

Latin American TV series production in Netflix streaming platform. *Club de Cuervos* and *La Casa de las Flores*.

Producción de series de televisión latinoamericanas en la plataforma de *streaming* de Netflix. *Club de Cuervos* y *La Casa de las Flores*.

Produção de séries de televisão latino-americanas na plataforma de streaming Netflix. *Club de Cuervos* e *La Casa de las Flores*.

María José Higuera Ruiz
Universidad de Granada
España
mhiguer@ugr.es

Resumen: El presente artículo examina las peculiaridades del contenido original de la plataforma de Netflix en relación con la producción de sus proyectos en Latinoamérica, con el objetivo de determinar las características de los mismos, y su repercusión para la industria y la comunidad latina. Desde una metodología cualitativa, se lleva a cabo la revisión de los estudios precedentes sobre los operadores de *streaming* y el servicio de Netflix. Los datos obtenidos son complementados con testimonios extraídos de una entrevista en profundidad con Diego Ávalos (2018) – Vicepresidente de Contenidos Originales Internacionales para Latinoamérica y España de Netflix –, con la finalidad de conocer las características específicas de la producción latinoamericana de la citada plataforma. Además, se examina el contexto de producción, las características de la ficción, y el contexto de recepción de dos proyectos concretos: *Club de Cuervos* (2015-2019) y *La Casa de las Flores* (2018-2020). Los resultados del análisis revelan la contribución de Netflix a la producción de series latinoamericanas a través de proyectos innovadores que son distribuidos internacionalmente. Por lo tanto, el servicio de Netflix y su producción original supone una oportunidad para el reconocimiento y difusión de la industria audiovisual de Latinoamérica.

Palabras clave:

Series de Televisión, producción televisiva, Latinoamérica, *streaming*, Netflix

Abstract: This research studies the peculiarities of Netflix original content within the production of its Latin American projects, in order to determine the characteristics of these

TV series and their repercussion for the Latino industry and community. Following a qualitative methodology, we reviewed the previous research on streaming services, focusing on Netflix platform. In our presentation of the key themes across the literature, we draw on data from an in-depth interview with Diego Ávalos (2018) – Netflix’s Vice President of International Originals Content in Latin American and Spanish – to provide insight into the specific features of Latin American Netflix production. In addition, we looked at the production context, fiction features, and reception context of two specific TV projects: *Club de Cuervos* (2015-2019) and *La Casa de las Flores* (2019-2020). The analysis of these TV shows sheds light on Netflix’s contribution to Latin American TV series production, through innovative projects which are internationally distributed. Therefore, Netflix service and its original production provide an opportunity for the recognition and diffusion of Latin American audiovisual industry.

Keywords:

TV Series, Television Production, Latin America, streaming, Netflix

Resumo: Esta pesquisa estuda as peculiaridades do conteúdo original da Netflix na produção de seus projetos latino-americanos, a fim de determinar as características dessas séries de TV e sua repercussão para a indústria e a comunidade latinas. Seguindo uma metodologia qualitativa, revisamos a pesquisa anterior sobre serviços de streaming, com foco na plataforma Netflix. Em nossa apresentação dos principais temas da literatura, extraímos dados de uma entrevista detalhada com Diego Ávalos (2018) - vice-presidente de conteúdo internacional de originais da Netflix em latino-americano e espanhol - para fornecer informações sobre os recursos específicos do latim Produção americana da Netflix. Além disso, analisamos o contexto de produção, os recursos de ficção e o contexto de recepção de dois projetos de TV específicos: *Club de Cuervos* (2015-2019) e *La Casa de las Flores* (2019-2020). A análise desses programas de TV mostra a contribuição da Netflix para a produção de séries de TV da América Latina, por meio de projetos inovadores distribuídos internacionalmente. Portanto, o serviço Netflix e sua produção original oferecem uma oportunidade para o reconhecimento e difusão da indústria audiovisual latino-americana.

Palavras-chave:

Séries de TV, Produção televisiva, América Latina, streaming, Netflix

1. Introducción

La industria televisiva contemporánea se caracteriza por la llegada de nuevos agentes que han cambiado la forma de crear, distribuir y consumir proyectos audiovisuales durante la última década (Phalen, 2018). Las plataformas de vídeo bajo demanda – en adelante, VOD – o de *streaming* revolucionan el negocio televisivo al producir series de ficción que se emiten a través de internet, y ceder al espectador la libertad de acceso a las mismas y sin interrupciones publicitarias mediante el pago de una cuota mensual (Douglas, 2015).

Estos servicios establecen una imagen de marca personal gracias a la producción de contenidos originales y exclusivos (Dunleavy, 2018), junto a la adquisición de proyectos producidos por terceros. Dicha identidad, asociada con la calidad televisiva, favorece el liderazgo de dichos operadores – *HBO*, *Netflix*, *Amazon Prime Video* o *Hulu*, entre otros –, porque configura un sello reconocible para la audiencia y les permite competir con otras cadenas a nivel mundial (Jenner, 2014).

En el panorama televisivo descrito destaca el servicio de *Netflix* por la variedad y originalidad de su catálogo, la libertad creativa cedida a los *showrunners* durante el proceso de creación audiovisual, y la dimensión internacional de la producción y distribución de sus proyectos. Siguiendo esta línea, Carrillo-Bernal (2018) expresa: “la producción original de *Netflix* supone un cambio revolucionario en cuanto a cómo se produce y cómo se consume la televisión” (p. 110), y añade que “es una marca global, ya que su servicio está presente en más de ciento noventa países, conocida y con buena reputación, lo que constituye un punto fuerte de su estrategia empresarial” (p. 171).

Por otra parte, incidimos en la repercusión positiva que la plataforma de *Netflix* tiene sobre la creación y producción de series de ficción latinoamericanas, así como en el visionado y reconocimiento de dichos proyectos a nivel mundial. La tradicional representación estereotipada, generalmente de forma negativa, de los personajes latinos en las series de televisión (Ramón, 2016), es superada con la ficción original de *Netflix*: tanto en español – *Club de Cuervos* (Gary Alazraki & Michael Lam, 2015-2019) o *La Casa de las Flores* (Manolo Caro, 2018-2020) – ; como en inglés – *One Day at a Time* (Gloria Calderón-Kellett y Mike Royce, 2017-2019) o *Mr. Iglesias* (Kevin Hench, 2019-) –. Los citados proyectos ejemplifican la innovación temática y formal permitida por los operadores de *streaming*, de manera que “la intersección más productiva entre la representación de los

latinos y la televisión ocurrirá en la era de la digitalización”¹ (Castañeda, 2018, p. 28).

