidos-cuarta-temporada-regreso-estreno-serie-actores/>

González, V. M. (2021, 16 de abril). “*¿Cuántos suscriptores tienen Netflix, HBO, Disney+, Apple TV+ y Amazon Prime Video?*”. GQ España. Recuperado el 27/04/2021 de: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuantos-suscriptores-tiene-netflix-hbo-disney-apple-amazon-prime-video>

Gracia, E. (2018, 20 de noviembre). *Los personajes que han llevado ‘La casa de papel’ a la cima del éxito internacional*. Recuperado el 114/05/2021 de: <https://poptv.orange.es/series-y-peliculas/la-casa-de-papel-personajes-actores-actrices/>

HBO España. (2021). Recuperado el 26/04/2021 de: <https://es.hboespana.com>



HBO España Popularidad. (2021). Filmaffinity España. Recuperado el 26/04/2021 de: [https://www.filmaffinity.com/es/countcat.php?id=new\\_hbo\\_es](https://www.filmaffinity.com/es/countcat.php?id=new_hbo_es)

HBO: La expansión del gigante del cable estadounidense. (2017, 6 de noviembre). Serielizados. Recuperado el 26/04/2021 de: <https://serielizados.com/las-otras-hbo-la-expansion-mundial-del-gigante-del-cable-estadounidense/>

KIDZ ATRESplayer | Series infantiles para los más pequeños. (2021, 12 de mayo). ATRESPLAYER. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://www.atresplayer.com/kidz>

La «generación streaming» se adueñó de la audiencia. (2017, 26 de mayo). LA NACION. Recuperado el 8/05/2021 de: <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/la-generacion-streaming-se-adueno-de-la-audiencia-nid2026979/>

López Delgado, D.D (2018) “Estudio de las plataformas de streaming”. Universidad de Sevilla. Recuperado el 27/04/2021 de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio\\_de\\_las\\_plataformas\\_de\\_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

M. (2020b, 15 de septiembre). *Un poco de historia: los orígenes del streaming*. Shooowit. Recuperado el 1/05/2021 de: <http://shooowit.com/2016/05/10/un-poco-de-historia-los-origenes-del-streaming/>

Marco 2021. (2021) AIMC. Recuperado el 10/05/2021 de: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>

Martínez, I. H. (2021, 25 de mayo). Las 20 series de Netflix con mejores críticas según la web IMDB. Recuperado 27/05/2021 de <https://www.diezminutos.es/teleprograma/series-tv/g32864802/series-netflix-mejores-criticas-imdb/#:%7E:text=Con%20una%20valoraci%C3%B3n%20actual%20de,series%20m%C3%A1s%20vistas%20del%20mundo.>

Mayo 2020. (2020). Recuperado el 10/05/2021 de: [https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/04/Informe\\_Barlovento\\_OTT\\_Plataformas-de-pago\\_May20.pdf](https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2020/04/Informe_Barlovento_OTT_Plataformas-de-pago_May20.pdf)

Merenciano, C. (2021, 26 de enero). ‘El Internado: Las Cumbres’ renueva por una segunda temporada en Amazon Prime Video. FormulaTV. Recuperado el 6/05/2021 de: <https://www.formulatv.com/noticias/el-internado-las-cumbres-renueva-segunda-temporada-106202/>

Morales Escrivá de Rpmán, A. (2019, Junio) “Análisis de las plataformas de vídeo bajo demanda: Evolución e impacto en el panorama audiovisual español”. Universidad de Sevilla. Recuperado el 1/05/2021 de:

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/90540/TFG%20ADRIÁN%20MORALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Movistar. (2021, 11 de mayo). *Movistar+ Lite: Series online, humor y deportes. Pruébalo por 8€*. Movistar. Recuperado el 30/04/2021: <https://www.movistar.es/particulares/movistar-plus-lite>

Movistar. *Bienvenido a Movistar Plus en dispositivos - Movistar+*. Movistar. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://ver.movistarplus.es/>

Muela, C. (2019, 3 de julio). "Si «La Casa de Papel» no hubiera estado en Netflix seguiríamos diciendo que no podemos competir con las. . . Recuperado el 15/05/2021 de: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/casa-papel-no-hubiera-estado-netflix-seguiriamos-diciendo-que-no-podemos-competir-series-fuera-alex-pina-creador-serie>

Navarro, S. (2020, 31 diciembre). *Telecinco lidera 2020 (14,6%) por 9o año consecutivo, Antena 3 crece (11,8%) y La 1 se mantiene (9,4%)*. FormulaTV. Recuperado el 1/05/2021 de: <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-anuales-2020-telecinco-antena-3-la-1-105657/>

Neele, J. (2020, 23 de julio). *El streaming es el futuro de los medios audiovisuales. Gestión patrimonial pura | Robeco.com*. Recuperado el 7/05/2021 de: <https://www.robeco.com/es/vision-del-mercado/2020/07/el-streaming-es-el-futuro-de-los-medios-audiovisuales.html>

