ICONO14

Universidad Rey Juan Carlos

El lustro dorado del audiovisual español en VOD: producción, contenido y recepción (2020-2024)

The golden five years of Spanish audiovisual media in VOD: production, content and reception (2020–2024)

O lustro dourado do audiovisual espanhol em VOD: produção, conteúdo e recepção (2020-2024)

Jorge Abad-Pérez[1*]

Tatiana Hidalgo-Marí[1**]

[1] Universidad de Alicante, España

[*] Investigador Predoctoral, Universidad de Alicante, España. Email: jap62@gcloud.ua.es (Autor de correspondencia)

[**] Profesora Titular del Departamento de Comunicación y Psicología Social en la Universidad de Alicante, España: Email: tatiana.hidalgo@ua.es

Recepción: 12/03/2025; **Revisión**: 25/05/2025; **Aceptación**: 18/07/2025; **Publicación:** 21/07/2026

Para citar este artículo: Abad-Pérez, Jorge; & Hidalgo-Marí, Tatiana. (2026). El lustro dorado del audiovisual español en VOD: producción, contenido y recepción (2020-2024). *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, *24*(1): e2252. https://doi.org/10.7195/ri14.v24i1.2252

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Resumen

Introducción. El presente trabajo analiza las producciones españolas para las plataformas de video on demand (*VOD*), tomando como ventana temporal el periodo 2020-2024. Se pretende conocer características, patrones y fórmulas comunes en los contenidos con la finalidad de establecer un *know how* propio de la producción española para el *VOD*. **Metodología.** Basado en una metodología mixta que combina el análisis cualitativo con los datos cuantitativos, en el artículo se analizan un total de 325 producciones audiovisuales creadas por las plataformas de mayor alcance en España y se establecen patrones sobre formas, estilos, producción y aceptación del público. **Resultados.** Los resultados apuntan a un interés creciente por la producción audiovisual española para el *VOD*. Todo esto motivado por la demanda de las plataformas y sus audiencias, con unas características productivas propias, que marcan la nueva forma de hacer ficción nacional. **Discusión y conclusiones.** El estudio muestra una evolución en las estrategias de producción y distribución de la ficción seriada española en *VOD*. Prime Video y Atresplayer apuestan por la serialidad, mientras que Netflix prioriza miniseries de alto impacto. El *binge-watching* fragmenta narrativas, y las series documentales ganan espacio. La calidad y diferenciación siguen siendo claves en la recepción del público.

Palabras clave:
VOD; Ficción; Televisión; Producción; Series; Binge-watching.

Abstract

Introduction. This study analyzes the state of Spanish productions for video-on-demand (*VOD*) platforms over a five-year period (2020-2024), aiming to identify common characteristics and patterns in Spanish audiovisual content from the main *VOD* platforms. It seeks to outline the recent landscape for both the industry and the audiences within the streaming universe. **Methodology.** Based on a mixed-method approach combining qualitative analysis with quantitative data, the article examines a total of 497 audiovisual productions created by the leading platforms in Spain. It identifies patterns related to forms, styles, production, and audience reception.

Results. The findings highlight a growing interest in Spanish audiovisual production for *VOD*, particularly in serialized fiction. This trend is driven by platform and audience demand, with distinctive production characteristics shaping the new era of national fiction. **Discussion and Conclusions.** The study shows an evolution in the production and distribution strategies of Spanish serial fiction on *VOD*. Prime Video and Atresplayer are betting on seriality, while Netflix prioritizes high-impact miniseries. Binge-watching fragmented narratives, and documentary series gain ground. Quality and differentiation continue to be key to audience reception.

Keywords:
VOD; Fiction; Television; Production; Series; Binge-watching.

Resumo

Introdução. Este artigo analisa as produções espanholas para plataformas de vídeo a pedido (*VOD*), tomando como janela temporal o período 2020-2024. O objetivo é identificar caraterísticas, padrões e fórmulas comuns nos conteúdos, a fim de estabelecer um *know how* da produção espanhola para *VOD*. Metodologia. Com base numa metodologia mista que combina análise qualitativa com dados quantitativos, o artigo analisa um total de 325 produções audiovisuais criadas pelas plataformas com maior alcance em Espanha e estabelece padrões sobre formas, estilos, produção e aceitação do público. Resultados. Os resultados apontam para um interesse crescente na produção audiovisual espanhola para *VOD*. Tudo isso é motivado pela demanda das plataformas e de seus públicos, com suas próprias caraterísticas de produção, que marcam a nova forma de fazer ficção nacional. Discussão e conclusões. O estudo mostra uma evolução nas estratégias de produção e distribuição da ficção seriada espanhola em *VOD*. O Prime Video e o Atresplayer apostam na serialidade, enquanto o Netflix dá prioridade às minisséries de grande impacto. O binge-watching fragmenta as narrativas e as séries documentais estão a ganhar espaço. Qualidade e diferenciação continuam a ser fundamentais na receção do público.

Palavras-chave:
VOD; Ficção; Televisão; Produção; Séries; Binge-watching.

1. Introducción

El ecosistema audiovisual ha experimentado una transformación sin precedentes con la consolidación del *video on demand*, de ahora y en adelante *VOD*, como modelo dominante de distribución. Este cambio ha supuesto una reconfiguración en las dinámicas de producción y consumo de contenidos, redefiniendo el papel de la televisión tradicional y consolidando nuevas formas narrativas adaptadas al entorno digital (Lotz, 2014; Lobato, 2019). En este contexto, España ha emergido como un actor clave en la producción de ficción seriada para plataformas, estableciendo una identidad propia dentro del competitivo mercado global del *streaming*.

La relevancia del caso español radica en su capacidad para generar contenido original con un impacto tanto local como internacional. Plataformas como Netflix, Prime Video, Max y Movistar+ han realizado una tarea destacable en la producción de contenido en España, por lo que la apuesta por producciones con origen español ha aumentado exponencialmente. Estas se han ido integrando en sus catálogos como parte de sus estrategias de expansión y exportación a multitud de países (Hidalgo-Marí y García-Escrivá, 2024). Sin embargo, este auge plantea una cuestión fundamental: ¿existe un canon audiovisual diferenciado dentro de las producciones originales de *VOD* en España? Y, en caso afirmativo, ¿qué características lo definen? (Hidalgo-Marí *et al.*, 2022).

Resulta significativo que diversos estudios han abordado el impacto del *VOD* en la producción televisiva, explorando aspectos como la serialidad, la representación de género o la evolución de las narrativas audiovisuales (Barrios *et al.*, 2021; Forteza-Martínez y Longhi-Heredia, 2021). No obstante, siguiendo las líneas de investigación anteriormente planteadas por autores como Hidalgo-Marí (2018), se torna necesario y pertinente llevar a cabo un análisis que examine la convergencia entre estrategias industriales, tendencias narrativas y recepción del público en un contexto tan específico como el español.