2. Objetivos y metodología

Este artículo estudia las peculiaridades de las estrategias de producción de contenido original de la plataforma de *Netflix*, y las relaciona con sus proyectos desarrollados en Latinoamérica. Con el objetivo de determinar las características de las series de ficción latinas desde un punto de vista creativo, así como su repercusión internacional para la comunidad y la industria latina, se examinan dos proyectos televisivos concretos: *Club de Cuervos* (2015- 2019) y *La Casa de las Flores* (2018-2020).

En el diseño de esta investigación se emplea una metodología cualitativa basada en diferentes técnicas. En primer lugar, se realiza una revisión bibliográfica sobre el desarrollo de las plataformas de VOD y del servicio de *Netflix* (Matrix, 2014; Jenner, 2014, Carrillo-Bernal, 2018), destacando su modelo de negocio (Izquierdo-Castillo, 2015) y los contenidos originales que produce (Wayne, 2018).

Los datos obtenidos son complementados con testimonios extraídos de una entrevista personal en profundidad con Diego Ávalos, Vicepresidente de Contenidos Originales Internacionales para Latinoamérica y España de *Netflix*, y productor ejecutivo de la plataforma en las series de ficción objeto de estudio. Los trabajos de Bernard y Ryan (2010) demuestran que la entrevista es una herramienta que permite recoger datos de calidad y en forma de afirmaciones de manera rápida y eficaz, resultando especialmente útil en el campo de los *Media Production Studies* (Bruun, 2016). Se selecciona el tipo de entrevista semiestructurada: partiendo de una guía de preguntas elaborada previamente, se desarrolla la sesión de manera flexible, introduciendo nuevos temas y cuestiones de interés durante la misma (Flick, 2012). La entrevista es grabada y transcrita con el objetivo de facilitar el análisis de los datos obtenidos. El entrevistado firma un consentimiento informado autorizando el uso de los resultados en el contexto de la presente investigación.

Finalmente se visualizan y examinan las series de ficción *Club de Cuervos* y *La Casa de las Flores*: el contexto de producción, las características de la ficción, y el contexto de recepción. En primer lugar, acudimos a los textos de Caldwell (2008) y Butler (2012) para valorar la influencia del contexto y las estrategias de producción en el resultado final del proyecto televisivo. A continuación, examinamos la narrativa, la estética y la temática de los

¹ En el texto original: “the most productive intersection between Latinx representation and television will occur in this era of digitalization” (Castañeda, 2018, p. 28). Traducción propia en el artículo.

citados proyectos a través de los parámetros que permiten conocer la estructura y los componentes narrativos (Seger, 2004; Chatman, 2013), la realización y el lenguaje audiovisual (Fernández-Díez y Martínez-Abadía, 1999; Sorlin, 2010), y las cuestiones temáticas y de género (Sánchez-Noriega, 2006; Carrasco-Campos, 2010). Asimismo, incidimos en la recepción y repercusión de las series de televisión: los resultados de la crítica y la audiencia, y la participación en festivales y premios. En este punto, resulta imprescindible atender al material complementario de páginas web, redes sociales, prensa y bases de datos para completar el estudio propuesto (Mittell, 2006).

Los resultados obtenidos se presentan estructurados en dos bloques de contenido. En primer lugar, se establece el marco contextual: el servicio de *Netflix* y sus características, y la producción de series de televisión latinoamericanas en la plataforma. El segundo apartado incluye los resultados del análisis de los proyectos de ficción propuestos, organizados según las categorías y subcategorías anteriormente señaladas.

3. Marco contextual

3.1. Servicio de *streaming* de *Netflix*

La plataforma de *Netflix*, fundada en el año 1997, surge como una empresa de alquiler de DVD para suscriptores. Diez años después el operador incorpora el servicio de vídeo bajo demanda en Estados Unidos, ampliando su actividad a Latinoamérica en 2011, y a España en 2015 (Carrillo-Bernal, 2018). En el año 2011 comienza su producción de contenido original, destacando las series *House of Cards* (Beau Willimon, 2013-2018) y *Orange is the New Black* (Jenji Kohan, 2013-2019), que le permiten competir con otras cadenas y plataformas a nivel internacional (Izquierdo-Castillo, 2015; Phalen, 2018). Por lo tanto, “*Netflix* es la compañía que simboliza tanto la transición de los tradicionales videoclubs a los servicios de VOD, como la emergencia de los modelos de exploración audiovisual de carácter global” (Cascajosa-Virino, 2019, p. 203).

En el contexto que nos ocupa, señalamos tres características esenciales de la estrategia de producción de proyectos audiovisuales desarrollada por *Netflix*: (1) originalidad, variedad y libertad, (2) producción *straight-to-series*, y (3) difusión internacional.

3.1.1. Originalidad, variedad y libertad

El servicio de *Netflix*, adoptando el carácter innovador de los canales de cable estadounidenses (Lotz, 2007), fomenta la creación de series de ficción que incluyen temas tradicionalmente considerados tabús en el medio televisivo. Asimismo, el catálogo de la

plataforma también se caracteriza por la variedad de sus productos, que van dirigidos a un público amplio y diverso, cuyo comportamiento es estudiado con la finalidad de adquirir y producir nuevos contenidos según sus gustos e intereses (Fernández-Manzano, Neira, y Clares-Gavilán, 2016).

Entre los factores que contribuyen a la citada originalidad, destacamos la libertad creativa permitida a *showrunners* y guionistas durante el proceso de producción de series de ficción. Estamos ante uno de los rasgos distintivos de la plataforma más atractivos para dichos profesionales (Carrillo-Bernal, 2018). Siguiendo esta idea, Diego Ávalos² (2018) afirma: “Realmente creemos en la visión del creador y que se haga realidad esa visión”.

Por otra parte, la innovación y libertad características de los servicios de VOD también repercuten sobre el visionado de los contenidos. En este caso, el espectador no depende de una programación lineal preestablecida por la cadena, sino que accede al catálogo y selecciona la película o serie deseada, desde el dispositivo, y en el momento y lugar que prefiera (Wayne, 2018).

3.1.2. Producción straight-to-series

La segunda peculiaridad del servicio de *Netflix* que debemos destacar es la contratación de los creadores y del resto del equipo para producir la temporada completa de la serie desde un primer momento. Esta modalidad, denominada *straight-to-series*, no requiere de un episodio piloto previo, y asegura la disponibilidad de un presupuesto real y amplio para cada proyecto (Carrillo-Bernal, 2018, p. 113). Los *showrunners* valoran positivamente dicha opción porque elimina los periodos de espera que suponen los guiones en desarrollo, y el riesgo de la posible cancelación de la serie antes de la emisión de todos los capítulos de la temporada.

Por otra parte, esta característica conlleva el estreno simultáneo de la temporada completa en la plataforma de *Netflix*, una importante novedad en la distribución y consumo de contenido televisivo, que contribuye a fidelizar la suscripción de los usuarios (Phalen, 2018). Asimismo, se fomenta la práctica conocida como atracón televisivo o *binge-watching*: visionar varios capítulos seguidos de una misma temporada o, incluso, su totalidad (Matrix, 2014).