Neira, E. (2020, 5 de julio). *El audiovisual del futuro se prepara para el efecto cascada*. Business Insider España. Recuperado el 7/05/2021 de: <https://www.bing.com/search?q=El+audiovisual+del+futuro+se+prepara+para+el+efecto+cascada.+Business+Insider+España.&cvid=07189231202d48598711e2a5676cec-7d&aqs=edge..69i57.331j0j4&FORM=ANAB01&PC=U531>

Núñez, E. (2021, 12 de mayo). *La casa de papel en cifras*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://forbes.es/lifestyle/64651/netflix-lanza-la-cuarta-temporada-de-la-casa-de-papel/>

O'Neill, G. (2020, 7 de abril). *10 datos que no sabías de «La Casa de Papel» - Page 2 of 2*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://movienetworkpr.com/10-datos-que-no-sabias-de-la-casa-de-papel/2/>

Onieva, Á. (2017, 17 de noviembre). *Netflix supera el millón de suscriptores en España y HBO irrumpe con fuerza*. Fotogramas. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a19451737/netflix-hbo-espana-datos-suscriptores-2017/>



Ortiz, M. (2021, 29 de marzo). *Todo sobre La casa de papel: resumen, análisis y todos los personajes de la serie*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://www.culturagenial.com/es/serie-la-casa-de-papel/>

*Paradigma Netflix*. (2019). Recuperado el 6/05/2021 de: [https://www.elboomeran.com/upload/ficheros/obras/paradigmanetflix\\_extracto.pdf](https://www.elboomeran.com/upload/ficheros/obras/paradigmanetflix_extracto.pdf)

Pinós, P. (2018, 29 de junio). *Nuevas plataformas de contenidos – La TV de pago*. YouGov: What the world thinks. Recuperado el 5/05/2021 de: <https://es.yougov.com/news/2018/06/29/nuevas-plataformas-de-contenidos-la-tv-de-pago/>

*Presentación. Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019*. Gobierno de España, Ministerio de cultura y deporte. (2019) Recuperado el 21/04/2021 de: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/ehc/2018-2019/presentacion.html>

“¿Qué es Disney+?”. (2021). Disney Plus. Recuperado el 29/04/2021 de: [https://help.disneyplus.com/csp?id=csp\\_article\\_content&sys\\_kb\\_id=8f7260f7dbeb4cd-860f3eachb1396197b](https://help.disneyplus.com/csp?id=csp_article_content&sys_kb_id=8f7260f7dbeb4cd-860f3eachb1396197b)

R. (2018, 5 de enero). *La televisión en España: una década perdida*. media-tics.com. Recuperado el 10/05/2021 de: <https://www.media-tics.com/noticia/7885/medios-de-comunicacion/la-television-en-espana:-una-decada-perdida.html>

R. (2019, 29 de enero). *Estrategias digitales de plataformas de streaming para ganar cuota*. Antevenio. Recuperado el 3/05/2021 de: <https://www.antevenio.com/blog/2018/05/estrategias-digitales-de-plataformas-de-streaming/>

Redondo, D. (2015, 6 de julio). *Nace Movistar+, ¿qué ofrece?* Cadena SER. Recuperado el 5/05/2021 de: [https://cadenaser.com/ser/2015/07/06/television/1436190459\\_086710.html](https://cadenaser.com/ser/2015/07/06/television/1436190459_086710.html)

Ropero, J. G. (2017, 3 octubre). *El futuro audiovisual es cada vez más tecnológico*. Cinco Días. Recuperado el 8/05/2021 de: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/10/03/companias/1507050918\\_652476.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/10/03/companias/1507050918_652476.html)

Ropero, J. G. (2019, 28 de agosto). *El fenómeno «La casa de papel» hace de oro a su creador*. Recuperado el 15/05/2021 de: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/08/26/companias/1566843011\\_912870.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/08/26/companias/1566843011_912870.html)

Ruiz De Elvira, A. (2019, 12 de febrero). *¿Qué plataforma digital es mejor y cuánto cuesta cada una?* El País. Recuperado el 26/04/2021 de: [https://elpais.com/cultura/2019/01/04/television/1546609140\\_777862.html](https://elpais.com/cultura/2019/01/04/television/1546609140_777862.html)

S. (2021, 24 de marzo). *Disney+ nace en España este 24 de marzo*. SatCesc.

com. Recuperado el 30/04/2021 de: <https://satcesc.com/2020/03/24/disney-na-ce-espana-24-marzo/>

Suárez Ferreira, V. (2020) *Estudio y análisis de la serie de habla hispana más vista de Netflix: La Casa de Papel*. Universidad la Llaguada. Recuperado el 12/05/2021 de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/19706/Estudio%20y%20análisis%20de%20la%20serie%20de%20habla%20hispana%20mas%20vista%20de%20Netflix%20La%20Casa%20de%20Papel.pdf?sequence=1>

T. (2021b, mayo 6). *Los hombres de Paco: fecha de estreno y todo lo que hay que saber del retorno*. ELMUNDO. Recuperado el 7/05/2021 de: <https://www.elmundo.es/f5/mira/2021/05/06/60940d8a21efa0572a8b4579.html>

