

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación
de la Comunicación

vol. 9, núm. Especial (2022), 92-115

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.5>

Recibido el 15 de marzo de 2022

Aceptado el 26 de abril de 2022



Innovación e incentivos en las nuevas narrativas de protesta: el uso de referentes audiovisuales como *La casa de papel*

Innovation and incentives in the new protest narratives: the use of audiovisual references such as 'La casa de papel' ('Money Heist')

Martínez-Riera, Meritxell

Universidad del País Vasco (UPV/EHU), Universitat de Barcelona (UB)

meritxellmartinez@ub.edu

Cuartielles-Saura, Roger

Universitat de Barcelona (UB)

roger.cuartielles@ub.edu

Forma de citar este artículo:

Martínez-Riera, M. y Cuartielles-Saura, R. (2022). Innovación en las nuevas narrativas de protesta: el uso de referentes audiovisuales como *La casa de papel*. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(Especial), 92-115.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.5>

Resumen:

El binomio comunicación-movilización se ha convertido en una unión indisoluble en la actualidad. La acción colectiva articulada desde los entornos en línea que combina un repertorio de actuación físico y virtual requiere de referentes para movilizar a sus

92

seguidores. Fruto de esta necesidad, los impulsores de las movilizaciones, que cada vez son más disruptivas y espasmódicas (Del Amo, 2019), encuentran en la ficción elementos para construir rápidamente imaginarios comunes compartidos que afiancen el compromiso y la identificación con la acción colectiva. A partir del análisis de una de las ficciones de mayor éxito internacional en los últimos años, la serie *La casa de papel*, se estudia, a través de un estudio comparativo de dos movilizaciones recientes, cómo la acción colectiva ha adoptado símbolos iconográficos y elementos narrativos de estos productos audiovisuales contemporáneos.

Palabras clave: cultura de masas, movilización social, acción colectiva, *La casa de papel*, ficción, protesta

Abstract:

The communication-mobilization binomial has become an inseparable union today. Collective action articulated from online environments that combines a repertoire of physical and virtual action requires shared references to mobilize its followers. As a result of this need, the promoters of the mobilizations, which are increasingly disruptive and spasmodic (Del Amo, 2019), find elements in fiction to quickly build shared common imaginaries that strengthen commitment and identification with collective action. Based on the analysis of one of the most internationally successful fictions in recent years, the TV series *La casa de papel (Money Heist)*, it is analysed, through a comparative study of two recent mobilizations, how collective action has adopted iconographic symbols and narrative elements of these contemporary audiovisual products.

Keywords: mass culture, social mobilization, collective action, *La casa de papel*, *Money Heist*, fiction, protest

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, ficciones seriadas como *La casa de papel* se han convertido en productos audiovisuales de gran relevancia en España y el resto del mundo debido a su presencia en la plataforma de *streaming* Netflix, donde ha logrado ser la serie de habla

hispana con más visualizaciones de la historia. Según el portal Parrot Analytics (citado por Business Insider, 2021), en septiembre de 2021 se convirtió en la ficción más vista en todo el mundo coincidiendo con el estreno de la primera parte de su quinta temporada.

La serie se emite por primera vez en 2017 en Antena 3 Televisión y posteriormente es adquirida por Netflix. *La casa de papel* está producida por Vancouver Media y narra, a través de cinco temporadas, la historia de una banda de atracadores que, liderados por el personaje de El Profesor, llevan a cabo dos atracos en instituciones simbólicas del sistema económico español: la Fábrica Nacional de la Moneda y Timbre –primera y segunda temporada– y el Banco de España –tercera, cuarta y quinta temporada. Como producto cultural, puede inscribirse dentro del género de thriller, de acción y suspense (Rebollo-Bueno, 2018). Concretamente, forma parte del denominado subgénero del cine criminal: el *heist* o el *big caper* –en español ‘el atraco perfecto’–, que consiste en “una narrativa que desnuda un proceso: el robo como obra de arte en sí misma” (García Martínez, 2020, p. 106).

Más allá del éxito en la pantalla, *La casa de papel* también ha servido en los últimos años como inspiración para numerosas movilizaciones sociales en contra del sistema económico capitalista, la crisis climática, la corrupción, la violencia de género y la clase política en países como Indonesia, Italia, Paraguay, Irak, Líbano, Honduras, Tailandia y Venezuela, entre otros. En España, la iconografía de la ficción también se ha utilizado para abanderar diversas reivindicaciones como la protesta que el 15 de julio de 2020 los trabajadores de la automovilística Nissan hicieron ante el Congreso de los Diputados en contra del cierre de la planta que la empresa tenía en Barcelona. Asimismo, la serie también ha servido de inspiración para protestas vecinales, como la que tuvo lugar en la localidad de Quintanar del Rey (Cuenca) el 19 de septiembre de 2021, cuando algunos vecinos se movilaron para evitar la construcción de una granja de ganadería intensiva en las inmediaciones del término municipal.

Es por ello que este estudio se propone investigar qué conduce a distintos colectivos sociales a adoptar la iconografía de *La casa de papel* a la hora de llevar a cabo movilizaciones sociales. Por cuestiones de proximidad geográfica, la investigación se

centra en analizar el uso de la serie en la acción de protesta de los trabajadores de Nissan y en la de los vecinos de Quintanar del Rey, y en establecer una comparativa entre ambas.