² Todas las referencias y citas de Diego Ávalos provienen de: Diego Ávalos, entrevistado por el autor, 30 de octubre de 2018.

3.1.3. Difusión internacional

El servicio de *Netflix* se caracteriza por la expansión internacional de sus producciones originales, lo que contribuye al reconocimiento y valoración de la marca a nivel global (Wayne, 2018). Esta perspectiva influye en el contenido de las series de ficción que produce: historias multiculturales y conocidas mundialmente, diferentes idiomas, rodajes internacionales. Asimismo, en palabras de Carrillo-Bernal (2018), “su modelo de producción original persigue encontrar talento local que haga buenos programas de televisión que tengan gran impacto fuera del país de origen” (p. 125).

Este modelo de distribución conlleva la promoción de los proyectos televisivos y de sus creadores en diferentes países. Por lo tanto, *Netflix* favorece que profesionales como Carlos Montero y Darío Madrona (*Élite*, España), Manolo Caro (*La Casa de las Flores*, México) o Pedro Aguilera (*3%*, Brasil) tengan un reconocimiento en la industria, la audiencia y la crítica televisiva internacional. Por lo tanto, “ya no es España para España – Antena3, Tele5 o Televisión Española –, ahora es España para el mundo” (Ávalos, 2018).

3.2. Diego Ávalos: Vicepresidente de Contenidos Originales Internacionales para Latinoamérica y España de Netflix

La trayectoria profesional de Diego Ávalos en el campo de la comunicación comienza en el año 2007 en la empresa de medios *Yahoo!* donde, como Jefe de Desarrollo de Negocios, su labor consiste en dirigir las estrategias de contenido – datos, textos y vídeos – orientado a la comunidad hispana en Latinoamérica y Estados Unidos.

El conocimiento de dicho mercado y la experiencia en programación de audiencias favorecen la incorporación de Ávalos a la empresa de *Netflix* en el año 2014, dedicándose a la adquisición de contenido para Latinoamérica. En este contexto se inicia la producción de *Club de Cuervos*, y Erik Barmack³ y Diego Ávalos trabajan juntos en dicho proyecto desde dos departamentos distintos. El éxito de la citada ficción pone de manifiesto las posibilidades globales de la compañía y propicia la creación del grupo *Originales Internacionales*. Aunque este departamento comenzó su trabajo dirigiéndose al mercado latino, en la actualidad ha producido series en más de 30 países.

La labor de Ávalos como Vicepresidente de Contenidos Originales Internacionales para Latinoamérica y España consiste en conocer los países en los que quieren producir,

³ Vicepresidente de Contenidos Originales Internacionales de *Netflix*, hasta su marcha de la compañía en el 2019.

cuántas series y en qué géneros –o agrupaciones de contenido–, y, según sus palabras, “elaborar la estrategia para poder acercarnos a creadores, productores, guionistas, y encontrar esas series que queremos contar y traer al mundo” (Ávalos, 2018). Este profesional ha trabajado como productor ejecutivo en diferentes series originales de *Netflix* como *Club de Cuervos* (Gary Alazraki y Michael Lam, 2015-2019), *3%* (Pedro Aguilera, 2016-), *Ingobernable* (Epigmenio Ibarra, Verónica Velasco y Kate del Castillo, 2017-), *Legend Quest* (Jose C. Garcia de Letona y James Krieg, 2017-), *La Casa de las Flores* (Manolo Caro: 2018-2020), y *Diablero* (Pablo Tébar y José Manuel Cravioto, 2018-).

La producción de una serie de ficción comienza con una idea que generalmente es propuesta por los creativos, aunque existen excepciones como, por ejemplo, la adaptación audiovisual de un libro cuyos derechos han sido comprados por la plataforma. En ambos casos el equipo trabaja con los creadores sobre la historia que se quiere contar: el tono, la visión, el universo, los personajes. Es esencial conocer claramente dichos conceptos antes de aceptar el proyecto.

Posteriormente, el equipo se asocia con los profesionales que ejercen la producción y se firma el contrato para comenzar a trabajar en las diferentes áreas. En este punto, Ávalos (2018) destaca el trabajo que su grupo desarrolla en relación con el contenido:

De nuestro lado, vamos a ayudar a apoyar y brindarle nuestras herramientas a los creadores para que cuenten la mejor versión de su historia. Eso significa leer, escuchar, dar notas, hacer preguntas, para asegurar que se está contando la visión inicial de la cual nos enamoramos para traer a nuestros miembros. Pero también que sea la visión de ese creador, y que todo esté alineado con esa visión, para poder ejecutarla según esos parámetros.

Dicha filosofía está presente desde la redacción de la biblia de la serie de televisión, hasta la entrega del último episodio editado, propiciando una relación natural y fluida entre los ejecutivos de la plataforma, y los creadores y guionistas. De acuerdo con Ávalos (2018), “lo importante es ser siempre transparentes y honestos en ese proceso, son dos cosas críticas para nosotros, para la cultura de nuestra compañía, y lo ponemos también en la manera en que manejamos las relaciones en la comunidad creativa”. Esta dinámica de actuación se resume en dos conceptos que forman parte del código de la empresa: libertad y responsabilidad –*freedom and responsibility*–.

Ávalos (2018) también incide en la capacidad de *Netflix* para evolucionar con la industria y la audiencia, para adaptarse a los cambios, y no limitarse a un patrón preestablecido e invariable. Siguiendo esta idea, el profesional añade:

La belleza en particular de nuestra plataforma es que no estamos programando una grilla de televisión. Nuestra estrategia de programación es muy diferente, y puedes contar lo que la historia te da. No tienes que hacer los famosos 13 o 26 episodios. Tenemos series de 7, 9, 10 episodios. Realmente te vas a lo que da cada historia. Igual ocurre del lado de la duración de

los episodios. Y creo que eso también es una nueva manera de pensar para el creador, para el *showrunner*, para el guionista, y para la industria. Te hace innovar y tener que pensar en nuevas historias y en nuevas maneras de presentarlas.

Finalmente, apreciamos dos características de los proyectos latinoamericanos producidos por *Netflix* en relación con dicha comunidad. En primer lugar, la distribución internacional de las series de Latinoamérica y España permite a la población latina que reside en Estados Unidos una mayor oferta de ficción en español. Además, dichos contenidos también comienzan a impactar en la población no hispana que, a pesar de las barreras idiomáticas, consumen estas ficciones. Por otra parte, valoramos la temática de los proyectos latinos desarrollados por *Netflix* en Hollywood, destacando aquellos que presentan la compleja situación de dicha comunidad en Estados Unidos.