Tuñón, J. & Gambari, A. (2020, febrero). *Plataformas audiovisuales digitales: Las grandes vencedoras de la pandemia*. OBS Business School. Recuperado el 2/05/2021 de: <http://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20Plataformas%20Digitales%20%28Tuñón-Gambari%29%20final%20maquetación%203.pdf>

Tuñón, J. (2020) *El pelotazo de Netflix. Claves de un éxito mundial*. Academia Edu. Recuperado el 5/05/2021 de: [https://www.academia.edu/40363270/El\\_pelotazo\\_de\\_Netflix\\_Claves\\_de\\_un\\_%C3%A9xito\\_mundial/file:///C:/Users/carla/Dropbox/Mi%20PC%20\(DESKTOP-MKKVARL\)/Desktop/TFG/DOCUS/El\\_pelotazo\\_de\\_Netflix\\_Claves\\_de\\_un\\_exit.pdf](https://www.academia.edu/40363270/El_pelotazo_de_Netflix_Claves_de_un_%C3%A9xito_mundial/file:///C:/Users/carla/Dropbox/Mi%20PC%20(DESKTOP-MKKVARL)/Desktop/TFG/DOCUS/El_pelotazo_de_Netflix_Claves_de_un_exit.pdf)

Tuñón, J. (2021, 24 febrero). *Informe OBS: Plataformas audiovisuales digitales: las grandes vencedoras de la pandemia*. OBS Business School. Recuperado el 2/05/2021 de: <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-plataformas-audiovisuales-digitales-las-grandes-vencedoras-de-la-pandemia>

Vertele. (2021, 7 de mayo). *Atresplayer Premium se dispara en suscriptores y agranda su distancia sobre Mitele Plus*. Recuperado 27/5/2021 de [https://vertele.eldiario.es/noticias/atresplayer-premium-mitele-plus-numero-suscriptores-plataformas-diciembre-2020\\_1\\_7398111.html](https://vertele.eldiario.es/noticias/atresplayer-premium-mitele-plus-numero-suscriptores-plataformas-diciembre-2020_1_7398111.html)

Vertele. (2018, 24 de enero). *Diez años de resistencia: cómo Filmin se ha convertido en la alternativa a las grandes plataformas*. Recuperado el 26/05/2021 de: [https://vertele.eldiario.es/noticias/resistencia-filmin-alternativa-plataformas-vod\\_1\\_7430415.html](https://vertele.eldiario.es/noticias/resistencia-filmin-alternativa-plataformas-vod_1_7430415.html)

Velázquez, A. (2020, 13 de agosto). *4 Lecciones de marketing de Netflix*. QuestionPro. Recuperado el 25/04/2021 de: <https://www.questionpro.com/blog/>

[es/4-lecciones-de-mercadotecnia-que-puedes-aprender-de-netflix/](#)

Villanueva, X. (2020) "Plataformas de streaming: lo que todo el mundo debería saber". *Abismo FM*. Recuperado el 21/04/2021 de: <https://abismofm.com/plataformas-de-streaming-lo-que-todo-el-mundo-deberia-saber/>

Zorrilla, M. (2019, 21 de julio). *Por qué el salto a Netflix ha sido un acierto para «La casa de papel»*. Recuperado el 14/05/2021 de: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/que-salto-a-netflix-ha-sido-acierto-para-casa-papel>

Zurro, J. (2020, 17 de diciembre). *Netflix, no nos tomes el pelo: «La Casa de Papel» no es para tanto*. Recuperado el 14/05/2021 de: [https://www.elespanol.com/series/criticas/20190724/netflix-no-tomes-pelo-casa-papel/415959462\\_0.html](https://www.elespanol.com/series/criticas/20190724/netflix-no-tomes-pelo-casa-papel/415959462_0.html)



## 8. ANEXO 1: ENCUESTA

Para realizar un trabajo más personal, realicé una encuesta de 23 preguntas sobre las plataformas y 4 más sobre la serie de ficción de Netflix 'La Casa de Papel'.

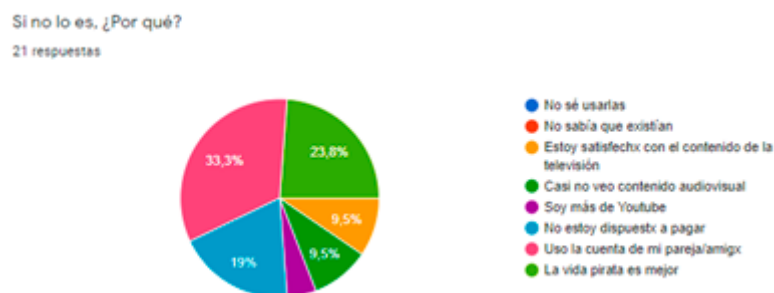
Usé la opción de Google Formularios para realizar las preguntas sobre las plataformas, la televisión convencional, sus preferencias y sus hábitos. En total, recibí 217 respuestas que a continuación analizaré.