Por tanto, este artículo propone un estudio de las producciones originales de las principales plataformas de *VOD* en España entre 2020 y 2024, tratando de identificar los patrones de producción y consumo que configuran un posible canon audiovisual propio. A través de un enfoque que combina el análisis de la producción y el contenido narrativo, se pretende ofrecer una aproximación crítica al papel que estas plataformas han jugado en la reconfiguración del panorama audiovisual español.

2. Marco referencial

El auge del *VOD* ha supuesto un cambio estructural en la industria audiovisual, desplazando el modelo de televisión lineal tradicional y modificando las dinámicas de consumo de contenido (Lotz, 2018). Este fenómeno se ha visto reforzado por el desarrollo tecnológico, la proliferación de dispositivos conectados y el crecimiento del *streaming* como forma principal de acceso a la oferta audiovisual (Lobato, 2019). La globalización de los mercados ha permitido que plataformas como Netflix, Prime Video y Max expandan su presencia internacional, promoviendo una reconfiguración del mercado audiovisual (Chalaby, 2016).

En este contexto, los grandes grupos mediáticos han visto en la llegada de las plataformas *VOD* una oportunidad para explotar los contenidos audiovisuales, lo que ha propiciado la convivencia entre televisión tradicional y servicios digitales. Esta estrategia ha facilitado la creación de nuevos modelos de alianzas, diversificando las posibilidades de negocio y transformando la producción de ficción en España (Cascajosa-Virino, 2018a). Además, los gigantes del *streaming* han reformulado sus estrategias, recuperando sus propios productos para distribuirlos exclusivamente en sus plataformas, con el fin de contrarrestar la oferta de grandes proveedores (Komissarov y Sánchez-Narvarte, 2020).

España se ha consolidado como un centro de producción clave en el ecosistema del *VOD*, destacándose en términos de volumen y diversidad de producciones. Informes recientes de The European Metadata Group indican que España se encuentra entre los principales productores de contenido para *streaming* en Europa, con un notable crecimiento en la última década (Schneeberger y Fontaine, 2022). La industria española ha establecido alianzas estratégicas con grandes plataformas para impulsar la producción local y fomentar la internacionalización de sus contenidos (Pedro-Carañana y Albornoz, 2024). Si bien es cierto que la internacionalización del producto español se encuentra en un momento de esplendor, no podemos olvidar que la producción audiovisual para el mercado propio se rige por la lógica de la proximidad cultural (Straubhaar, 1993) y la teoría social de la glocalización (Robertson, 1992), algo que, sin duda, constituye una ventaja evidente a la hora de distribuir los contenidos propios en las plataformas que operan en España.

El periodo comprendido entre 2020 y 2024, que constituye el marco temporal de esta investigación, coincide con lo que podría considerarse el "lustro dorado" de la

producción española en plataformas de *VOD*. Esto es respaldado por varios estudios elaborados por distintas instituciones. Por ejemplo, según el informe *Entertainment and Media Outlook 2022-2026 España* a nivel global el mercado de video *OTT* (*Over-The-Top*) ha mantenido una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 7,6% hasta 2026 (PwC, 2022). De igual forma, se detecta un afianzamiento de las series de ficción en los años 2022 y 2023, con 50 y 53 productos respectivamente (GECA, 2024).

Un caso destacable en el panorama español es Movistar+, que desde una perspectiva estratégica ha integrado la producción entre sus funciones principales, siendo todo una referente en lo que respecta a actuar no solo como distribuidora sino también como productora (Pérez-Rufí *et al.*, 2020). En este sentido, las empresas de televisión en España comenzaron formando alianzas para compartir contenidos en servicios de video a la carta, pero pronto se enfrentaron a las dificultades de esta estrategia a largo plazo (Cascajosa-Virino, 2018b), ya que la diferenciación de contenido terminó convirtiéndose en una ventaja competitiva clave en este nuevo entorno (Doyle, 2015).

La pandemia de la COVID-19 aceleró las tendencias preexistentes en los hábitos de consumo de medios, impulsando un desplazamiento masivo hacia el entorno online y consolidando el *streaming* como la opción principal para el acceso a contenido audiovisual (Comscore, 2020). Igualmente, potenció el auge de fenómenos como el *binge-watching*, y redefiniendo los modelos de producción y distribución para adaptarse a la creciente demanda de contenido digital (Chaudhari y Damle, 2023). Este periodo también tuvo un impacto significativo en la industria, ya que la reducción de producciones y la incertidumbre económica ralentizaron el crecimiento de algunas plataformas. Un ejemplo de ello es Netflix, que a finales de 2020 y principios de 2021 captó 4 millones de nuevos usuarios en el primer trimestre, una cifra menor a los 6 millones estimados (Roig *et al.*, 2021). Al mismo tiempo, el tiempo terminó propiciando la consolidación del *streaming* como modelo dominante y favoreció la experimentación con formatos híbridos, lo que llevó a las plataformas a diversificar sus narrativas para atraer públicos más diversos (Batlle-Beltrán y Mateo-Doll, 2023).

En este contexto se producen las llamadas *Streaming Wars* ("Guerras del *Streaming*"), de hecho, se produce un nuevo capítulo donde la feroz competencia entre plataformas se enfoca principalmente en el objetivo de asegurar la exclusividad de contenido y la captación de nuevos suscriptores. Este escenario forzó a las

plataformas a repensar sus estrategias de contenido, priorizando ciertos formatos y modelos de distribución (Comscore, 2020).

Ante esta situación, la ficción televisiva española ha conseguido vivir una de sus etapas más prolíficas en términos de exportación de series, con numerosos títulos adaptados en otros mercados, demostrando la competitividad de la producción nacional en el panorama global (Diego-González y Grandío-Pérez, 2018). Esto ha impulsado a las productoras españolas a adaptarse a un ecosistema cada vez más globalizado (Robertson, 1992), donde la fragmentación del sector y la dispersión de la producción siguen siendo factores clave en su desarrollo (Hidalgo-Marí y García-Escrivá, 2024). En un ecosistema cada vez más globalizado, es muy destacable el papel de las productoras independientes en la consolidación de la ficción televisiva en España, teniendo en cuenta que el auge del *VOD* está propiciando una transformación estructural en la industria, cada vez más orientada a una modalidad de producción externa financiada (Lacalle y Sánchez-Ares, 2019).

El interés en torno a la ficción seriada ha crecido exponencialmente tanto a nivel mediático como académico. La conversación ya no se produce en foros específicos, sino que a través de las propias redes sociales se genera un debate que no hace más que enriquecer la propia experiencia (Martínez *et al.*, 2021). Por otro lado, esta tendencia ha llevado a un incremento en la cantidad e importancia de la investigación académica sobre las series y miniseries españolas en el siglo XXI (Mateos-Pérez, 2021). De hecho, España lidera la producción científica en español sobre *VOD*, lo que evidencia su importancia estratégica en el ámbito académico y cultural (Abad-Pérez e Hidalgo-Marí, 2025; Segado-Boj *et al.*, 2022).