4. Análisis de series de televisión latinoamericanas producidas por *Netflix*

4.1. *Club de Cuervos* (Gary Alazraki y Michael Lam, 2015-2019)

4.1.1. Contexto de producción

Gary Alazraki⁴ dirige y escribe *Nosotros los Nobles* (2013), la película local más taquillera de la historia del cine mexicano, donde muestra los conflictos de las altas esferas del poder. Posteriormente, el cineasta profundiza en dicha temática al desarrollar, junto a Michael Lam, el guion de *Club de Cuervos* que presentaron a *Netflix* (Nájar, 2015).

La plataforma de VOD, por su parte, buscaba extender su producción al mercado latinoamericano y se dirige a Alazraki, atendiendo al éxito fílmico anterior, para crear la primera serie original en español de la compañía. En este caso, el nombre del creador y director, notablemente conocido por el público mexicano, es empleado como reclamo promocional para contextualizar a la audiencia. Siguiendo esta idea, Ávalos (2018) expresa que “en *Club de Cuervos* había un *showrunner*, pero Gary era la visión y el director [...] y va a tomar todas las decisiones [...]”.

Los creadores estaban interesados en contratar a un escritor estadounidense con experiencia en la televisión por cable para ocupar el puesto de *showrunner*. Jay Dyer, veterano guionista y productor ejecutivo de series como *Californication* (2007-2014) o *Andy Richter Controls the Universe* (2002-2003), es el encargado de desarrollar dicha labor. Junto con Alazraki, Lam y dos guionistas más, se configura la primera *writers' room*: “Los primeros días, los cinco nos reunimos y Gaz solo hablaba sobre México: las cosas que quería

⁴ También conocido como Gaz Alazraki.

capturar, las cosas que le preocupaban y entusiasmaban sobre su país”⁵, indica Dyer en una entrevista para el medio digital *Fast Company* (Zax, 2015). El *showrunner* también destaca el trabajo desarrollado en México durante la pre-producción de la serie, que le permitió conocer la cultura y las historias que se querían trasladar a la ficción.

La producción de *Club de Cuervos* fue desarrollada por el servicio de *Netflix* junto a la productora fundada por el director en 2004: *Alazraki Entertainment* (Spangler, 2015). Alazraki expresa sus objetivos en relación a dicha empresa en una entrevista para *Excelsior* (Ávila, 2016):

La misión que tengo es poner una casa productora fuerte a nivel América Latina, y parte importante de eso es tener la habilidad de hacer televisión. La industria del cine está desnuda, pero se complementa con la televisión, y por eso quiero una empresa fuerte, y por eso este proyecto es una carta de presentación muy fuerte.

La producción ejecutiva incorpora a Leonardo Zimbrón y, a partir de la segunda temporada, al actor Luis Gerardo Méndez, con el que Alazraki también trabajó en *Nosotros los Nobles*, y que debuta como director en varios capítulos de la serie (Goldberg, 2015). La primera temporada completa está disponible en la plataforma de *Netflix* a nivel mundial el 7 de agosto de 2015 (Hecht, 2015). La segunda y tercera son estrenadas en el año 2016 y 2017 respectivamente, y el 25 de enero de 2019 se emite la cuarta y última temporada. En este caso, Alazraki declaró que la historia había sido pensada para desarrollarse en cuatro temporadas desde un primer momento (Nájar, 2015). No obstante, el carisma de ciertos personajes ha propiciado la producción de dos *spin-offs*: la serie *La Balada de Hugo Sánchez* (2018-), y la película para televisión *Club de Cuervos: Yo, Potro* (2018).

4.1.2. Características de la ficción

4.1.2.1. Componentes Narrativos

La historia comienza con la muerte de Salvador Iglesias, dueño del club deportivo “Cuervos de Nuevo Toledo”. Tras su fallecimiento, los hijos de Salvador, Isabel –Mariana Treviño– y Salvador Jr. (Chava) –Luis Gerardo Méndez–, emprenden una lucha por el puesto de su padre en la dirección del club de fútbol. El conflicto entre hermanos se acrecienta cuando Mary Luz Solari –Stephanie Cayo–, pareja del difunto, asegura estar esperando un bebé del mismo, y reclama su correspondiente herencia. La falta de madurez y competencia de los hermanos para resolver la situación acaba repercutiendo sobre el buen desarrollo del

⁵ En el texto original: “The first couple days, the five of us gathered and Gaz just talked about Mexico: the things he wanted to capture, the things that concerned him and excited him about his country” (Dyer, 2015). Traducción propia en el artículo.

equipo, provocando problemas entre los jugadores, la junta directiva y los patrocinadores, así como influyendo negativamente en la reputación del apellido familiar.

Los personajes protagonistas, Chava e Isabel, desarrollan el hilo conductor de la historia. Estos hermanos, hijos de madres diferentes, presentan personalidades prácticamente opuestas que deben superar por el bien del equipo, a pesar de las traiciones y engaños que se provocan mutuamente. Salvador es inmaduro, egocéntrico y machista. Isabel es organizada e inteligente, a la vez que calculadora, neurótica y adicta al trabajo.

Los personajes secundarios incluyen diferentes miembros del equipo de fútbol y de su junta directiva. Félix –Daniel Giménez Cacho– es el Vicepresidente de los Cuervos, que intenta lidiar entre los dos hermanos por el bien del club, pero acaba renunciando al equipo. Goyo –Emilio Guerrero– es el director técnico del equipo hasta que es despedido por Chava tras varios conflictos. Rafael Reina –Antonio de la Vega– es el portero del equipo, y esposo y principal apoyo moral de Isabel. Asimismo, destacamos a Paty Villa –Sofía Sisniega–, periodista deportiva; y a Hugo Sánchez –Jesús Zavala–, asistente leal de Chava. También debemos señalar la existencia de diversos personajes esporádicos desarrollados por invitados especiales: exfutbolistas, empresarios y personas públicas de la esfera mexicana.

La serie se desarrolla en cuatro temporadas que presentan entre 10 y 13 episodios. El formato responde a capítulos de 40-45 minutos de duración, con tramas que evolucionan a lo largo de varios de ellos o de la temporada completa, junto con otras autoconclusivas. La combinación de componentes dramáticos y cómicos permite determinar que el género al que pertenece el proyecto es la *dramedy*.

En relación con el espacio, la mayoría de las escenas tienen lugar en el edificio del club de fútbol, tanto en el campo de juego –Estadio Hidalgo y Estado Cuauhtémoc– como en las oficinas. También observamos restaurantes y casas lujosas, que contrastan con otras más sencillas y humildes. Asimismo, los exteriores muestran la oposición riqueza-pobreza a través de diferentes calles y vecindarios. La historia se desarrolla en un pueblo ficticio –Nuevo Toledo–, pero el rodaje tiene lugar en la ciudad de Tepotzotlán, junto con Pachuca de Soto y Puebla, cuyos paisajes completan los espacios que forman parte de la ficción.