1.1. PREGUNTAS Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Una de las aportaciones que busca hacer la presente investigación es ayudar a comprender la movilización contemporánea que utiliza ficciones audiovisuales y, a su vez, quiere proponer una metodología de análisis de la movilización social basada en ficciones, algo hasta ahora inexistente. Por ello, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

Q1. *¿Qué motivaciones conducen a determinados movimientos sociales a usar la ficción de ‘La casa de papel’ en sus acciones de protesta?*

Q2. *¿Qué elementos estéticos y argumentales adoptan de ‘La casa de papel’ determinados movimientos sociales para protestar?*

Q3. *¿Qué efectos tiene para determinados movimientos sociales el uso de ‘La casa de papel’ en acciones de protesta?*

En base a las preguntas formuladas, se definen los objetivos de investigación siguientes:

O1. Conocer las razones que motivan a determinados movimientos sociales a emular *La casa de papel* en sus acciones de protesta.

O2. Detectar los elementos estéticos y argumentales que determinados movimientos sociales adoptan de *La casa de papel* a la hora de protestar.

O3. Describir el impacto que tiene el uso de *La casa de papel* en las acciones de protesta.

Así, se diseña una investigación exploratoria y descriptiva que, por esta misma razón, no parte de ninguna hipótesis de entrada y que pretende ser un primer paso para entender el impacto sociológico que la serie *La casa de papel* ha tenido en clave de movilización social.

2. MARCO TEÓRICO

La creación o identificación de referentes compartidos como elementos que motiven a la acción colectiva ha sido siempre una necesidad de la movilización social. En la sociedad actual, donde proliferan las acciones de protestas rápidas, llamativas y que obtengan el máximo rédito a través de los medios de comunicación y de las redes sociales, es imprescindible disponer de un repertorio iconográfico y narrativo de fácil identificación. La cultura de masas se presenta como un escaparate donde encontrar referentes de forma rápida.

2.1. LA CULTURA DE MASAS COMO ESPACIO GENERADOR DE REFERENTES: EL UNIVERSO SIMBÓLICO DE LA FICCIÓN EN LAS CALLES

Autores como Conover *et al.* (2013) consideran que los movimientos sociales deben tener en cuenta dos elementos a la hora de alcanzar sus objetivos. Por un lado, la movilización de recursos, entendida como la disposición de recursos económicos y materiales para llevar a cabo las acciones; y, por otro lado, el enfoque colectivo, que conlleva la construcción de narrativas e imaginarios que conforman el marco en el cual se sitúa la protesta. Así, tal y como indica Villafuerte (2007, p. 177), la movilización lleva a cabo “una recreación y resignificación de los universos simbólicos de la sociedad”. De este modo, el uso de determinados referentes icónicos (imágenes o recursos audiovisuales) extraídos de la cultura de masas genera una rápida asociación que puede contribuir al éxito en la identificación, mediatización y consolidación de la acción colectiva.

En este sentido, Donstrup apunta que “los productos de la cultura de masas actúan como un elemento de identificación primaria, permitiendo al espectador reflejarse en ellos y fantasear sobre su propia posición en el mundo” (2018, p. 38). De hecho, autoras como Buonanno (1999) identifican la televisión como uno de los actores principales en la construcción del imaginario social.

Las producciones de ficción difundidas a través de los medios de comunicación tradicionales y las plataformas en *streaming* son un lugar donde se proyecta el imaginario colectivo, un depósito de representaciones, el reflejo del inconsciente social

y una “herramienta de representación” (Rebollo-Bueno, 2018, p. 44) que también puede contribuir a la generación de una identidad colectiva (Imbert, 2008). Estos productos culturales, además, se consumen en espacios virtuales donde imperan los estándares de los tiempos posmodernos: inmediatez, fugacidad e individualidad (Bonavitta y de Garay, 2019).

2.1.1. La ficción seriada como reflejo de la sociedad

Las producciones audiovisuales –en tanto que creaciones culturales y sociales–, pueden explicar una sociedad y recrearla. Es lo que Certeau (citado por Imbert, 2008, p. 25) ya había denominado como “sociedad recitada”, entendida como una sociedad “definida por sus relatos [...], la citación y por su interminable recitación”. En esta misma línea, Cascajosa-Virino apunta que:

En los últimos años, las series de televisión han pasado a ocupar un lugar destacado en el espacio cultural de la sociedad occidental, en un proceso de legitimación que es el resultado de una combinación de factores institucionales, socioeconómicos y tecnológicos (Cascajosa-Virino, 2015, p. 12).

En este mismo sentido, Balló y Pérez aseguran que es “en la ficción televisiva, donde el espectador de nuestros tiempos reconoce lo peor de sí mismo” (2007, p. 32). Las producciones de ficción juegan un doble rol de reconocimiento e identificación, pero son además agentes creadores de conciencia que generan significados (Jager, 2003). De este modo, la ficción en el “deseo de construir una nueva realidad social subyace una crítica a la sociedad y a su sistema de valores” (Lee 2014, p.8, citado por García Martínez, 2020, p. 106)

La relación entre sociedad y producciones audiovisuales se puede considerar como fluida y en constante retroalimentación. El tránsito de significantes y referentes es recurrente: las ficciones se alimentan y se inscriben en un contexto, del mismo modo que la movilización se lleva a cabo en un momento y lugar determinado. Así, según Rebollo-Bueno (2018), en *La casa de papel* el argumento no es extraño al contexto social español, en el cual los casos de corrupción política han formado parte de la agenda pública de manera notoria desde los años 90. En esta misma línea, García Martínez

(2020) sitúa el argumento de la serie como una expresión de un pulso al sistema capitalista rescatando “el imaginario de los indignados, del 15-M, de Occupy Wall Street” (2020, p. 108). Sin embargo, también se pueden encontrar referentes históricos con una conexión temática directa como fue el conocido como ‘Robo del siglo’, que se produjo en 2006 en el Banco Río de Accasuso (Argentina) en el que una banda de atracadores se embolsó 19 millones de dólares¹.