Diferentes estudios han abordado la transformación del canon televisivo en el contexto del *streaming* (Hidalgo-Marí *et al.*, 2022), la representación de género en la ficción seriada (González-de-Garay *et al.*, 2019) y el impacto de las plataformas transnacionales en el mercado audiovisual español (García-Leiva y Hernández-Prieto, 2021). Este creciente interés por la producción científica desde las ciencias sociales se refleja en la obra de autores como Araüna *et al.* (2017) y González-de-Garay *et al.* (2019), quienes han analizado las narrativas audiovisuales y la representación de género en las plataformas digitales. Asimismo, estudios como los de Clares-Gavilán y Medina-Cambron (2018) y Neira et al. (2024)

han profundizado en las estrategias de producción y distribución en el contexto español, aportando claves para comprender la reconfiguración del ecosistema audiovisual en la era del *VOD*. Mención especial merece el informe de Albornoz *et al.* (2025) que pone de manifiesto la importancia de la producción española en los catálogos de *streaming* internacionales.

En suma, se pone de manifiesto la transformación del panorama audiovisual español, donde el auge del *VOD* ha reconfigurado tanto la producción como el consumo de ficción seriada. La confluencia de factores tecnológicos, económicos y sociales ha posicionado a España como un actor clave en el mercado global del *streaming*, impulsando una nueva era de producción y distribución. La adaptación de las productoras a un entorno dinámico en un periodo tan concreto como 2020-2024, marcado por desafíos y oportunidades, refleja la capacidad de la industria española para innovar y competir en un escenario cada vez más globalizado y competitivo.

3. Objetivos y metodología

El presente trabajo trata de describir el panorama de la ficción española creada para las plataformas *VOD*, desde un punto de vista formal y de contenido con el fin de establecer la existencia de un canon característico de los productos de ficción seriada.

Por tanto, el objetivo general de la investigación sería identificar y analizar la producción audiovisual seriada en las principales plataformas *VOD* en España entre los años 2020 y 2024, centrándose especialmente en la existencia de patrones específicos en cada tipo.

En base a este objetivo general, surgen estos objetivos específicos:

1. Identificar los géneros más predominantes en cada plataforma.
2. Analizar los formatos (series, películas, documentales, programas, ...), duración promedio de episodios, cantidad de temporadas y características de producción.
3. Estudiar la relación entre plataformas y las productoras comunes, observando si hay vínculos habituales.

4. Recabar y analizar las tendencias y patrones recurrentes, destacando posibles cánones de producción.
5. Detectar la recepción del público de estas producciones a través de las principales bases de datos en lo que a audiovisual se refiere: IMDb y Filmaffinity.

Este estudio adopta una metodología mixta que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para analizar los productos originales españoles en las principales plataformas *VOD* en España durante el período 2020-2024. La recogida de datos se llevó a cabo mediante la codificación manual del contenido exclusivo disponible en los catálogos de ocho plataformas *VOD*: Netflix, Max, Disney+, Prime Video, Apple TV, Filmin, Movistar+ y Atresplayer. Se elaboró una tabla de variables estadística *ad hoc* en la que se incluyeron todas las producciones detectadas en el periodo indicado, y se completaron las variables en base a la información que ofrecen las propias plataformas. Además, la recogida se apoyó con otras fuentes documentales, como IMDb o Filmaffinity, en concreto, para obtener datos de valoración, así como para asegurar la exhaustividad y la fiabilidad de los datos.

El análisis abarcó un total de 325 productos de ficción seriada, que incluyen series, miniseries y series documentales. La selección muestral se realizó considerando únicamente producciones originales de origen español, distribuidas en las plataformas objeto de estudio durante el período analizado. Se excluyeron otros formatos, como largometrajes, documentales y programas de entretenimiento, por no ajustarse al enfoque de estudio centrado en narrativas serializadas. Para este análisis, se entiende por serie aquella producción estructurada en múltiples episodios y temporadas, por miniserie una obra cerrada con un número reducido de episodios y sin continuidad, y por serie documental un producto de no ficción que emplea una estructura episódica para desarrollar su contenido.

El estudio se enfoca en ocho dimensiones principales, estas permiten desglosar y categorizar el contenido desde diferentes ángulos, proporcionando así una visión completa de las tendencias y características del período analizado. Son las siguientes:

1. **Plataformas:** Se analiza la distribución del contenido en cada una de las ocho plataformas.

2. **Formatos y Años:** Categorizar el contenido según su formato (serie, miniserie o serie documental) y año de lanzamiento.
3. **Géneros:** Se clasifica el contenido por géneros predominantes, permitiendo identificar tendencias y clasificar en géneros canónicos (drama, comedia, *thriller*, …).
4. **Temporadas, Capítulos y Duración:** Se examina la estructura de las series en términos de número de temporadas, capítulos y duración promedio de cada episodio.
5. **Estado:** Se evalúa el estado actual de cada producción (renovado, finalizado o cancelado y pendiente).
6. **Lanzamiento:** Determinar el tipo de lanzamiento de las ficciones (simultáneo, escalonado y mixto).
7. **Tipo de Producción:** Se distingue entre producciones originales, distribuciones y coproducciones.
8. **Productoras Colaboradoras:** Identificar las productoras involucradas en la creación de los productos analizados.
9. **Valoración del Público:** Se recopilan y analizan las valoraciones del público en bases de datos como IMDb y Filmaffinity para medir la recepción de las producciones.

El enfoque cuantitativo permite identificar patrones, frecuencias y distribuciones a través de las diferentes categorías, mientras que el enfoque cualitativo proporciona un entendimiento más profundo sobre las tendencias y la evolución del contenido de ficción española en el ecosistema *VOD* durante el período de estudio. Al tratarse de un trabajo mixto que combina lo cuantitativo con el análisis de contenido narrativo cualitativo, los resultados se expresan de forma híbrida. Los datos porcentuales y numéricos se utilizan para complementar y fortalecer los hallazgos cualitativos, buscando presentar las conclusiones de la manera más ordenada, comprensible y completa posible. Esta combinación permite no solo capturar las tendencias cuantificables, sino también profundizar en las particularidades y contexto de cada plataforma y producto. En cuanto a la recogida de datos manual, se llevó a cabo previo contraste de datos recogidos y variables y puesta en común de los resultados iniciales, con el fin de validar la claridad del método de recogida y asegurar la coherencia entre los dos investigadores implicados.