El desarrollo de los acontecimientos se presenta de forma lineal y sin elipsis destacables. No obstante, resulta interesante incidir en la inclusión de *flashbacks* muy breves que responden a una intención explicativa; así como otros más extensos como, por ejemplo, el que muestra a un joven Félix cuando Salvador Iglesias padre le propone formarse para convertirse en Vicepresidente del equipo.

La focalización es externa, tipología más frecuente en el contexto audiovisual, y

permite presentar la historia desde un punto de vista variable, en función del personaje y del acontecimiento pertinente en cada caso.

4.1.2.2. Componentes estéticos

Respecto a los códigos visuales de la serie, señalamos planos y movimientos de cámara propios del esquema de realización seguido en la retransmisión televisiva de los partidos de fútbol, así como otros que forman parte de reportajes dentro de la ficción, haciendo patente el protagonismo del medio televisivo en la historia. También apreciamos la libertad creativa permitida, destacando la realización de uno de los episodios que sigue los parámetros del formato del falso documental.

La iluminación incluye patrones de luces altas que proporcionan realismo a las escenas con una finalidad narrativa. Contribuyendo a esta función, también hallamos colores brillantes y variados, junto con el blanco y negro característico de la imagen corporativa del equipo de fútbol. Por el contrario, anotamos una iluminación más tenue y menos saturada en las escenas que muestran recuerdos y pensamientos de los personajes a través de los *flashbacks* anteriormente indicados.

Respecto a la banda sonora, destacamos la labor realizada por los compositores Benjamín Schwartz, con el que Alazraki trabajó previamente en *Nosotros los nobles*, y José de la Parra, que se encargaron de la música y la canción principal de *Club de Cuervos*. Asimismo, apreciamos la incorporación de diferentes temas de artistas latinoamericanos, como *Dale Cuervos*, compuesto especialmente para la serie por el grupo venezolano *Los Tres Tristes Tigres*. Dichas canciones suelen incluirse de forma extradiegética, sin mostrar la fuente que las produce.

En relación con el montaje, hallamos transiciones al corte en la mayoría de los casos. Sin embargo, también apreciamos fundidos a blanco para presentar las imágenes de los *flashbacks* y pensamiento de los personajes, secuencias de montaje que unen diferentes escenas a través de la música –como el descenso del equipo debido a los problemas entre Chava y Goyo–, o insertos de planos fijos con motivos deportivos que sirven para separar diferentes escenas. En este punto, señalamos la inclusión al inicio de cada capítulo de un plano con la imagen de una pizarra y una frase motivadora escrita con tiza como, por ejemplo: “No perdimos el partido, nada más se nos acabó el tiempo”, de Vince Lombardi.

Finalmente, debemos destacar la secuencia de apertura de la serie. El montaje incluye varios planos de corta duración y, en su mayoría, estáticos, que muestran objetos del mundo del fútbol –pelota, campo, gradas, silbato–, junto con otros asociados al poder –sillón

presidencial, copa, trono—. La composición se presenta de forma notablemente marcada por la música, que recuerda a un himno deportivo.

4.1.2.3. Componentes temáticos

El contexto deportivo en el que se desarrolla la historia de *Club de Cuervos* es utilizado como vehículo para incorporar temáticas más complejas, que se muestran sin trabas ni censuras. A pesar del alto componente futbolístico, no estamos ante una serie estrictamente sobre fútbol.

En este punto, destacamos la diferencia de clases que se hace patente a lo largo de la ficción y, especialmente, la lucha por el poder dentro del seno familiar, un tipo de conflicto que podemos encontrar en numerosos ámbitos. Las mentiras, los secretos, las apariencias y la traición protagonizan la relación entre los dos hermanos.

Asimismo, la corrupción, el sexo, las drogas y los problemas con la ley también son temas recurrentes en la mayoría de las tramas. Debemos incidir en el machismo imperante en el mundo del fútbol y en las altas esferas del poder, que se hace patente a través de las dificultades que Isabel halla para acceder a las mismas, y su necesidad constante de demostrar que es válida ante un grupo de directivos formado mayoritariamente por hombres.

Con un humor inteligente Alazraki critica la política, los medios de comunicación y las redes sociales, la televisión, la iglesia, y ciertas costumbres sociales y culturales mexicanas. El director articula dichos componentes temáticos mediante la historia de un club de fútbol que es concebido como motivo de culto y fascinación para el pueblo.

4.1.3. Contexto de recepción

El contenido de la serie es adaptado a un contexto universal, ya que presenta una historia que puede ocurrir en otros ámbitos empresariales e, incluso, sociales. Este hecho facilita la interpretación por parte de la audiencia ya que, como Alazraki expresa en *BBC Mundo* (Nájar, 2015):

No es solamente un asunto deportivo, es lo que sucede en las grandes esferas de la sociedad [...]. Y también en muchas familias, especialmente las que tienen poder y dinero. Es lo que tratamos de hacer, por eso, lo escribimos de esa forma, porque se parece a lo que sucede en muchas regiones.

En relación a la presencia de *Club de Cuervos* en permios y festivales, indicamos la nominación a “Mejor serie de comedia” en los Premios Emmy Internacionales (2018), y el premio a “Mejor serie de comedia” en los Premios Fénix del Cine Iberoamericano (2017).

Por otra parte, en el contexto que nos ocupa resulta destacable que en la primera

temporada de la serie el 25% de la audiencia eran usuarios procedentes de Estados Unidos (Goldberg, 2015). La cifra pone de manifiesto la importante repercusión mundial de esta ficción que, según Ávalos (2018):

Fue un triunfo para la compañía y comprobó la manera en la que podíamos hacer el contenido a nivel internacional. Y también ya veíamos el cambio que iba a hacer *Netflix* hacia el futuro, donde íbamos a tener más miembros fuera de Estados Unidos que en Estados Unidos.

Por su parte, Alazraki también valora la oportunidad brindada por la plataforma para desarrollar una serie de televisión desde su propia productora, demostrando que existen otras opciones gracias a esta nueva tipología de producción y distribución de proyectos audiovisuales (Nájar, 2015).

4.2. *La Casa de las Flores* (Manolo Caro, 2018-)

4.2.1. Contexto de producción

Manolo Caro comienza su carrera en el teatro debutando con el guion y dirección de la obra *No sé si cortarme las venas o dejármelas largas* (2010). La adaptación al cine de esta historia en el año 2013 supone su incorporación a dicho ámbito, donde títulos como *Amor de mis amores* (2014) o *La vida inmoral de la pareja ideal* (2016) completan su filmografía.

Netflix y *La Casa de las Flores* proporcionan a Caro su primera experiencia como creador, productor ejecutivo y director de un proyecto televisivo. El *showrunner* explica la motivación que le lleva a aceptar la propuesta de los ejecutivos de la plataforma en la presentación oficial de la serie (Europa Press, 2018):

Quiero hablar del núcleo familiar, yo tengo un núcleo familiar bastante complicado. Y quiero hablar del matriarcado, que también es parte del núcleo familiar importantísimo en Latinoamérica, y de una mujer que está siempre en la lucha por mantener a la familia unida. Así es como nace *La casa de las flores*.