En primer lugar, la encuesta se realizó a una mayoría de mujeres de entre 15 y 25 años.



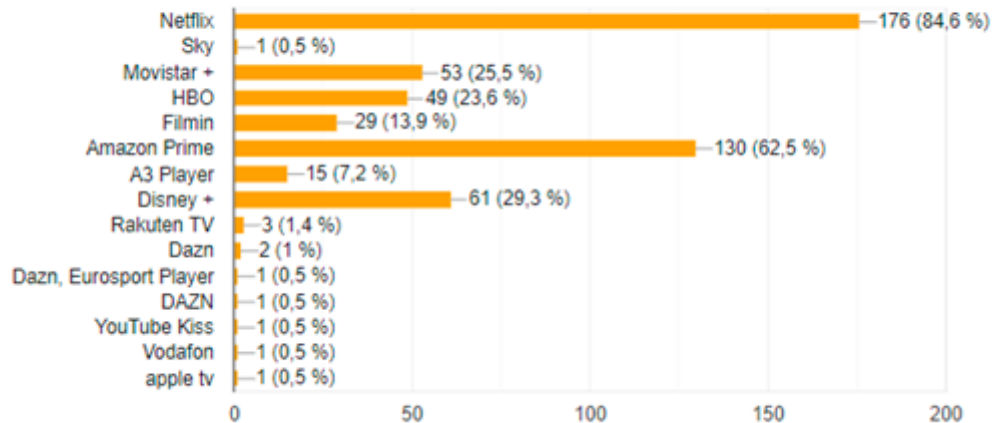
Aunque haya un 0,9% de gente que no sabe qué es una plataforma de *streaming*, observamos que un 10,1% no hace uso de ellas.



Observando el gráfico, vemos como la mayoría no es que no hagan uso de las plataformas, sino que hacen uso, pero no pagan la suscripción. Seguidamente, los que realmente no la utilizan es principalmente por emplear la piratería para ver el contenido.

#### ¿De que plataforma es usuario?

208 respuestas



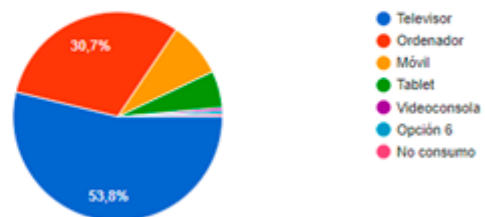
En el gráfico siguiente, si los analizamos podemos corroborar lo que hemos dicho en la parte de los resultados.

Las plataformas que más usan entre los encuestados es Netflix, seguidamente de Amazon Prime y con mucha diferencia se encuentra Movistar+, HBO y Disney+.

Una de las principales razones por las que actualmente la gente consume las plataformas de *streaming* es por su comodidad, es decir, la posibilidad de ver contenido desde diferentes dispositivos es una gran ventaja.

#### ¿En que dispositivo consume la plataforma normalmente?

211 respuestas

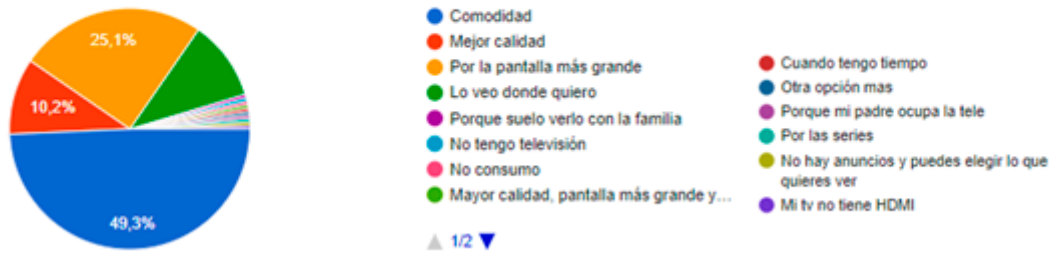


La mayoría de los encuestados hace un uso de estas plataformas a través de la televisión y seguidamente a través del ordenador.

La principal causa es, como ya hemos comentado, la comodidad y además el tamaño de la pantalla.

¿Porqué consume en ese dispositivo?

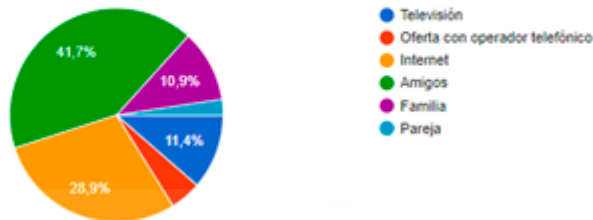
211 respuestas



Los encuestados declaran haber conocido mayormente a través de amigos y otra parte a través de internet, aunque con menos efectividad.

¿Por que medio conoció la plataforma?