La selección de las plataformas responde a un criterio fundamentado en la producción de contenido original, lo que permite observar de manera más precisa las dinámicas de creación en el sector del *VOD*. Plataformas como Netflix, Max, Prime Video, Disney+, Apple TV, Filmin, Movistar+ y Atresplayer participaron activamente en la producción de series, miniseries y series documentales exclusivas. Por el contrario, se ha decidido excluir Mitele y RTVEplay, ya que su modelo de negocio se basa principalmente en la redistribución de contenido previamente emitido en sus canales de televisión tradicionales, sin una apuesta sustancial en producciones originales para sus plataformas. Asimismo, su modelo de distribución gratuita o como complemento de una cadena televisiva convencional difiere significativamente de las estrategias de las plataformas seleccionadas.

4. Resultados

4.1. Formatos, géneros, años y plataformas

Al analizar los datos de las ficciones seriadas españolas propias en las principales plataformas de la muestra, se observa que el formato predominante es la serie, que representa el 58,77% del total con 191 producciones. Le sigue la serie documental, con un 25,54% (83 títulos). En último lugar se encuentra la miniserie, que alcanza un 15,69% (51), un formato en crecimiento en los últimos años. Prime Video y Atresplayer son las plataformas con mayor porcentaje de series, superando el 68% de su catálogo con 50 y 39 obras seriadas, respectivamente (ver Tabla 1). Ejemplos destacados son *Reina Roja* (Prime Video, 2024-presente) y *Nacho* (Atresplayer, 2022). Netflix no se queda atrás, con un 63,77% de su producción en formato serie, lo que equivale a más de 44 títulos, entre ellos *La chica de nieve* (Netflix, 2023-presente). Además, la plataforma sobresale en el formato miniserie, que representa el 20,29% de su catálogo con 14 producciones, como *El desorden que dejas* (Netflix, 2020) y *El caso Asunta* (Netflix, 2024). Por otra parte, las series documentales tienen una presencia notable en Max, Prime Video y Movistar+. En el caso de Max, este formato representa un 47,06% de su catálogo, con obras como *Salvar al rey* (HBO Max, 2022), *Dolores: La verdad sobre el Caso Wanninkhof* (HBO Max, 2021) y *El hombre sin corazón* (HBO Max, 2024).

Tabla 1. *Total de formatos de las producciones seriadas españolas*

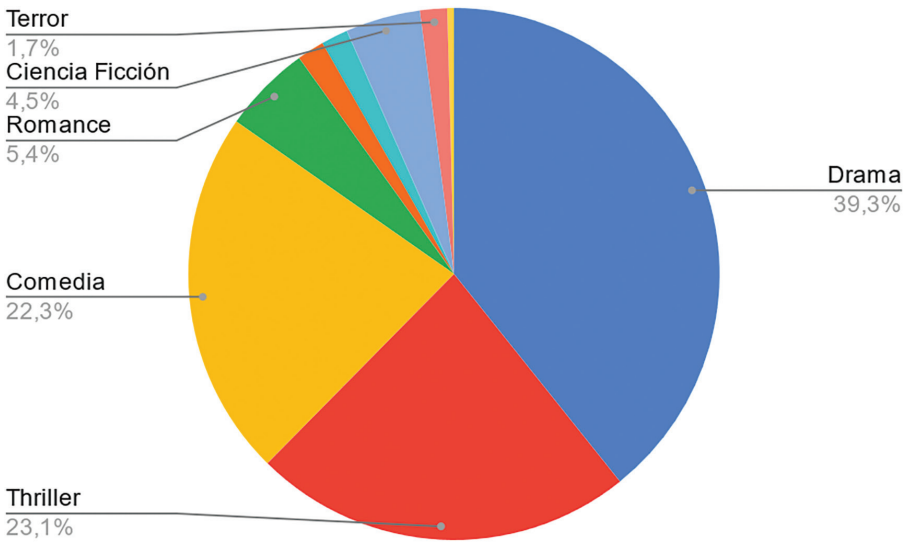
FORMATO	Nº	%
Serie	191	58,77%
Serie Documental	83	25,54%
Miniserie	51	15,69%
TOTAL	**325**	

Fuente: *elaboración propia.*

Por lo que se refiere a los géneros de las series y miniseries españolas, el drama predomina con un 39,3% del total, lo que equivale a 95 producciones. Le siguen el *thriller* y la comedia, con un 23,14% (56 productos) y 22,31% (54), respectivamente. Otros géneros como el romance y la ciencia ficción también presentan porcentajes destacables (ver Gráfico 1). Analizando la distribución por plataforma, Netflix apuesta especialmente por el drama, la comedia y el *thriller*, tendencia reflejada en las últimas temporadas de *Las chicas del cable* (Netflix, 2017) y *Alta mar* (Netflix, 2019-2020). Esta preferencia por los tres géneros mencionados es compartida por Max, Prime Video y Disney+, como se observa en títulos como *Patria* (HBO Max, 2020), *Sin huellas* (Prime Video, 2023) e *Invisible* (Disney+, 2024). De manera más específica, Movistar+ y Atresplayer muestran una inclinación particular por la comedia y el *thriller*, con ejemplos como *Nasdrovia* (Movistar+, 2020-2022) y *La Ruta* (Atresplayer, 2022-presente). Respecto a las series documentales, el género *true crime* domina con un 35,38%, seguido de producciones centradas en temas culturales (26,15%) y deportes (21,54%). Este tipo de contenido destaca especialmente en Max, Prime Video y Atresplayer, con creaciones representativas como *El caso Sancho* (HBO Max, 2024), *Cómo cazar a un monstruo* (Prime Video, 2024) y *El Palmar de Troya* (Movistar+, 2020).

También cabe resaltar la evolución de la oferta por parte de las plataformas a lo largo de los años. En el caso de Prime Video, la producción creció a partir de 2020, alcanzando su punto álgido en 2021 con 18 estrenos. De manera similar, Netflix mostró una evolución progresiva, con su máximo en 2022, también con 18 producciones. Movistar+ mantuvo un ritmo constante entre 2020 y 2024, superando ampliamente las 10 ficciones anuales. Atresplayer lanzó 22 en cuatro años, aunque 2024 registró el menor número. Los casos de Max y Disney+ son paradigmáticos,