2.2. LA EMOCIÓN COMO ELEMENTO MOTOR DE LA ACCIÓN COLECTIVA

¿Cómo es posible organizar una protesta en una sociedad cada vez más segmentada, pero a la vez más interconectada que nunca? El primer elemento que debemos tener en cuenta es que, según Tarrow (2012, p. 68), “la acción política colectiva no se origina en las cabezas de sus organizadores, sino que se inscribe culturalmente y se comunica socialmente”. Esta afirmación subraya la importancia del contexto, del entorno y de la que él denomina como ‘cultura emocional’ para entender la articulación de la movilización.

Así, desde las movilizaciones se generan marcos compartidos, se construyen identidades y se trabajan las emociones para tejer solidaridades e impulsar a la acción; y, en este propósito, conectar directamente con referentes compartidos de la cultura de masas es imprescindible para incitar a la movilización. En este punto cobran especial interés nociones como la de ‘bricolage’ (Samuels, 2003), inspirada en la idea de ‘bricoleur’ de Lévi-Strauss (1962), entendido como el trabajo que desde los movimientos sociales se lleva a cabo para seleccionar temas conocidos con el fin de persuadir a los ciudadanos para que se unan a la causa. A partir de la construcción de un arsenal común compartido que llame la atención e incite a la movilización es posible que se sumen nuevos referentes a los anteriores para marcar nuevas direcciones en la protesta. En este punto, es interesante tener en cuenta las potencialidades de las series de ficción por encima de otras producciones como el cine para generar esta conexión con el espectador. Según Blanchet y Vaage:

¹ Los medios de comunicación han establecido conexiones entre el atraco llevado a cabo en Argentina y la trama de la serie. Noticia publicada en *El País*: <https://elpais-com.cultura/2021-07-02/un-atraco-de-19-millones-de-dolares-por-amor-al-arte-que-marco-a-argentina.html>

Las series de televisión invocan de manera más efectiva la impresión de que compartimos una historia con sus personajes: primero debido a la mayor duración del relato en la pantalla y, en segundo lugar, porque nuestra propia vida progresa a medida que la serie avanza (2012, p. 28, citado por García Martínez, 2020, p. 112).

2.3. DE LA MOVILIZACIÓN INSTITUCIONALIZADA A LA PROTESTA EXPRÉS

En un contexto marcado por la inmediatez y la rapidez de las comunicaciones de la ‘sociedad red’ (Castells, 2006) la movilización se adapta a estos nuevos estándares comunicativos convirtiendo la acción colectiva en algo inmediato. Del Amo describe las acciones como ‘espasmódicas’ y explica que se trata de un “modelo de protesta que emerge del ciclo de protesta post crisis que se expresa de un modo más convulsivo, a través de episodios explosivos de actividad” (2019, p. 47).

Nos encontramos ante un modelo de protesta rápido, que no requiere la militancia o el compromiso que antaño se entendía como imprescindible para formar parte de un movimiento social. Los individuos acumulan agravios y se organizan para expresar su malestar a través de un conjunto de acciones que idea un núcleo organizativo del movimiento pero que, gracias a las redes sociales y a las múltiples posibilidades de los dispositivos móviles, se expande a una comunidad de protesta (Diani, 2009) generando comunidades insurgentes instantáneas (Castells, 2012).

2.3.1. *Identificación de referentes comunes compartidos para activar la movilización*

Para alcanzar sus objetivos en tanto que movilización social e impacto mediático, la acción colectiva requiere de un marco común en el cual se sitúe su protesta, por este motivo es imprescindible definir una identidad de grupo. En primer lugar, estos elementos de identificación tienen que contribuir a articular una movilización. En segundo lugar, deben llamar a la acción (*call to action*). A su vez, es imprescindible que el referente elegido encaje con el marco de protesta y de lucha en el cual el grupo inscriba su acción y que, además, facilite rápidamente la autoidentificación del individuo con el conjunto del grupo y establezca un rápido paralelismo entre el referente cultural y la movilización. Además, es posible que el uso de señas identificativas que llamen la

atención provoque un buen recibimiento por parte de los medios de comunicación y se genere así una apertura de la estructura de oportunidad mediática (Sampedro, 2005).

3. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta el propósito de este estudio, la investigación sigue una metodología eminentemente cualitativa y utiliza como técnica de recogida de datos la realización de entrevistas en profundidad a los ideólogos de las dos acciones de protesta analizadas: la de la automovilística Nissan y la del pueblo de Quintanar del Rey. Autoras como Della Porta (2014, p. 14) recuerdan que “in social movements studies, the relative scarcity of systematic collections of documents or reliable databases gives in-depth interviews even more importance”.

Las entrevistas en profundidad son de carácter semiestructurado para no alejarse de las preguntas y objetivos de investigación planteados, y al mismo tiempo, ofrecer a los informantes la oportunidad de expresarse libremente. Las entrevistas se analizan mediante un análisis de contenido cualitativo a partir de un libro de códigos preestablecido.

Se ha optado por un análisis de contenido porque es una técnica recurrente en investigación científica, puesto que es útil para describir un contenido manifiesto y permite, a partir de determinados datos, realizar inferencias reproducibles y válidas (Krippendorff y Bock, 2008). El enfoque cualitativo del análisis se basa en los postulados de Altheide (1996, p. 33), quien afirma que la virtud de este tipo de análisis consiste en captar los significados, el énfasis y los temas de los mensajes, así como comprender la organización y el proceso a partir del cual estos mensajes se presentan y se ponen en práctica. Así, tal y como recogen Meyen *et al.* (2011), con esta tipología de análisis se busca, por un lado, entender y explicar posicionamientos, acciones y estructuras; y por el otro, preguntarse sobre los posibles efectos de dichas acciones.