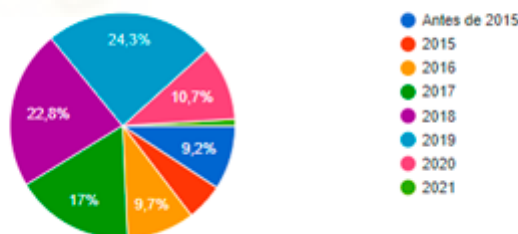
209 respuestas



Podemos observar cómo hay una gran diversidad si hablamos sobre la fecha de suscripciones, destacan, aunque con poca diferencia los años de 2018 y 2019 cuando hubo un auge en las plataformas.

¿Cuándo se suscribió por primer vez?

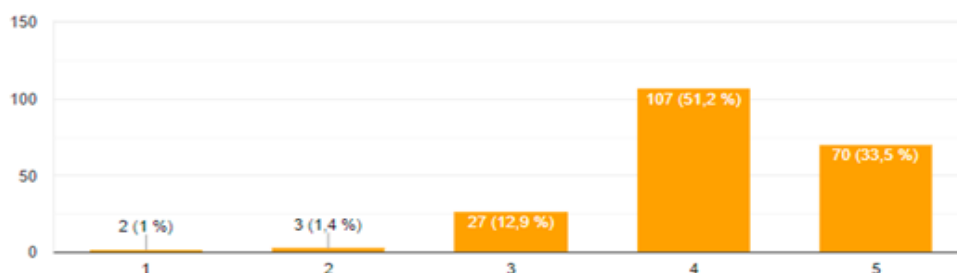
206 respuestas



También pregunté sobre la satisfacción de los suscriptores con las plataformas, llevándose un 4 sobre 5. En un total de 5 personas no están satisfechas con las plataformas, y por otra parte, 177 si lo están.

¿Cómo de satisfechx está con el servicio de las plataformas?

209 respuestas



Muchas de las personas que son suscriptoras, comparten dicha suscripción y mayoritariamente es con familiares.

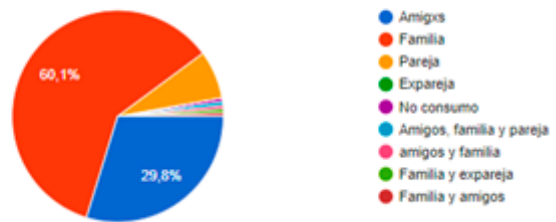
¿Comparte con otras personas las suscripciones a las plataformas?

211 respuestas



En caso de que comparta las suscripciones, ¿con quién?

176 respuestas

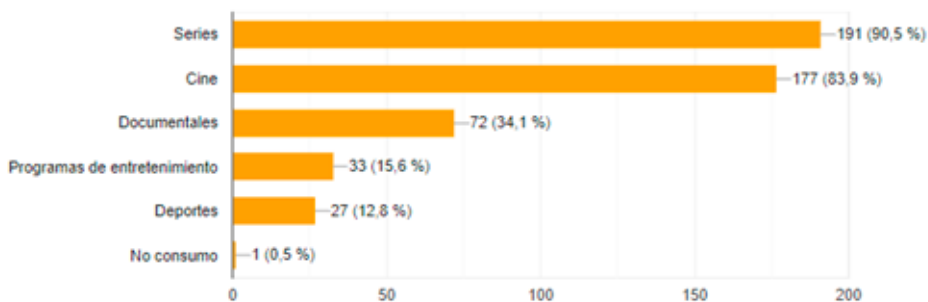


En los siguientes gráficos observamos como la gente hoy en día consume contenido de cine y series gracias a las plataformas y para entretenerse o informarse mediante los informativos utiliza la televisión tradicional.

Actualmente, la televisión se ha convertido en un difusor de contenido más bien en directo que en diferido, para ver películas y series que no sean en directo se utilizan las plataformas de *streaming*.

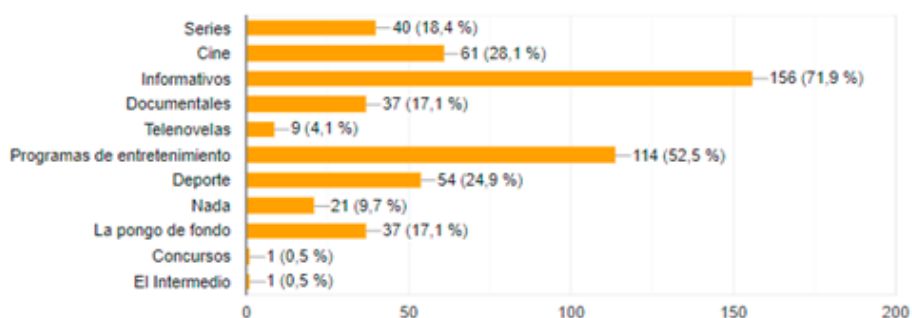
¿Qué contenido consume en dichas plataformas?

211 respuestas



En la televisión tradicional, ¿Qué ve?