Gráfico 1. *Total de géneros de las series y miniseries españolas*

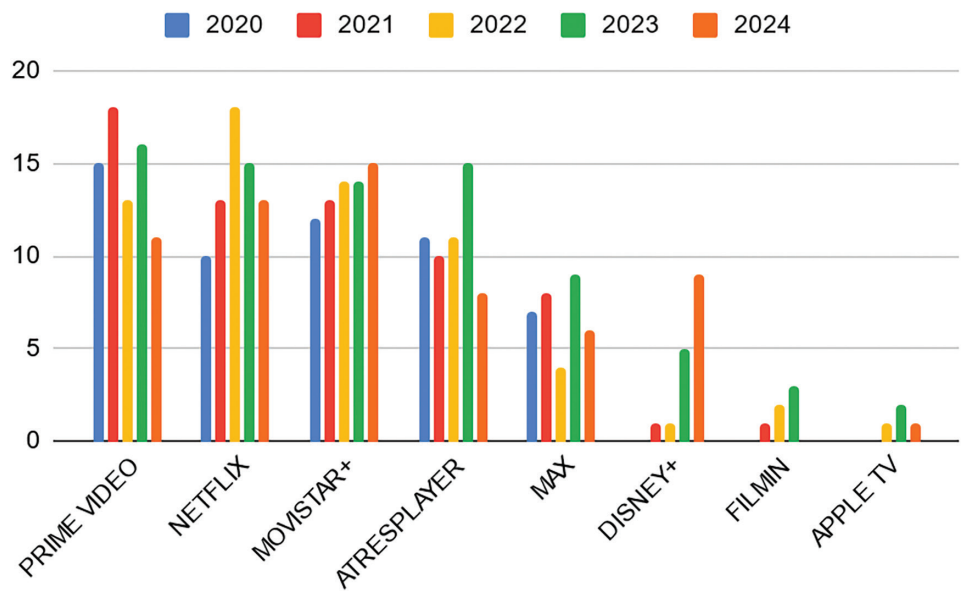


Fuente: *elaboración propia.*

con un notable incremento en 2023 y 2024, mientras que Filmin y Apple TV experimentaron un impulso significativo en los últimos años.

Los datos muestran que Prime Video lidera con un 22,46% del total, equivalente a 73 series, miniseries y series documentales. Le siguen de cerca Netflix (21,23%, 69 casos) y Movistar+ (20,92%, 68 casos). Ejemplos de títulos destacados en estas plataformas son *Inés del alma mía* (Prime Video, 2020), *La casa de papel: Berlín* (Netflix., 2023) o *Rapa* (Movistar+, 2022-2024). Por su parte, Atresplayer (16,92%, 55 casos) y Disney+ (10,46%, 34 casos) han lanzado ficciones de gran repercusión como *Veneno* (Atresplayer, 2020) y *Nos vemos en otra vida* (Disney+, 2024). Finalmente, Filmin (1,85%) y Apple TV (1,23%) representan un porcentaje considerablemente menor. Sin embargo, estos datos descriptivos deben interpretarse con un enfoque retrospectivo y evolutivo para comprender las estrategias de producción de ficción española en estas plataformas. Prime Video, líder en series españolas desde 2020 (Gráfico 1), comenzando con el estreno de *Pequeñas coincidencias* (Prime Video, 2018-2021), una serie con gran éxito y continuidad producida por Atresmedia Studios, Medio Limón y Onza Entertainment. Este título comenzó a consolidar a Prime Video como líder en series originales (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. *Distribución de producciones seriadas españolas en cada año por plataformas*

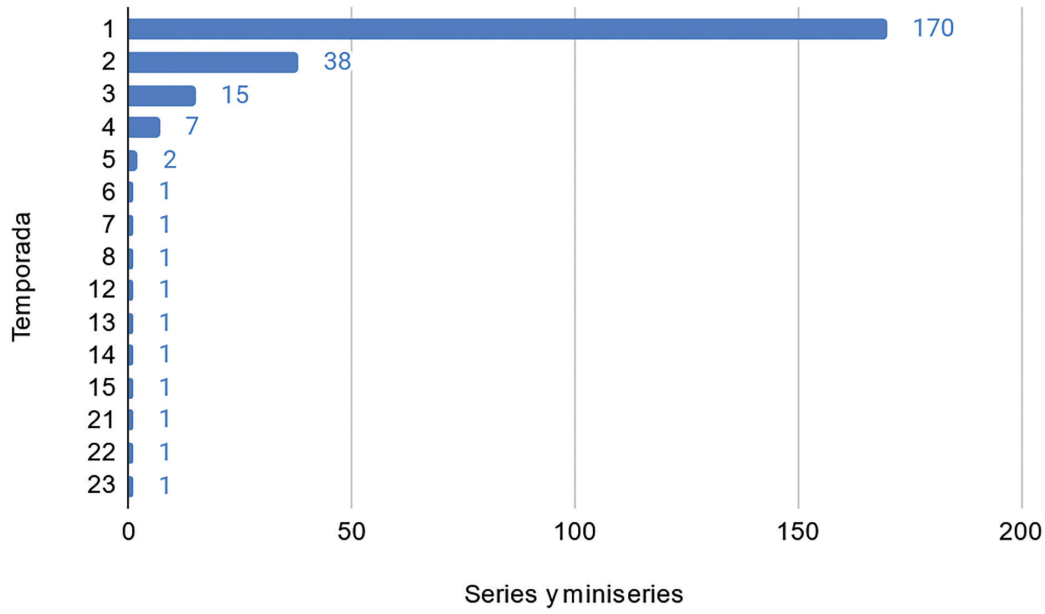


Fuente: *elaboración propia.*

4.2. Características de las producciones, estado, lanzamiento y temporalidad

La mayoría de la obra seriada estrenada entre 2020 y 2024 corresponde a primeras temporadas, representando el 70,25% del total, lo que equivale a 170 productos. Esto contrasta notablemente con las secuelas, donde las segundas temporadas constituyen el 15,70% y las terceras el 6,20%. Además, todas estas ficciones contarían con una media de 8,8 capítulos por temporada y una duración de 39,55 minutos. Predominan las primeras temporadas en las plataformas, especialmente en la series y miniseries: Netflix con un 68,97% (40 ficciones), Max con un 77,78% (14), Movistar+ con un 64,58% (31) y Atresplayer con un 86,05% (37). En los casos de Disney+ y Apple TV, las primeras temporadas dominan completamente con un 100% (13 y 3 productos, respectivamente). Prime Video, sin embargo, muestra una mayor diversidad en cuanto a temporadas, con primeras temporadas representando el 49,06% (26 productos), segundas temporadas el 18,87% (10) y terceras temporadas el 13,21% (7).

Gráfico 3. *Total episodios por temporada de las series y miniseries españolas*

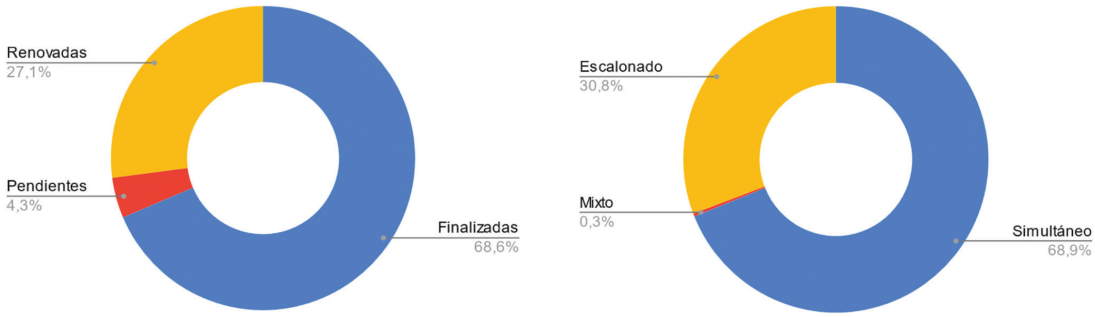


Fuente: *elaboración propia.*

Esa continuidad se ve reflejada en productos con múltiples temporadas como *El Cid* (Prime Video, 2020-2021), *El internado: Las Cumbres* (Prime Video, 2021-2023) y *Pequeñas coincidencias* (Prime Video, 2018-2021) (ver Gráfico 3).