El análisis de contenido cualitativo se realiza a partir de un libro de códigos con las categorías preestablecidas siguientes: objetivo que se pretende conseguir a la hora de utilizar la serie en la acción de protesta (interno y externo); argumento de la serie que se adopta (identificación del colectivo social con los personajes, ideales compartidos con la ficción, mensajes adquiridos para la protesta); estética emulada (músicas y

vestimenta utilizadas); e impacto social logrado (apoyo interno y externo al colectivo, efecto mediático, y repercusión en la resolución del conflicto).

Tabla 1. Libro de códigos

Categorías	Subcategorías
Objetivo	Externo
	Interno
Argumento	Identificación con los personajes
	Ideales compartidos con la ficción
	Mensajes adquiridos del producto audiovisual
Estética	Músicas de la serie utilizadas
	Vestimenta de los personajes emulada
Impacto	Apoyo interno al movimiento
	Apoyo externo al movimiento
	Mediático
	En el conflicto

Fuente: Elaboración propia

Los informantes seleccionados son miembros de cada uno de los dos colectivos estudiados que propusieron usar *La casa de papel* en sus acciones de protesta. Por un lado, en la movilización de Quintanar del Rey el ideólogo de la acción fue Joaquín Talaya, miembro fundador del colectivo Quintaverde Pueblo Vivo, de 32 años y comunicador audiovisual de profesión. Por otro lado, en la movilización de Nissan Barcelona el ideólogo de la acción fue Miguel Ángel Fernández, secretario general de la sección sindical SIGEN-USOC Nissan Zona Franca de Barcelona, y de 52 años.

4. RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados obtenidos para cada uno de los casos estudiados. Primero, se realiza una breve contextualización de cada acción de protesta analizada y, posteriormente, se aplican las categorías de la tabla de análisis. Finalmente, se traza una comparativa entre ambos casos.

4.1. EL USO DE LA CASA DE PAPEL EN LA PROTESTA CONTRA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA GRANJA DE GANADERÍA INTENSIVA. EL CASO DE QUINTAVERDE PUEBLO VIVO

En agosto de 2020, los vecinos de Quintanar del Rey conocieron que el grupo de ganadería Jisap tenía previsto construir a 350 metros de los pozos de agua potable que abastecen la localidad una instalación ganadera con capacidad para criar 61.000 lechones al año y generar unos 39 millones de purines. Para protestar contra el proyecto, que temían que pudiera contaminar las aguas de la zona, los vecinos constituyeron primero una plataforma denominada Stop Macrogranjas Quintanar del Rey y empezaron a organizar manifestaciones hasta que en febrero de 2021 les comunicaron el cese provisional del proyecto. Después, en septiembre de 2021 el proyecto se volvió a reactivar y los vecinos, entonces constituidos como la asociación Quintaverde Pueblo Vivo, decidieron volver a organizar manifestaciones, pero esta vez más llamativas y algunas de ellas inspiradas en productos audiovisuales.

Una de estas movilizaciones tuvo lugar el 19 de septiembre de 2021 en Quintanar del Rey, donde 500 personas se manifestaron vestidas con monos rojos y caretas con el rostro de Salvador Dalí simulando ser la banda de atracadores que protagoniza la serie *La casa de papel* para protestar contra la construcción de la granja. La acción de protesta se ideó después de que entre varios miembros de la asociación surgiese la idea de canalizar la impotencia “simulando un atraco a la granja de forma festiva”.

Días antes de la movilización, empezaron a enviar por grupos de *WhatsApp* un cartel con el título *La macrogranja de papel* en el que se invitaba a la población a vestirse como los atracadores de la serie y a concentrarse delante de la granja. Los ideólogos de la protesta cuentan que también se distribuyó una canción adaptada del *Bella Ciao* -la banda sonora de la serie- titulada *Page Ciao* en alusión a Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, a quien consideran parte implicada en el desarrollo del proyecto.

El día de la protesta, los manifestantes simularon un atraco a las instalaciones de la granja vestidos con monos de color rojo y con caretas con el rostro de Salvador Dalí, así como con pistolas de plástico. Incluso los organizadores explican que algunos de los

participantes llevaban escrito detrás de su mono el nombre de otros pueblos de la zona afectados por la construcción de la granja, acorde con los nombres de ciudad que ostentan los personajes de la serie.

Los participantes representaron un atraco a la granja saltando de unos camiones, en alusión también a escenas de acción de la serie y, posteriormente, se desplazaron delante del Ayuntamiento donde tocaron y cantaron la versión del *Bella Ciao* que días antes se había compartido por *WhatsApp*.

La protesta ambientada en *La casa de papel* fue la cuarta que desarrollaba el colectivo desde su creación, y la tercera que primaba la espectacularidad después de haber simulado ‘un calvo’ delante de la granja.

4.1.1. *Objetivo del uso de la serie*

Desde un punto de vista externo, explican que con el uso de la serie buscaron llamar la atención de los medios de comunicación después de que en sus acciones anteriores solo hubiesen obtenido la cobertura de medios locales. Desde un punto de vista interno, usaron *La casa de papel* como un instrumento para canalizar la impotencia contra el proyecto de manera festiva, fortalecer el movimiento y promover la movilización en una zona no acostumbrada a las reivindicaciones sociales.

Joaquín Talaya (JT): *En la España vaciada no estamos acostumbrados a manifestarnos, no tenemos una cultura de reivindicación. [...] siempre hemos dejado hacernos, que hagan a su antojo lo que quieran. Y, de repente, había que movilizar a un pueblo, había que decirles que esto se hacía así y con ‘La macrogranja de papel’, con una serie que habíamos visto, era posible animar a la gente.*

4.1.2. *Argumento de la serie adoptado*

Desde un punto de vista argumental, encuentran similitudes con la banda de atracadores que protagoniza la serie en cuestiones como la impulsividad y la impotencia de los personajes, atributos que creen que pueden reflejar el estado anímico de los manifestantes ante la construcción de la granja. También se identifican con el origen

humilde de los personajes, característica que atribuyen a la población de Quintanar del Rey, formada mayormente por gente obrera y ganaderos.