217 respuestas

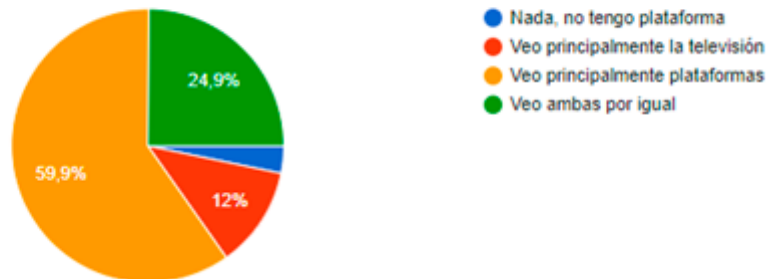




Hoy en día, como vemos en la encuesta, el número de personas que principalmente ven las plataformas ha crecido considerablemente y corroboran el auge del que se está hablando en el trabajo de investigación. Es un hecho que no solo vemos en la gente joven, sino, en gente de todas las edades ya que esta opción ha sido señalada por un 59,9%.

¿Cómo ha sustituido el consumo de la televisión tradicional por las plataformas?

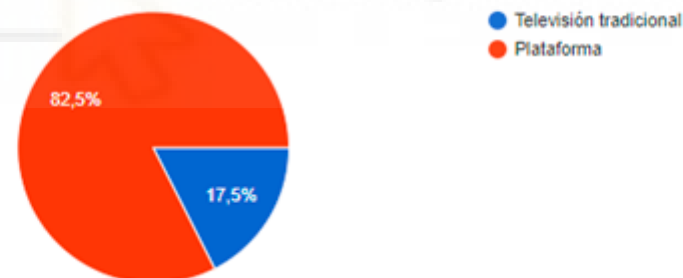
217 respuestas



También observamos la conclusión anterior con esta pregunta, en la cual un 82,5% de los 217 encuestados disfrutarían antes de un contenido por medio de una plataforma que por medio de la televisión tradicional.

Si tuviese una plataforma y pusiesen tu serie favorita en la televisión tradicional, ¿Por donde seguiría la serie?

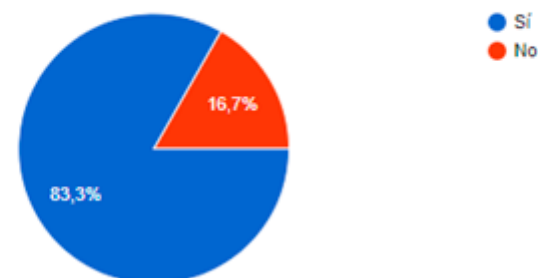
217 respuestas



Y a continuación, vemos como el 83,3% afirman que sus hábitos de consumo han variado a causa de disponer de una plataforma y todas las ventajas que puede llegar a ofrecer.

¿Crees que han cambiado tus hábitos de consumo audiovisual desde que tiene una plataforma?

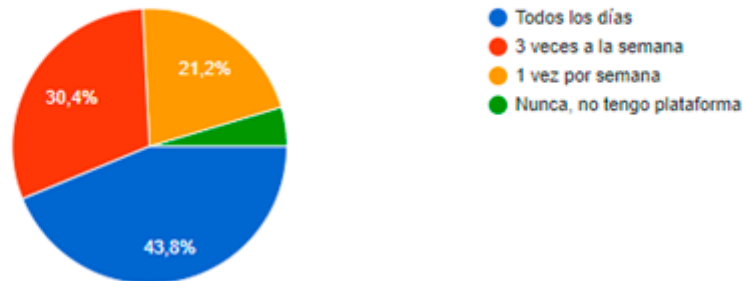
209 respuestas



Veamos como la mayoría, un 43,8% consume contenido mediante las plataformas todos los días, ya que una de las causas que hemos analizado era la comodidad de poder verlo en distintos dispositivos.

¿Cada cuanto consume contenido en las plataformas?

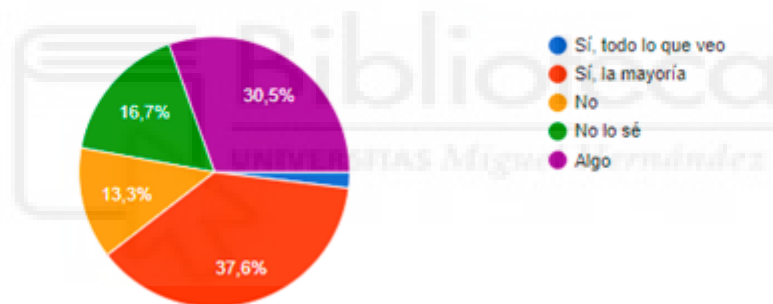
217 respuestas



El 68,1% afirma que ven contenido producido por plataformas mayoritariamente, pero también consumen contenido no producido por ellas, pero sí en su catálogo.

¿El contenido que consume, es una producción de dicha plataforma?

210 respuestas



El 89,1% no utiliza las plataformas de pago de televisiones generalistas como A3Player, pero como hemos analizado en la investigación, actualmente no hay ninguna serie destacada por la que seguir suscrita, es decir, mucha gente se suscribe cuando se va a presentar un contenido nuevo, como pasó con la serie 'Veneno' que produjo un gran auge en esta plataforma A3 Media.