En documentales, predominan las primeras temporadas: 81,93% (68 productos), seguidas por las segundas temporadas, que representan un 10,84% (9). En cuanto a plataformas, las que cuentan con mayor número de lanzamientos de series documentales son Max y Prime Video. En Max, las primeras temporadas constituyen el 93,75% (15 series documentales), mientras que en Prime Video alcanzan el 80% (16 series documentales). Caso a destacar es Movistar+ dado que apuesta por dar continuidad a este formato con un 75% de primeras temporadas (15), 15% de segundas temporadas (3) y 2% de tercera y cuarta temporada (2). Productos como *Luz en la oscuridad* (Movistar+, 2023-presente) e I*nforme*+ (Movistar+, 2021-presente) reafirman esta propensión. Al final, esto refuerza la estrategia de estas plataformas de apostar por nuevos formatos y contenidos en sus primeras etapas, consolidando su catálogo con una oferta variada y renovada (ver Gráfico 4).

Gráfico 4. *Total estado y lanzamiento de las producciones seriadas españolas en las plataformas*



Fuente: *elaboración propia.*

En el quinquenio analizado, se observa que el 68,6% de las producciones (223 productos) finalizaron su emisión, mientras que un 27,1% (88 productos) fueron renovadas y un 4,3% (14 productos) permanecen con su futuro pendiente. Max y Disney+ presentan altos porcentajes de ficciones canceladas o finalizadas, superando el 80%, mientras que las renovaciones no llegan al 15%. Por el contrario, Prime Video y Netflix muestran una tendencia diferente, con menos del 70% de sus producciones finalizadas, siendo las plataformas que más apuesta por la continuidad, con casi un 35,62% y un 26,08%, respectivamente. Series como *Operación Marea Negra* (Prime Video, 2022), *Élite* (Netflix, 2018-2024) y *Valeria* (Netflix, 2020-2025) secundan la tendencia. En cuanto a las plataformas españolas, Filmin finalizó todas sus obras, mientras que Movistar+ y Atresplayer terminaron el 72,06% y el 56,36% de sus productos, respectivamente, renovando un 26,47% y un 34,55%. Sobresalen algunos productos a los que se les ha dado continuidad como *Cardo* (Atresplayer, 2021-2023) y *La novia gitana* (Atresplayer, 2022).

Respecto al lanzamiento, la mayoría de las producciones se estrenaron de manera simultánea con el 68,9% (224 productos), seguida de una estrategia más convencional en televisión, el lanzamiento escalonado con el 30,8% (100 productos). En menor medida, los lanzamientos mixtos con un porcentaje residual de 0,3% (1 producto), siendo una combinación de ambas estrategias. Las *majors* como Netflix, Max, Prime Video, Disney+, Apple TV y Filmin apuestan mayoritariamente por el estreno completo. Netflix alcanza un 98,55% de estrenos simultáneos, mientras que Prime

Video un 84,93%. Sin embargo, Max adopta una estrategia híbrida, con un 20,59% (7 productos) de estrenos escalonados, incluyendo títulos como *Patria* (HBO Max, 2020) y *30 monedas* (HBO Max, 2020-2023). Esta tendencia se invierte en Movistar+ y, especialmente, en Atresplayer. Movistar+ mantiene un equilibrio entre ambos modelos, con un 58,82% de estrenos simultáneos (40 productos) y un 41,17% escalonados (28 productos). No obstante, en los últimos años ha intensificado el lanzamiento semanal en series y miniseries como *Querer* (Movistar+, 2024) y *Los años nuevos* (Movistar+, 2024). Por otro lado, Atresplayer adopta una estrategia enfocada en el estreno escalonado, una práctica heredada de su contraparte televisiva.

Los estrenos de ficción muestran una distribución equilibrada (ver Tabla 2), aunque el cuarto trimestre (octubre-diciembre) concentra el mayor número de lanzamientos (28,62%). Le siguen de cerca el primer y segundo trimestre, con más del 26%, mientras que el tercer trimestre es el de menor actividad (20,93%). Netflix estrena principalmente en verano, mientras que Max, Prime Video y Disney+ concentran más lanzamientos en el cuarto trimestre. En las españolas, Movistar+ se inclina por la primera mitad del año, mientras que Atresplayer mantiene una distribución equilibrada.

Tabla 2. *Fechas de estreno de las producciones españolas en las plataformas*

Trimestre	2020	2021	2022	2023	2024	Total	Porcentaje
1er	11	24	15	20	15	85	26,15%
2o	12	12	14	25	23	86	26,46%
3ro	14	11	14	13	9	61	18,77%
4o	18	17	21	21	16	93	28,62%

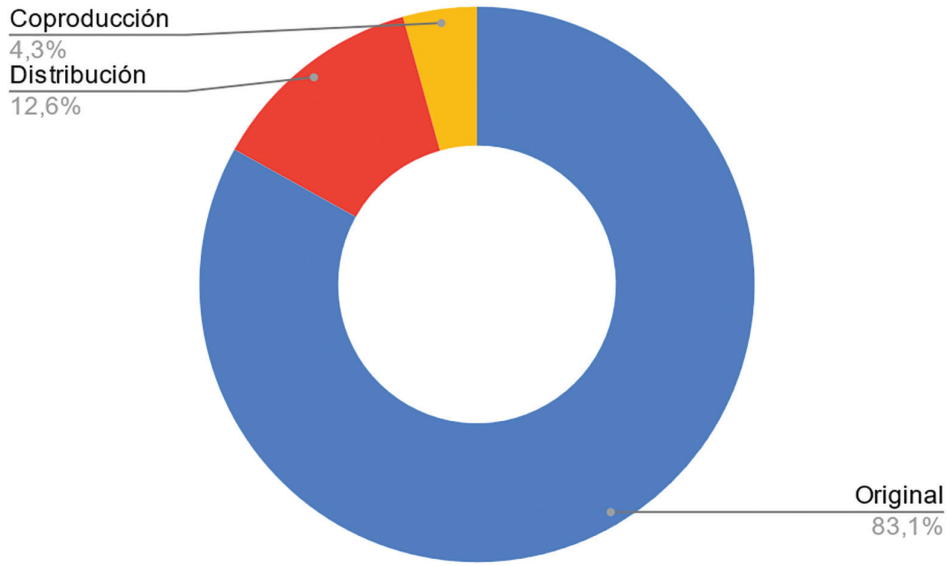
Fuente: *elaboración propia.*

4.3. Tipo de producción y productoras

Las producciones de las plataformas que se han identificado han sido producción propia, coproducción y distribución. La producción propia hace referencia a los proyectos financiados y desarrollados por la plataforma, que posee los derechos exclusivos. La coproducción implica la colaboración con otras compañías, como