Esta ficción es la tercera serie original de *Netflix* producida en México, tras *Club de Cuervos* e *Ingobernable*. En la primera temporada, estrenada el 10 de agosto de 2018 a nivel mundial, Caro dirige la totalidad de los episodios y, junto a la supervisión del trabajo realizado en la *writers' room*, compuesta por Daniela Pérez Hernández, Gabriel Nuncio, Monika Revilla y Mara Vargas, el director escribe y firma el guion de tres capítulos. Entre los productores ejecutivos podemos nombrar a Rafael Ley y María José Córdova, con los que Caro vuelve a trabajar en su siguiente proyecto televisivo. Respecto al elenco artístico, destacamos la interpretación de Verónica Castro, famosa estrella de telenovelas mexicanas de los años 80 –*Rosa Salvaje* (1987) o *Los ricos también lloran* (1979)–.

El 9 de octubre del 2018 se anuncia la renovación de la serie por dos temporadas más: la segunda se estrena el 18 de octubre del 2019, y la tercera está planificada para el año 2020.

Además, Caro ha firmado con *Netflix* un contrato de varios años de producción exclusiva para desarrollar otras ficciones con la plataforma, como la miniserie de tres episodios *Alguien tiene que morir* (De la Fuente, 2019).

4.2.2. Características de la ficción

4.2.2.1. Componentes narrativos

La trama de *La Casa de las Flores* gira en torno a la aparentemente exitosa floristería regentada por la familia De la Mora: Virginia –Verónica Castro– y Ernesto –Arturo Ríos–, y sus tres hijos, Paulina –Cecilia Suárez–, Elena –Aislinm Derbez–, y Julián –Darío Yazbek–. La historia comienza con la celebración del cumpleaños del padre, cuando su amante Roberta –Claudette Maillé– aparece ahorcada en la floristería, dejando una carta para Virginia. El suceso revela la vida paralela de Ernesto: su hija ilegítima, Micaela –Alexa de Landa–, y la inversión en un cabaret al que ponen el nombre de la floristería: “La Casa de las Flores”.

Los secretos y disfuncionalidades familiares se presentan a través de diferentes tramas protagonizadas por cada uno de los hermanos De la Mora. La bisesualidad de Julián y su infidelidad a Lucía Dávila –Sheryl Rubio– con el asesor financiero de la familia, Diego Olvera –Juan Pablo Medina–. La infidelidad de Elena –Aislinm Derbez– con el hijo de Roberta, Claudio Navarro –Lucas Velázquez–. La transexualidad del exmarido de Paulina, María José –Paco León–, y cómo esto influye en su matrimonio.

A pesar de que el núcleo familiar completo ocupa el protagonismo de la historia, el personaje de Virginia se halla en el centro del mismo, y en torno a éste giran la mayoría de las tramas desarrolladas. La matriarca de la familia representa la imagen pública de la floristería y, como tal, su objetivo es cuidar de las apariencias y ocultar sus problemas económicos y personales. Estamos ante una mujer valiente y sufridora que, como señala Manolo Caro, lucha por mantener a la familia unida incluso en los peores momentos.

Por otra parte, también resulta interesante destacar al personaje de Paulina, porque representa el nexo de unión entre los dos mundos de *La Casa de las Flores*: la prestigiosa floristería del barrio adinerado y el lúgubre cabaret de la zona baja. Paulina será la encargada de resolver y mediar entre ambas esferas, liderando la dirección de dichos negocios y resolviendo los conflictos familiares.

El proyecto⁶ consta de una temporada de 13 capítulos de 25-35 minutos de duración.

⁶ Durante el presente estudio únicamente se ha considerado la primera temporada de *La Casa de las Flores*, debido a que la emisión de la segunda temporada es posterior a la redacción de este trabajo.

La combinación de contenidos dramáticos y cómicos nuevamente nos dirigen al género de la *dramedy*. La trama principal de la temporada se articula gracias a las subtramas de cada uno de los personajes, que se desarrollan a lo largo de varios episodios.

El rodaje se centra en las afueras de la capital de México, coincidiendo con la localización de la ficción. En este caso, destacamos los espacios interiores donde se desarrollan la mayoría de las tramas: la casa de los De la Mora junto con la floristería, y la sala del cabaret. Ambos lugares, a pesar de tener el mismo nombre en su rótulo, son totalmente opuestos: el edificio de la casa y la floristería es grande y lujoso, decorado con motivos florales en los muebles y las paredes, y rodeado por amplios jardines; el cabaret, en cambio, es un lugar más pequeño y oscuro, con desperfectos en su fachada, y situado en una zona humilde de la ciudad.

El desarrollo de la historia sucede de forma lineal sin elipsis destacables. No obstante, podemos indicar un breve *flashforward* en la primera escena, donde vemos el suicidio de Roberta; o un *flashback* que muestra cómo Paulina descubre a su marido vistiéndose de mujer y, así, se explica la razón de su divorcio.

En relación con el punto de vista, apreciamos una focalización externa que varía en función de la trama desarrollada por cada uno de los personajes. En este punto también es necesario destacar la voz en off de la difunta Roberta, que actúa como un narrador omnisciente en ciertos momentos de la historia, apelando directamente al espectador o al personaje de Virginia. Este recurso ha sido utilizado de forma similar en otras series como *Mujeres Desesperadas* (2004-2012), con la que se ha comparado a la ficción mexicana en algunas críticas (Cobb, 2018).

4.2.2.2. Componentes estéticos

En relación a los códigos visuales, la realización de *La Casa de las Flores* responde a un esquema básico de planos en el que podemos destacar otras tipologías más complejas: plano cenital y picado –jardines de la casa–, plano imposible –desde dentro del ataúd–, o plano nadir –mirando a las estrellas–. Asimismo, señalamos movimientos de cámara realizados con grúas, para mostrar espacios amplios o relacionar dos elementos, y composiciones de encuadre altamente significativas, como los pies colgando de Roberta al suicidarse en la floristería.

La iluminación cumple una función narrativa para proporcionar realismo a las escenas. En este caso podemos contrastar nuevamente la casa familiar, donde la luz es alta y uniforme; y el cabaret, que presenta un ambiente más oscuro, con luces y sombras en

tonalidades rojizas. A pesar de ello, en ambos casos apreciamos una amplia variedad de colores brillantes que preside la mayoría de las escenas.