Respecto a los ideales compartidos con la serie, creen tener en común con la ficción los ideales de fraternidad y de igualdad de oportunidades, así como la desobediencia y la acción no violenta, especialmente hasta la cuarta temporada, ya que consideran que en los episodios de la última entrega la serie ha adoptado una vertiente violenta que no les identifica.

JT: Una de las similitudes que tiene nuestra lucha con 'La casa de papel' es que nosotros no queremos derramar ni una gota de sangre. Sabemos que cualquier cosa que hagamos con algo de violencia nos puede perjudicar mucho.

En el ámbito de los mensajes, opinan que el uso de la serie les ayudó a transmitir ante los promotores de la granja el concepto de resistencia y de lucha contra el sistema, ideas que consideran que el personaje del Profesor y su banda promueven durante la ficción a la hora de justificar sus acciones. También creen compartir la idea de ganarse la consideración de la opinión pública, un postulado que también consideran que defiende el Profesor en la serie.

4.1.3. Estética de la serie utilizada

En el plano musical, usaron la canción *Bella Ciao*, el cántico partisano utilizado durante la Segunda Guerra Mundial como himno de resistencia, y que la serie *La casa de papel* ha adoptado como banda sonora. Aun así, los manifestantes realizaron una doble readaptación de la canción cambiando su letra y bautizándola con el nombre de *Page Ciao*, en referencia al presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, a quién consideran responsable último de la construcción del proyecto al no impedir la construcción de la granja.

Como la banda de atracadores, los manifestantes vistieron monos de color rojo, caretas con el rostro del pintor Salvador Dalí —a quien consideran un genio y un rompedor—, y armas de plástico.

JT: El mono rojo sugiere una imagen de poderío. De repente te lo pones y tienes poder y, además, cuando vas con la cara tapada eres capaz de gritar más. [...] Te desinhibes.

Incluso hay manifestantes que usaron caretas con el rostro de Emiliano García-Page y que también vistieron monos rojos en los que en la parte trasera aparecían los nombres de otros pueblos afectados.

JT: Organizándolo nos dimos cuenta de que teníamos muchas similitudes con la serie porque, por ejemplo, los personajes protagonistas tienen nombres de ciudad y en nuestra lucha también había distintos pueblos afectados como San Clemente y Campillo de Altobuey, entre muchos otros.

4.1.4. Impacto percibido

A raíz de la acción de protesta, el grupo de *WhatsApp* interno de la asociación creció en 40 personas y también notaron más adhesión y actividad en el seno del colectivo.

JT: Si hasta ese día nos habíamos manifestado como mucho 300 personas, el día de La casa de papel fueron 500, o sea 200 más. Ya te aseguro yo que es muy difícil mover a un pueblo no acostumbrado a protestar.

A nivel externo, percibieron más apoyo de poblaciones vecinas, así como felicitaciones de otras entidades y más apoyo popular en siguientes movilizaciones. Desde un punto de vista mediático, las movilizaciones del movimiento pasaron de tener solo cobertura de ámbito local, con medios como *Castilla La Mancha TV* y *Voces de Cuenca*, a recibir la atención de cadenas nacionales como *Telecinco* y *Cuatro*.

El día de la protesta *Cuatro* retransmitió en directo la acción a través del programa *Cuatro al Día*, en el que entrevistaron a algunos de los organizadores de la protesta y mostraron a los manifestantes cantando el *Page Ciao*. Por su parte, *Telecinco* difundió la acción con una pieza informativa publicada en su portal de noticias web con un vídeo de la protesta. Durante el día también dieron cobertura a la acción medios digitales de ámbito regional como *Ser Cuenca* y *Eldiadigital.es*, con una pieza informativa que repasaba el resto de acciones del colectivo. Un día después, el 20 de septiembre de 2021, también difundió la protesta el medio digital *El Español*, y el día 4 de octubre de

2021 lo hizo *Antena 3* con una pieza informativa emitida en la edición de mediodía de su informativo en la que daba a conocer la lucha del colectivo mostrando imágenes de la protesta de *La casa de papel* y de otra acción en la que los manifestantes habían emulado la estética de la canción *Thriller* de Michael Jackson.

Respecto a la resolución del conflicto, después de la protesta ambientada en *La casa de papel* y de una posterior manifestación inspirada en *El juego del calamar*, el colectivo recibió la noticia de que el proyecto de construcción de la granja se detenía temporalmente por razones administrativas.

4.2. EL USO DE LA CASA DE PAPEL EN LA PROTESTA CONTRA EL CIERRE DE UNA PLANTA AUTOMOVILÍSTICA. EL CASO DE NISSAN

En mayo de 2020 se hizo público que la empresa automovilística Nissan cerraba la planta que tenía en la Zona Franca de Barcelona, con 2.500 personas empleadas. Desde entonces, los sindicatos de trabajadores de la empresa se movilizaron para protestar en contra del cierre y pedir una reindustrialización de la planta.

Una de estas movilizaciones tuvo lugar el 15 de julio de 2020 en Madrid, donde más de 1.500 trabajadores de Nissan pertenecientes a los cuatro sindicatos de la empresa realizaron una manifestación en la que marcharon a pie desde la estación de Atocha hasta el Congreso de los Diputados para protestar contra el cierre de la planta. Era la decimoquinta movilización que realizaban desde el anuncio de cierre y tenían como objetivo pedir a los dirigentes políticos la modificación del artículo 51 del Estatuto de los Trabajadores con la intención de que la opinión del Gobierno fuese vinculante en el informe de justificación del cese de la planta para así evitarlo.