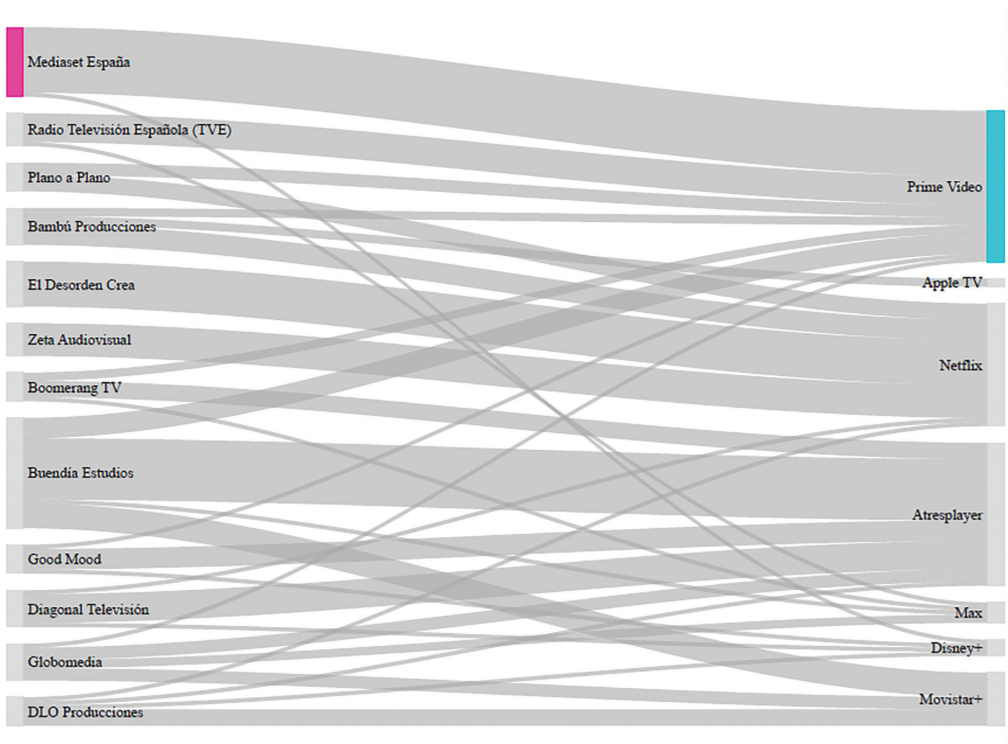
productoras independientes o cadenas de televisión, compartiendo inversión y derechos. Por último, la distribución se limita a la adquisición de derechos para emitir o comercializar contenidos producidos por terceros (ver Gráfico 5). El 83,1% de las producciones (270) son originales de las plataformas, reflejando su apuesta por el contenido propio. Este predominio del contenido original destaca la estrategia de las plataformas por diferenciarse a través de creaciones propias. La distribución representa el 12,62% (41), mientras que la coproducción supone un 4,3% (14). Netflix, Apple TV, Movistar+ y Atresplayer apuestan completamente por originales (100% de sus catálogos), mientras que Disney+ alcanza un 93,75% (15). Max (61,77%, 21) y Prime Video (46,58%, 34) muestra mayor inclinación por los originales, aunque lo combina con distribución y coproducción. Filmin mantiene un equilibrio entre originales (66,6%, 4) y distribución (33,3%, 2). Esta preferencia por el contenido propio permite a las plataformas diferenciarse, controlar los derechos y atraer suscriptores en un mercado cada vez más competitivo.

Gráfico 5. *Total tipo de producción seriada española en las plataformas*



Fuente: *elaboración propia.*

Gráfico 6. *Productoras con más colaboraciones con las plataformas*

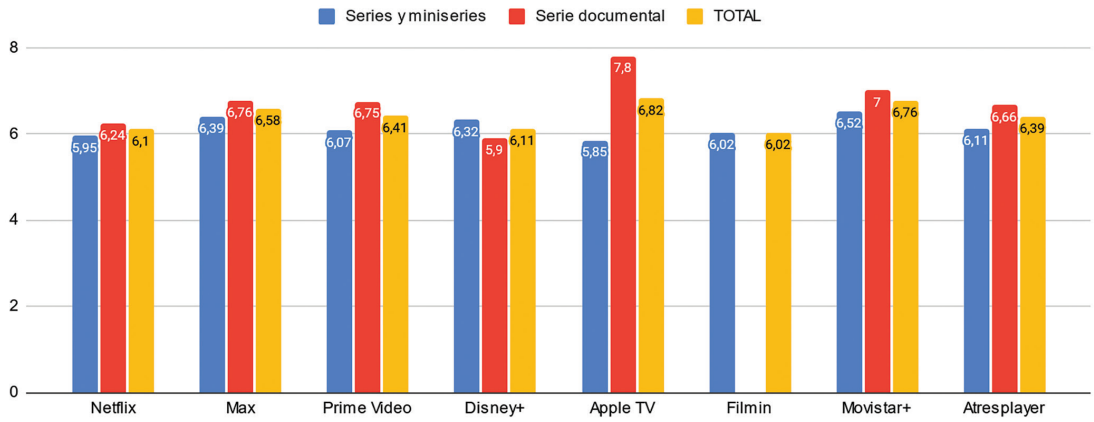


Fuente: *elaboración propia.*

Las productoras más destacadas en la creación de ficciones seriadas españolas para las principales plataformas de *VOD* durante el periodo 2020-2024 reflejan una diversidad de colaboraciones y estrategias (ver Gráfico 6). En total, se han identificado 67 productoras, con Buendía Estudios a la cabeza, sumando 28 participaciones distribuidas principalmente entre Atresplayer (15), Movistar+ (6), Prime Video (5) y Max (1), consolidándose, así como un socio clave en la producción nacional. Ejemplos de su trabajo incluyen *La cocinera de Castamar* (Atresplayer, 2021), *Poquita fe* (Movistar+, 2023) y *El internado: Las Cumbres* (Prime Video, 2021-2023). Mediaset España, con 17 colaboraciones, ha centrado su producción en Prime Video (16 de ellas), con títulos como *Madres: Amor y vida* (Prime Video, 2020-2022) y *La que se avecina* (Prime Video, 2007-presente). El Desorden Crea produce 11 series solo para Netflix, entre ellas *El desorden que dejas* (Netflix, 2020) y *Élite* (Netflix, 2018-2024).