Respecto a los códigos sonoros del proyecto, se deben anotar algunas características en relación con los diálogos. En primer lugar, destacamos la importancia del lenguaje debido a la mezcla idiomática –español e inglés– propia de los personajes mexicanos, y al cambio de idioma motivado por el personaje afroamericano: Dominique Shaw –Sawandi Wilson–, novio de Elena. Asimismo, se revela imprescindible considerar la forma de hablar de Paulina –entrecortando las palabras por sílabas, lo que aporta sonoridad y ritmo a sus frases–, que ha llegado a convertirse en el rasgo más personal y característico del personaje.

Por otra parte, la banda sonora incluye canciones de la cultura popular mexicana y española, como *El recuento de los daños* de Gloria Trevi, *Maldita Primavera* de Yuri, o *Me colé en una fiesta* de Mecano. La música se presenta de forma extradiegética en la mayoría de las ocasiones, pero también podemos apreciar la inclusión de la fuente que la produce en algunos momentos, como durante los espectáculos del cabaret.

En relación al montaje, anotamos un ritmo rápido favorecido por la transición de los planos al corte. En este punto también resulta interesante destacar la composición de la secuencia de apertura, donde se presentan los personajes a través de retratos manipulados para crear un collage con diferentes motivos florales y animales, formas geométricas y elementos picassianos. Además, en el primer capítulo de la serie se inserta un plano con una frase de Vincent van Gogh que funciona como metáfora de la ficción: “La normalidad es un camino pavimentado: es cómodo para caminar, pero nunca crecerán flores en él”.

4.2.2.3. Componentes temáticos

La temática de *La Casa de las Flores* responde al formato telenovelesco: negocios familiares, conflictos personales, infidelidades y traiciones, mentiras y secretos. Sin embargo, estos clichés se articulan a través de un tono claramente tragicómico e, incluso, satírico, y, además, son utilizados para mostrar otros temas más novedosos en la esfera mexicana, como la transexualidad.

El proyecto incluye una crítica social que permite denunciar la diferencia de clases, los prejuicios raciales y homosexuales, las apariencias y la doble moral. Asimismo, ensalza los valores familiares, la hermandad, el perdón, y la protección de los seres queridos.

Los dos espacios principales de la historia representan las citadas ideas temáticas: la floristería es supuestamente un lugar idílico y perfecto, pero en realidad presenta múltiples problemas y conflictos internos; en cambio, a pesar de la fachada sucia y defectuosa del

cabaret, en su interior encontramos un lugar alegre y acogedor.

Las tramas se sitúan en una atmosfera donde las flores constituyen una metáfora de la familia De la Mora ya que, como indica Caro, a pesar de su belleza, todas tienen espinas. Además, apreciamos la creatividad del título de cada capítulo: el nombre de una flor y su significado, correspondiendo con la temática desarrollada en el mismo como, por ejemplo, narciso –mentira–, o lirio–libertad–.

4.2.3. Contexto de recepción

El proyecto ha recibido una amplia recepción positiva debido, entre otros factores, a que desarrolla una historia familiar que puede aplicarse a cualquier contexto, lo que facilita la empatía e identificación por parte del público. En este sentido, Caro señaló en la presentación de la serie (Europa Press, 2018) que “el amor que se tienen entre ellos es tan genuino y cercano que la gente se puede fácilmente enganchar con ello”.

Por su parte, Ávalos (2018) aprecia la originalidad de la historia y del formato, y cómo esto influye en la expansión internacional de la ficción:

La Casa de las Flores es un culebrón, es un dramón, pero en España lo recibieron con los brazos abiertos, porque es una historia muy diferente . . . La estética, la actuación, pero también la historia en sí . . . Irte a la realidad, cambiar el tono y cambiar valores de producción.

Respecto a la participación en festivales y premios, incidimos en la notable presencia de *La Casa de las Flores* en los Premios Latino 2019. La serie fue nominada a “Mejor miniserie o teleserie cinematográfica iberoamericana”, y ganó el premio a “Mejor interpretación femenina en miniserie o teleserie” gracias al trabajo realizado por Cecilia Suárez.

También señalamos la labor promocional desarrollada por *Netflix*, Caro y los diferentes actores de la serie a través de la red social Twitter. Podemos destacar el tweet en el que el director informa sobre la muerte del personaje de Virginia, debido a la decisión de Verónica Castro de no regresar en la segunda temporada, y promueve el hashtag #QDEPVirginiadelaMora como si se tratara de una persona real.

5. Conclusiones

Los resultados del estudio de la plataforma de *streaming Netflix* y su producción de proyectos originales latinoamericanos, permiten extraer una serie de conclusiones a través de los datos procedentes de la entrevista con Diego Ávalos y del examen de dos productos televisivos concretos: *Club de Cuervos* y *La Casa de las Flores*.

En primer lugar, en este trabajo se deben destacar las peculiaridades del operador que influyen positivamente en la producción de series de ficción latinoamericanas. El carácter innovador de los contenidos originales producidos por *Netflix* contribuye favorablemente al desarrollo de proyectos que abordan historias y personajes latinoamericanos desde una perspectiva alejada de la tradicional telenovela. Asimismo, la modalidad de producción *straight-to-series* resulta especialmente pertinente si atendemos a las series de ficción objeto de estudio, pues garantiza la producción de las temporadas completas, independientemente del riesgo que supone la originalidad de dichos proyectos. Por otra parte, la dimensión internacional de *Netflix* favorece la distribución y reconocimiento de los contenidos a nivel mundial. El servicio da la oportunidad a creadores locales y nacionales de ser conocidos y valorados en otros países, lo que les permite desarrollar una carrera internacional.

En segundo lugar, la estrategia de producción de contenidos desarrollada por *Netflix* hace patente la creatividad y libertad cedida al director del proyecto, guionista o *showrunner*. En este caso, Ávalos destaca la importancia de que los ejecutivos de la plataforma y los creadores trabajen de forma conjunta en torno al concepto que desarrolla la historia, respetando la visión contratada. El Vicepresidente de contenidos latinoamericanos también incide en la expansión internacional del servicio de *Netflix*, y en la contribución a la creación de series de ficción latinas –producidas tanto en Latinoamérica como en Hollywood– que representan a dicha comunidad a través de historias novedosas y poco convencionales.

Siguiendo esta idea, Ávalos (2018) concluye:

Somos una compañía que siempre cambiamos y nos estamos adaptando para pensar cual es la mejor manera de traer esos momentos de alegría a los miembros, y cómo podemos programar de manera diversa el contenido, y traer una diversidad de historias y de talento a nuestro servicio.