La manifestación transcurrió por las calles de Madrid durante la mañana y, cuando faltaban 300 metros para llegar al Congreso de los Diputados, los manifestantes se vistieron con monos rojos y caretas con el rostro de Dalí para emular a los personajes protagonistas de la serie. A las puertas del Congreso de los Diputados, cantaron el himno *Bella Ciao* como banda sonora de la ficción y realizaron una *performance* en la que lanzaron humo rojo y billetes falsos como símbolo de rechazo a las indemnizaciones ofrecidas.

Después de la protesta, una representación sindical del colectivo entró en el Congreso de los Diputados, ya sin la indumentaria de la serie, para reunirse con representantes políticos.

4.2.1. Objetivo del uso de la serie

Con el uso de la serie, pretendieron reactivar el movimiento. Desde un punto de vista externo, querían llamar la atención de los medios de comunicación después de considerar que mediáticamente su lucha había entrado en una “fase lineal” tras más de un año de reivindicaciones. Internamente, querían fortalecer el movimiento con un producto audiovisual que consideran atractivo y seguido por buena parte de los trabajadores, y que también creían que podía ser identificable con sus reivindicaciones.

Miguel Ángel Fernández (MF): Propuse utilizar la serie por el enganche que ha tenido entre buena parte de la plantilla y porque me parecía interesante buscar algo que hiciera referencia a una cuestión antisistema. Lo propuse en el seno del resto de sindicatos que forman parte de los comités de empresa y, bueno, pareció interesante y la llevamos a cabo.

4.2.2. Argumento de la serie adoptado

Adquieren del producto audiovisual la dimensión de “oposición al sistema”. En este caso, se oponen a los despidos establecidos por “el sistema de Nissan”. Por eso, explican que a las puertas del Congreso de los Diputados lanzaron billetes falsos como muestra de rechazo a las condiciones económicas planteadas por la empresa, y ante las cuales consideran que la clase política tampoco se ha opuesto. También usaron los billetes para aludir a una escena de la serie en la que los atracadores lanzan dinero por la ciudad de Madrid.

MF: Nosotros decíamos que no queríamos dinero, que no queríamos indemnizaciones, sino que lo que queríamos era preservar los puestos de trabajo no solo para nosotros, sino para las futuras generaciones. También, en cierta manera, lo que buscábamos es decir que no queremos el dinero, o sea, plantear que indemnizar con 50 o 60 días solo es dinero que literalmente se lo lleva el viento, que lo que importa es preservar trabajos de calidad.

Al margen de la dimensión de oposición y de lucha contra el sistema, también se sienten identificados con personajes de la serie como el Profesor, a quien describen como un “negociador inteligente que lucha por los intereses de su banda”. Así, consideran que comparten con la serie ideales como los de fraternidad, igualdad de oportunidades y desobediencia.

MF: [Los protagonistas de la serie] intentan cambiar el sistema y utilizar el sistema en beneficio de todos, aunque también un poco en beneficio propio. Están cometiendo un delito, pero ves que reparten dinero por las calles y que quieren dar un trozo del botín a los rehenes del atraco, así como protestar contra un sistema injusto. Además, ellos también utilizan el impacto mediático de su atraco como beneficio, y nosotros también queríamos utilizar el impacto mediático para el nuestro.

En este sentido, en términos de mensajes adoptan el concepto de resistencia vinculado a la idea de “enfrentamiento inteligente”.

MF: Nuestra lucha la identificamos un poco como un enfrentamiento inteligente porque hemos hecho una lucha diferente. En febrero ya intuíamos que Nissan nos cerraría y planteamos una huelga indefinida, pero no en todos los centros, sino solo en el de Montcada i Reixac porque vimos que parándolo podíamos parar toda la producción sin que todos los trabajadores de Nissan hicieran huelga y perdieran su sueldo. Entonces, el resto de trabajadores que no éramos de Montcada seguimos cobrando lo mismo e hicimos una caja de resistencia poniendo 150 euros cada uno para pagar el sueldo de los trabajadores que hacían huelga. [...] La empresa antes de cerrar quería fabricar 2.000 coches y venderlos a Mercedes, pero de ese modo no lo pudo hacer. [...] Todo el mundo ha alabado esta huelga inteligente.

4.2.3. Estética de la serie utilizada

A las puertas del Congreso, utilizaron la canción de *Bella Ciao* en calidad de banda sonora de la serie, sin hacer ningún tipo de adaptación de la letra. Respecto a la indumentaria, usaron monos rojos y caretas con el rostro de Dalí emulando la vestimenta de los atracadores de la serie, pero sin simular que llevaban armas, ya que no se identifican

con la idea de “atracó”. También lanzaron al aire billetes —en este caso falsos— en alusión a una escena de *La casa de papel* en la que la banda lanza billetes por las calles de Madrid, y usaron botes de humo rojo y bengalas, que también aparecen en alguna escena de la serie.

MF: *El rojo siempre es rebeldía. Es reivindicación, invita a llamar la atención. [...] Las caretas de Dalí también implican rebeldía, Dalí fue un rompedor, un antisistema. Poniéndonos estas caretas hacíamos referencia a este aspecto.*

4.2.4. Impacto percibido

A nivel interno, consideran que el uso de la serie en la acción mejoró el estado de ánimo de los trabajadores, puesto que es una serie conocida por buena parte de ellos. Además, creen que emplear su estética marcó al colectivo ya que, a raíz de esa movilización, utilizaron la canción del *Bella Ciao* en acciones de protesta posteriores.