¿Utiliza las plataformas de pago de las televisiones tradicionales? (A3Player, Mitele Plus, etc.)

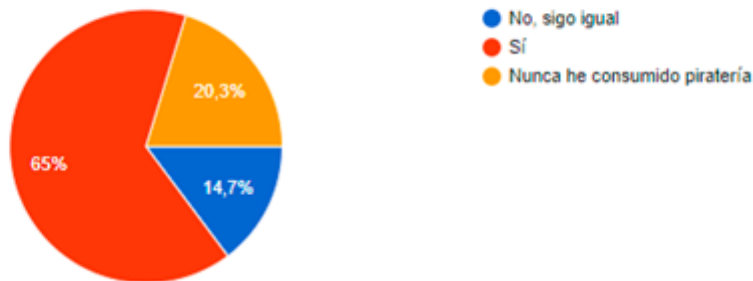
217 respuestas



Algo indiscutiblemente favorable para el sector audiovisual que han traído las plataformas es la disminución de la piratería, como afirman el 65% de los encuestados.

¿Ha disminuido en ti la piratería desde que existen las plataformas?

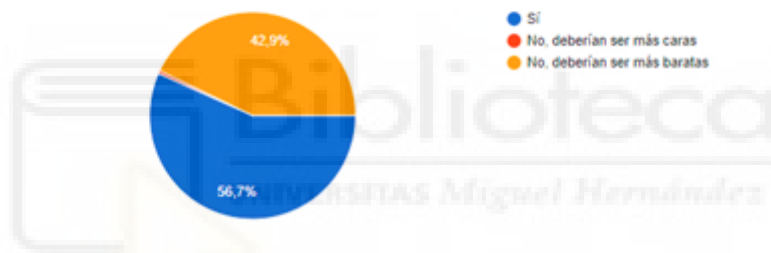
217 respuestas



Centrándonos en el precio de las plataformas, al 56,7% les parece algo justo, mientras que al 42,9% les parece algo caro.

¿Los precios de las plataformas le parecen razonables?

217 respuestas

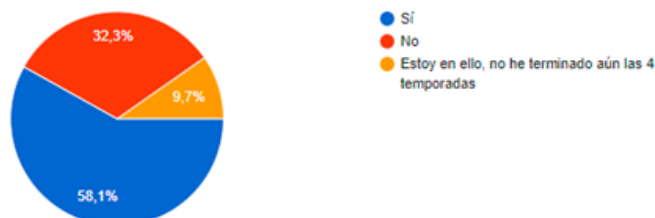


Centrándonos en la segunda parte del trabajo de investigación, también hice unas preguntas en la encuesta para saber la opinión de la gente cercana sobre la serie de 'La Casa de Papel', su consumo y su percepción.

En primer lugar, hice la pregunta de si habían visto 'La Casa de Papel', adquiriendo un 58,1% de respuestas positivas.

¿Ha visto 'La Casa de Papel'?

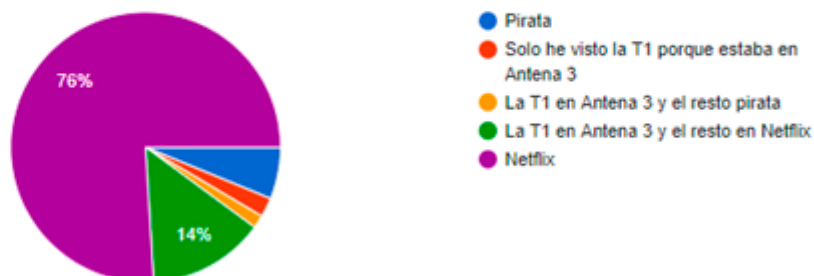
217 respuestas



A continuación, me interesaba saber por qué medio la habían visto y la mayoría a pesar de haber sido producidas las dos temporadas en Antena 3 vio la serie completa en Netflix.

Si la ha visto, ¿Por dónde?

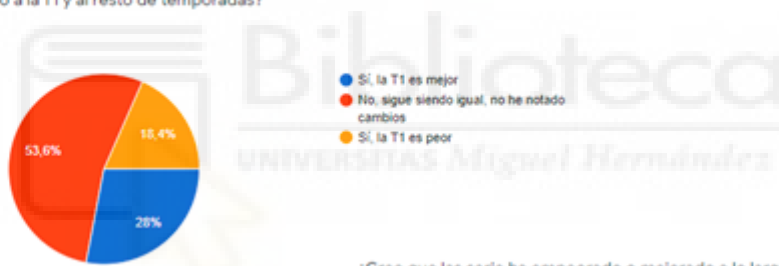
129 respuestas



Por último, indagué en sus opiniones para saber cómo veían la serie a lo largo de las temporadas.