Los proyectos de ficción propuestos para su estudio responden a los citados parámetros, y su análisis permite extraer una serie de características comunes para discutir los resultados obtenidos. En primer lugar, a pesar de la contratación de otro *showrunner* en *Club de Cuervos*, ambas series son lideradas por directores de renombre en la esfera cultural y artística de México. Por otra parte, hallamos semejanzas en la historia, pues ambas ficciones comienzan con una muerte repentina que desencadena el conflicto, y en los personajes estudiados, que forman parte de núcleos familiares y empresariales, y responden a estereotipos que evolucionan hacia personalidades más complejas. También podemos destacar la similitud temática: partiendo de la atmósfera de la telenovela –negocios familiares, traiciones, infidelidades, engaños y secretos– se incluye la crítica social hacia las clases altas, el racismo y la homofobia, las desigualdades sociales y las apariencias. En

ambos casos dichos conceptos se articulan alrededor de un elemento –el futbol y las flores– que, a pesar de su importancia en la trama, no marca la temática de la serie.

Por lo tanto, este trabajo hace patente la configuración de un panorama televisivo novedoso que reformula la producción de proyectos audiovisuales gracias a las plataformas de VOD, y promueve relevantes cambios para las series latinoamericanas, su percepción y su alcance. En este punto, se revela interesante ampliar la investigación propuesta con estudios futuros sobre otras ficciones latinoamericanas de producción original de *Netflix* u otros operadores, permitiendo ampliar y contrastar los resultados y conclusiones alcanzadas.

6. Referencias

- Ávila, F. (2 de mayo de 2016). El director Gary Alazraki sigue “criando cuervos” para Netflix. *Excelsior*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://www.excelsior.com.mx/funcion/2016/05/02/1089982>
- Bernard, H. R. & Ryan, G. W. (2010). *Analyzing Qualitative Data*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Bruun, H. (2016). The Qualitative Interview in Media Production Studies. En C. Paterson, D. Lee, A. Saha, & A. Zoellner (Eds.), *Advancing Media Production Research: Shifting Sites, Methods, and Politics* (pp. 131-146). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Butler, J. G. (2012). *Television. Critical Methods and Applications*. (4th ed.). New York: Routledge.
- Caldwell, J.T. (2008). *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. London: Duke University Press
- Carrasco-Campos, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1(9), 174-200. Recuperado el 8 de abril de 2019, de <http://rev.innovacionumh.es/index.php?journal=mhcj&page=article&op=view&path%5B%5D=22&path%5B%5D=42>
- Cascajosa-Virino, C. (2019). Producción propia en las televisiones españolas. Modelos tradicionales y servicios VOD. En C.F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018* (pp. 181-218). Málaga: Caimán Cuadernos de Cine y Festival de Málaga.
- Castañeda, M. (2018). Television and its Impact on Latinx Communities. *The Oxford Handbook of Latino Studies*, 67. Recuperado el 9 de abril de 2019, de <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780190691202.001.000>

[1/oxfordhb-9780190691202-e-28](#)

- Carrillo-Bernal, J. (2018). *Paradigma Netflix. El entretenimiento de algoritmo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Chatman, S. (2013). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Barcelona: RBA.
- Cobb, K. (22 de agosto de 2018). Netflix's 'House of Flowers' is the Mexican 'Desperate Housewives.' *Decider*. Recuperado el 12 de septiembre de 2019, de <https://decider.com/2018/08/22/the-house-of-flowers-desperate-housewives/>
- De la Fuente, A. M. (9 de mayo de 2019). Netflix Signs Up Mexico's Manolo Caro to Exclusive Multi-Year Pact. *Variety*. Recuperado el 12 de septiembre de 2019, de <https://variety.com/2019/tv/global/netflix-signs-mexico-manolo-caro-exclusive-multi-year-deal-1203209704/>
- Douglas, P. (2015). *The Future of Television. Your Guide to Creating TV in the New World*. Studio City: Michael Wise Productions.
- Dunleavy, T. (2018). *Complex Serial Drama and Multiplatform Television*. New York & London: Routledge.
- Europa Press. (2018). Manolo Caro y Paco León presentan 'La Casa de las Flores' [Archivo de video]. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=WFHnN900a7Q>
- Fernández-Díez, F. & Martínez-Abadía, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós Ibérica
- Fernández-Manzano, E. P., Neira, E., & Clares-Gavilán, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso. *El profesional de la información*, 25(4), 568-576. Recuperado el 9 de abril de 2019, de <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/51626/31593>
- Flick, U. (2012). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. (3ª ed.). Madrid: Ediciones Morata.
- Goldberg, L. (28 de octubre de 2015). Netflix Renews First Spanish-Language Original 'Club de Cuervos'. *The Hollywood Reporter*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/netflix-renews-first-spanish-language-835022>
- Hecht, J. (8 de junio de 2015). Netflix's Soccer Dramedy 'Club de Cuervos' Gets Release Date. *The Hollywood Reporter*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflixs-soccer-dramedy-club-de-801067>

- Izquierdo-Castillo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: Estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El profesional de la información*, 24(6), 819-826. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/nov/14.html>
- Jenner, M. (2014). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society*, 18(2), 257-273. Recuperado el 10 de enero de 2019, de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444814541523>
- Lotz, A.D. (2007). *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press.
- Matrix, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and on-Demand Digital Media Trends. *Jeuness: Young People, Texts, Cultures*, 6(1), 119-138. Recuperado el 8 de abril de 2019, de <https://muse.jhu.edu/article/553418/>
- Mittell, J. (2006). Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, (58), 29-40. Recuperado el 8 de abril de 2019, de <http://muse.jhu.edu/article/204769>
- Nájar, A. (7 de agosto de 2015). Cómo será ‘Club de Cuervos’, la primera serie de Netflix en español. *BBC Mundo*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150806_club_cuervos_primera_serie_espanol_netflix_an
- Phalen, P. F. (2018). *Writing of Hollywood*. New York & London: Routledge
- Ramón, J. A. (2016). *Hot, Sexy and Stereotyped: The Relationship Between Latina Representations on TV and Their Audiences* (Thesis). The Faculty of Alfred University, New York, EE.UU. Recuperado el 9 de abril de 2019, de <https://aura.alfred.edu/bitstream/handle/10829/7246/Ramon%2C%20Jasmine%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez-Noriega, J.L. (2006). *Historia del cine*. Madrid: Alianza Editorial.
- Segar, L. (2004). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. (8ª ed.). Madrid: Libros de Cine.
- Sorlin, P. (2010). *Estéticas del audiovisual*. Buenos Aires: La marca editora.
- Spangler, T. (14 de enero de 2015). Netflix Comedy ‘Club de Cuervos’ Starts Shooting in Mexic. *Variety*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://variety.com/2015/digital/news/netflix-comedy-club-de-cuervos-starts-shooting-in-mexico-1201404843/>
- Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video

on-demand portals. *Media, Culture & Society*, 40(5), 725-741. Recuperado el 9 de abril de 2019, de <https://doi.org/10.1177/0163443717736118>

Zax, D. (19 de agosto de 2015). The Creative Team Behind 'Club de Cuervos,' Netflix's First Spanish-Language Series. *Fast Company*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <https://www.fastcompany.com/3049921/the-creative-team-behind-club-de-cuervos-netflixs-first-spanish-language-series>