MF: *Yo creo que moralmente animó a la gente. De hecho, en manifestaciones posteriores ha sonado el Bella Ciao y ves que a la gente le llega, que se siente más enérgica y con más moral. [...] En sí, La casa de papel invita a rebelarse.*

Aun así, no hubo más trabajadores que se sumaron al movimiento ni tampoco creen que el uso de la serie les aportase más apoyo social externo, sino más bien el reconocimiento de otros sindicatos, que se hicieron eco de la manifestación a través de redes sociales.

En relación con el impacto mediático sí que notaron que recuperaron o despertaron la atención de determinados medios de comunicación, especialmente de televisiones privadas como *Telecinco*, pero que televisiones públicas como *TVE* y *TV3* les continuaron dando la misma cobertura, y lo mismo sucedió con medios digitales y periódicos. Por ejemplo, *TV3* dedicó ese día una pieza informativa en la edición vespertina de su telediario explicando que los trabajadores se habían manifestado vestidos con la indumentaria de los protagonistas de la “popular” serie *La casa de papel*. Por su parte, *TVE* cubrió la protesta en la edición de mediodía con una breve información en la que enseñaba imágenes de los atuendos de los manifestantes, pero sin especificar que eran producto de una serie de ficción. *Telecinco*, en cambio, colocó la protesta como uno de

los contenidos principales del sumario de su edición de mediodía y después trató la acción dentro del noticiario.

No obstante, este incremento de cobertura fue puntual y consideran que no tuvo repercusión en las protestas posteriores, que volvieron a ser más convencionales.

Respecto al impacto que tuvo en la resolución del conflicto laboral, un mes después de la movilización se llegó a un acuerdo para explorar la reindustrialización de la planta afectada, pero los organizadores lo atribuyen al histórico de movilización, no a la acción de *La casa de papel*.

MF: Llevábamos un año de lucha que nos había dado ya mucha fuerza y bagaje, La casa de papel es una reivindicación que tiene visibilidad, pero no se puede obviar las que habíamos hecho hasta entonces. Si el acuerdo llega entonces es porque se agotaba ya el plazo de negociación, pero no creo que sea por haber utilizado la serie.

4.3. COMPARACIÓN ENTRE EL USO DE *LA CASA DE PAPEL* POR PARTE DE QUINTAVERDE PUEBLO VIVO Y DE NISSAN

A continuación, se muestra un cuadro comparativo para determinar qué diferencias y similitudes se han detectado en el uso de *La casa de papel* por parte de los colectivos analizados. Las celdas amarillas presentan las coincidencias, mientras que el texto en rojo identifica las diferencias principales.

Tabla 2. Cuadro comparativo sobre el uso de *La casa de papel* por parte de Quintaverde Pueblo Vivo y de Nissan Barcelona

Categorías	Subcategorías	Quintaverde Pueblo Vivo	Nissan Barcelona
Objetivo	Externo	Atraer medios de comunicación	Atraer medios de comunicación
	Interno	Canalizar impotencia de manera festiva, fortalecer el movimiento, promover la movilización en la España Vacía	Nuevas formas de implicar trabajadores usando una serie que han visto
Argumento	Identificación con los personajes	Origen humilde, impulsividad, impotencia	Lucha-oposición contra el sistema, pero ellos no quieren dinero. Se identifican con la figura de el Profesor en calidad de negociador
	Ideales compartidos con la ficción	Fraternidad, igualdad de oportunidades, desobediencia, acción no violenta	Fraternidad, igualdad de oportunidades, desobediencia
	Mensajes adquiridos del producto audiovisual	Concepto de resistencia, lucha contra el sistema, noción de atraco, pretensión de ganar la opinión pública	Concepto de resistencia, lucha contra el sistema, noción de enfrentamiento inteligente
Estética	Músicas de la serie utilizadas	Readaptación del <i>Bella Ciao</i> : "Page Ciao" (solo en la acción)	Bella Ciao original (también en acciones posteriores)
	Vestimenta de los personajes emulada	Mono rojo con nombres de pueblos afectados , caretas de Dalí, armas de plástico, caretas con rostro de Emiliano García-Page	Mono rojo, caretas de Dalí, lanzamiento de billetes, uso de humo rojo y bengalas
Impacto	Apoyo interno al movimiento	Más gente activa en organización (40 personas más en el grupo interno de <i>WhatsApp</i>)	Mejora de estado de ánimo y pertenencia de los trabajadores implicados
	Apoyo externo al movimiento	Reconocimiento plataformas vecinales, más gente en movilizaciones posteriores	Reconocimientos de otros sindicatos, pero no hay más gente en movilizaciones posteriores
	Mediático	Más cobertura mediática <i>in situ</i> y posterior	Protesta más atractiva para los medios que les hace recuperar su atención, pero no aumenta cobertura mediática posterior
	En el conflicto	Movilización como punto de inflexión que estimula a hacer más acciones que conducen a paralizar el proyecto	Acuerdo un mes después de la acción, pero se atribuye al histórico de movilizaciones y no a esta acción concreta

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Tras la realización de este estudio podemos concluir que los vasos comunicantes entre los productos de la cultura de masas y la acción colectiva actual están fuertemente conectados. La necesidad de construcción de un imaginario colectivo compartido para incitar a la movilización requiere de referentes conocidos y populares para implicarse en un proyecto colectivo. Así, se extraen las siguientes conclusiones:

1) La ficción *La casa de papel* se toma como referente en relación con su contenido y con su estética por parte de los movimientos sociales que inscriben su causa en la lucha contra el sistema. Se trata pues, de un 'préstamo' que es replicable en protestas de distinta índole.