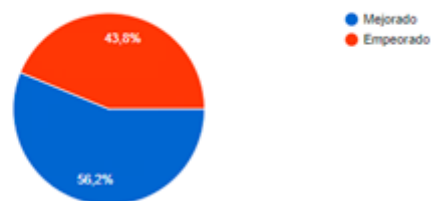
Si ha visto más de una temporada de 'La Casa de Papel', ¿ha notado algún cambio en la producción respecto a la T1 y al resto de temporadas?

125 respuestas



¿Cree que las serie ha empeorado o mejorado a lo largo de las temporadas?

121 respuestas



## 9. ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1: Logo de HBO, Fuente: HBO.....	9
Figura 2: Captura de pantalla Inicio HBO, Fuente: Propia.....	9
Figura 3: Captura de pantalla Catálogo HBO, Fuente: Propia.....	10
Figura 4: Captura de pantalla de serie HBO, Fuente: Propia.....	10
Figura 5: Logo Netflix, Fuente: Netflix.....	12
Figura 6: Captura de pantalla Inicio Netflix, Fuente: Propia.....	12
Figura 7: Captura de pantalla Catálogo Netflix, Fuente: Propia.....	12
Figura 8: Captura de pantalla de serie Netflix, Fuente: Propia.....	13
Figura 9: Logo Disney+, Fuente: Disney+.....	14
Figura 10: Captura de pantalla Inicio Disney+, Fuente: Propia.....	14
Figura 11: Captura de pantalla Originales de Disney+, Fuente: Propia.....	14
Figura 12: Captura de pantalla de película Disney+, Fuente: Propia.....	15
Figura 13: Logo Filmin, Fuente: Filmin.....	16
Figura 14: Captura de pantalla catálogo de películas de Filmin, Fuente: Propia.....	16
Figura 15: Captura de pantalla de la biblioteca de festivales de Filmin, Fuente: Propia.....	16
Figura 16: Captura de pantalla de una peli de Filmin, Fuente: Propia.....	17
Figura 17: Logo Movistar+, Fuente: Movistar+.....	18
Figura 18: Captura de pantalla del inicio de Movistar+, Fuente: Propia.....	18
Figura 19: Captura de pantalla del catálogo de originales de Movistar+, Fuente: Propia.....	19
Figura 20: Captura de pantalla de un programa de Movistar+, Fuente: Propia.....	19
Figura 21: Logo Atresplayer Premium, Fuente: Tv.selectra Página.....	20
Figura 22: Captura de pantalla del inicio de Atresplayer Premium, Fuente: Propia.....	20
Figura 23: Captura de pantalla del catálogo de Atresplayer Premium, Fuente: Propia.....	20
Figura 24: Captura de pantalla de un programa de Atresplayer Premium, Fuente: Propia.....	21
Figura 25: El futbolista Neymar apareciendo en la serie, Fuente: El País.....	28
Figura 26: El periodista Ferreras apareciendo en la serie. Fuente: El Español.....	28
Figura 27: Stephen King proclamándose fan de la serie. Fuente: Vía País.....	28
Figura 28: Etiquetas Estrella Galicia de la serie. Fuente: Marketing 4 ecommerce.....	30
Figura 29: Madrid con las pantallas de la serie. Fuente: Vader.news.....	30
Figura 30: Milán en el estreno de la serie. Fuente: Plataforma x las marcas.....	31
Figura 31: Aeropuerto de Frankfurt anunciando el estreno. Fuente: Wonx .....	31

## 10. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y MAPAS

### A. TABLAS

Tabla 1: Comparativa de plataformas. Elaboración propia en base a los datos de ‘Genbeta.com’ .....	21
Tabla 2: Comparativa de plataformas mundiales. Elaboración propia en base a los datos de ‘Revista GQ’ .....	21
Tabla 3: Comparativa de precios en España. Elaboración propia en base a los datos de cada web .....	22
Tabla 4: Comparativa de precios en España. Consumo televisivo desde 2015 hasta 2020. Elaboración propia en base a los datos del análisis de 2012 de AIMC .....	24
Tabla 5: Duración de los episodios de la 1ª temporada de ‘La Casa de Papel’. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix .....	27
Tabla 6: Duración de los episodios de la 2ª temporada de ‘La Casa de Papel’. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix .....	27
Tabla 7: Duración de los episodios de la 3ª temporada de ‘La Casa de Papel’. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix .....	27
Tabla 8: Duración de los episodios de la 4ª temporada de ‘La Casa de Papel’. Elaboración propia en base a los episodios de Netflix .....	27

### B. GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución del consumo televisivo diario, marzo 2020. Fuente: GECA. Elaboración de GECA con datos de Kantar Media .....	2
Gráfico 2: Números de audiencia de ‘La Casa de Papel’ en Antena 3. Elaboración propia con Infogram en base a los datos del documental ‘La Casa de Papel: El Fenómeno’ .....	24
Gráfico 3: Suscripciones y bajas de pago desde el inicio de pandemia. Fuente: Elaboración propia en base a Robeco .....	34

### C. MAPAS

Mapa 1: Datos del lanzamiento de Disney+. Elaboración propia en base a los datos de ‘Wikipedia’ .....	13
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----