2) En el momento de confeccionar el marco en el cual se sitúa la acción colectiva, los movimientos seleccionan y realizan su propio 'bricolage' (Lévi-Strauss 1964; Samuels, 2003) para decidir qué toman y qué desechan del conjunto de la narrativa que ofrece la ficción. Por ejemplo, los colectivos analizados neutralizan la dimensión delictiva de *La casa de papel* e incluso llegan a realizar una inversión del concepto de ladrón: quien roba es el sistema y por eso es necesario oponerse al orden establecido. Los atracadores que protagonizan la serie, en definitiva, se perciben como ladrones consentidos socialmente.

3) El uso de referentes mediáticos tiene un impacto significativo en la cobertura y seguimiento de los medios de comunicación especialmente en los dedicados al denominado *infotainment*, abriendo estructuras de oportunidad mediática (Sampedro, 2005) y contribuyendo a fortalecer las conexiones emocionales de los miembros de la comunidad de protesta. La incorporación de estos préstamos puede ayudar también a introducir puntos de inflexión, generando 'transformative events' (Hess y Martin, 2006) en la evolución de la movilización y del conflicto. Sin embargo, se deben tener en cuenta otros elementos como el historial de protesta, la ubicación, la duración o el tipo de conflicto para determinar la incidencia de la movilización en su resolución.

4) Se establecen caminos de ida y vuelta entre el campo de la ficción y el de la protesta social, fijando una constante retroalimentación entre el símbolo y la causa. Un ejemplo de estas idas y venidas es, sin duda, la utilización del *Bella Ciao*, el himno de resistencia de los partisanos en Italia frente al fascismo, que ha transitado a banda sonora de una serie y, ha vuelto de nuevo a las calles para acompañar distintos tipos de protestas.

6. AGRADECIMIENTOS

Este artículo se enmarca en los proyectos de investigación del Grupo de Análisis Multidisciplinario del Discurso y la Comunicación Política de la Universidad de Barcelona

(SGR 1452). Los autores de este estudio agradecen la colaboración del Dr. Mario Zubiaga, el Dr. Joan G. Burguera-Serra y de los informantes Joaquín Talaya y Miguel Ángel Fernández.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altheide, D. L. (1996). *Qualitative media analysis*. California: Sage.

Balló, J., Pérez, X. (2007). Introducción: El círculo infernal. En C. Cascajosa-Virino (Ed.), *La caja lista: la televisión norteamericana de culto* (pp. 27-34). Barcelona: Laertes.

Bonavitta, P., de Garay Hernández, J. (2019). 'La casa de papel', 'Rita' y 'Merlí': entre nuevas narrativas y viejos patriarcados. *Investigaciones Feministas*, 10(2), 207-221. <https://doi.org/10.5209/infe.66490>

Buonanno, M. (1999). El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales. Barcelona: Gedisa.

Cascajosa-Virino, C. (2015). *La cultura de las series*. Barcelona: Laertes.

Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Conover, M., Davis, C., Ferrara, E., McKelvey, K., Menczer F. y Flammini, A. (2013). *The Geospatial Characteristics of a Social Movement Communication Network*. *PLoS ONE*, 8(3), e55957. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0055957>

Del Amo, I. A. (2019). Las rupturas postcrisis. Salto cultural, movilización social y articulaciones problemáticas. En R. Díez García y G. Betancor Nuez (Eds.), *Movimientos sociales, acción colectiva y cambio social en perspectiva: continuidades y cambios en el estudio de los movimientos sociales* (pp. 43-58). Bizkaia: Fundación Betiko.

Diani, M. (2009). The structural bases of protest events: multiple membership and civil society networks in February 15, 2003 anti-war demonstrations. *Acta Sociologica*, 52, 63-83.

Donstrup, M. (Coord.) (2018). *Cultura de masas (Serializada): análisis simbólico de la ficción*. Sevilla: Egregius.

García Martínez, A. N. (2020). *La casa de papel: entre el atraco perfecto y la novela partisana*. En M. A. Huerta (Ed.), *Revolución seriada: el gran cambio de la ficción televisiva en España* (pp. 99-121). Valencia: Tirant lo Blanch.

Hess, D. y Martin, B. (2006). Repression, backfire, and the theory of transformative events. *Mobilization: an international journal*, 11(2), 249-267.

<https://doi.org/10.17813/maiq.11.2.3204855020732v63>

Imbert, G. (2008). *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.

Insider (2021). Netflix's 'Money Heist' is the top TV show in the world. Recuperado de <https://cutt.ly/rH5GrKQ>

Jager, S. (2003). Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y el análisis de dispositivos. En R. Wodak y M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 61-100). Barcelona: Gedisa.

Krippendorff, K. y Bock, M. A. (2008). *The Content Analysis Reader*. California: Sage.

Lévi-Strauss, C. (1964). *El pensamiento salvaje*. México: FCE.

Rebollo-Bueno, S. (2018). Ficción televisiva y contrahegemonía: análisis de La Casa de Papel y Vis a Vis. En M. Donstrup (Ed.), *Cultura de masas (Serializada): análisis simbólico de la ficción* (pp. 43-56). Sevilla: Egregius.

Sampedro, V. (Ed.) (2005). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Samuels, R. (2003). *Machiavelli's Children: Leaders and Their Legacies in Italy and Japan*. London: Cornell University Press.

Tarrow, S. (2012). *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza Editorial.

Villafuerte, L. F. (2007). Movimientos sociales: de la psicología social a las identidades sociales. *Revista de Ciencias Humanas*, 36, 157-179. Recuperado de: <https://cutt.ly/uHCbVn2>

Vila Galán, C. (2021, julio 2). Un atraco de 19 millones de dólares por amor al arte que marcó a Argentina. *El País*. Recuperado de <https://cutt.ly/sHCb59g>