Por otra parte, Diagonal Televisión y Globomedia registran 9 colaboraciones cada una con diversas plataformas, sobresaliendo Atresplayer con 10 realizaciones, entre las que caben mencionar *Luimelia* (Atresplayer, 2020-2021) y *Dos años y un día* (Atresplayer, 2022). Finalmente, Zeta Audiovisual, Bambú Producciones y Radio Televisión Española (RTVE) suman 8 colaboraciones cada una (ver Gráfico 7). Las dos primeras han trabajado especialmente con Netflix, con realizaciones de gran éxito como *Las chicas del cable* (Netflix, 2017). RTVE y Prime Video mantienen una colaboración destacada, lanzando ficciones como *Inés del alma mía* (Prime Video, 2020) y *Sin límites* (Prime Video, 2022).

Gráfico 7. *Notas de las producciones en las principales bases de datos*



Fuente: *elaboración propia*.

4.4. Recepción y valoración de las producciones

La valoración de las producciones en las principales bases de datos, IMDb y Filmaffinity, ofrece una visión de la percepción del público respecto a los distintos formatos disponibles en las plataformas *VOD* durante el periodo 2020-2024. La media general se sitúa en 6,15 en series y miniseries, 6,73 en series documentales y 6,44 en el global de ambas. Al analizar las valoraciones por plataforma, se observan diferencias significativas. Apple TV lidera con una media general de 6,82, con *Real Madrid: Hasta el final* (Apple TV, 2023) (7,8) como la mejor valorada. Le sigue Movistar+ con 6,72, destacando *Antidisturbios* (Movistar+, 2020) (8,0) y *Querer*

(Movistar+, 2024) (8,0). Max alcanza un 6,32, con *Patria* (HBO Max, 2020) (8,05) como su título más relevante. Atresplayer y Disney+ también muestran valoraciones positivas, con medias de 6,42 y 6,11 respectivamente, con *Veneno* (Atresplayer, 2020) (8,05) y *Déjate ver* (Atresplayer, 2023) (7,55) en el caso de Atresplayer, y *Yo, adicto* (Disney+., 2024) (7,75) y *Nos vemos en otra vida* (Disney+, 2024) (7,4) en Disney+. En cuanto a las plataformas con menores puntuaciones, Prime Video registra una media de 5,95, aunque destaca en el género documental con *El desafío: ETA* (Prime Video, 2020) (7,95) y *GEO: Más allá del límite* (Prime Video, 2021) (7,75). Filmin se sitúa en 5,97, sobresaliendo *Selftape* (Filmin, 2023) (7,0). Netflix, con la media más baja (5,81), cuenta con títulos como *Las de la última fila* (Netflix, 2022) (7,3), *El inocente* (Netflix, 2021) (7,25) y *Smiley* (Netflix, 2022) (7,2).

Estos datos sugieren una percepción variable entre las plataformas, con Apple TV y Movistar+ destacando por ofrecer contenido mejor valorado, mientras que Netflix y Prime Video, a pesar de su gran volumen de producción, presentan una media de valoración más baja. Al analizar las obras más destacadas, se observa una fuerte presencia de temáticas centradas en el *thriller*, el drama social y el género documental de investigación. En particular, predominan producciones relacionadas con ETA y el conflicto vasco, como *Patria* (HBO Max, 2020) y *El desafío: ETA* (Prime Video, 2020), reflejando el interés público por la memoria histórica y hechos destacados en España. El drama social mantiene su relevancia con títulos como *Veneno* (Atresplayer, 2020), *Antidisturbios* (Movistar+, 2020) y *Yo, adicto* (Disney+, 2024), mientras que el auge del deporte y la investigación periodística se evidencia en *Real Madrid: Hasta el final* (Apple TV, 2023) y *GEO: Más allá del límite* (Prime Video, 2021). Aunque la comedia y el romance también están presentes, con títulos como *Smiley* (Netflix, 2022) y *Déjate ver* (Atresplayer, 2023), el público prefiere narrativas intensas y de impacto social que inviten a la reflexión.

5. Discusión y conclusiones

En el último lustro, la ficción seriada en el *VOD* en España ha experimentado una evolución significativa. Aunque el período analizado es limitado en términos históricos, se detectan patrones emergentes que permiten comprender las dinámicas que están definiendo una nueva manera de producir y consumir ficción.

Si se atiende a los formatos predominantes en las plataformas *VOD* españolas, se observa que la serie es el principal, seguido a gran distancia por la serie documental y la miniserie. En cuanto a géneros, se detecta cómo el drama se impone como género predominante, seguido por el *thriller* y la comedia. En el ámbito de las series documentales, el *true crime* se consolida como el subgénero más prolífico. Además, desde el año 2020 la producción de ficciones seriadas ha mostrado un crecimiento progresivo, alcanzando su punto más alto en 2023 con 79 estrenos, un indicador claro de la evolución en este lustro. En términos de distribución por plataforma, Prime Video lidera el número de lanzamientos con 73 producciones, seguida muy de cerca por Netflix y Movistar+. Estos datos permiten confirmar las tesis de Cascajosa-Virino (2018b) y los datos del propio informe GECA (2024), que confirmaban la tendencia alcista de la producción de ficción seriada en España.

Ante un escenario de consumo *on demand*, caben destacar las diferencias en las estrategias de continuidad de cada plataforma: mientras que Atresplayer y Max presentan un mayor porcentaje de primeras temporadas, Prime Video y Netflix se destacan por su apuesta por la continuidad. Especialmente Prime Video, priorizando la fidelización del público con narrativas extensas y sostenibles en el tiempo. En contraste, Netflix se inclina por las miniseries, un formato que favorece el consumo rápido y permite captar nuevos espectadores constantemente. En el caso de las series documentales, la tendencia es similar: la mayoría son primeras temporadas, con Max, Prime Video y Movistar+ como las principales impulsoras.

Se ha evidenciado, por otro lado, que las estrategias de lanzamiento también reflejan enfoques diferenciados. Si bien plataformas como Netflix, Prime Video, Disney+, Apple TV y Filmin apuestan mayoritariamente por el estreno completo de temporadas, Max y Movistar+ combinan este modelo con un lanzamiento escalonado, como la televisión lineal. Atresplayer, por su parte, mantiene un enfoque orientado a la emisión episódica, reflejando también una herencia televisiva. En este punto, resulta interesante mencionar que Movistar+, en su doble papel de distribuidora y productora (Pérez-Rufí *et al.*, 2020), abandera una forma de distribuir su propio contenido rompiendo las lógicas del *binge-watching*, algo que, a pesar de parecer contradictorio, la sitúa como evidencian los datos de recepción, como una de las plataformas mejor valoradas en lo que a la producción propia se refiere.

No es baladí mencionar que el fenómeno del *binge-watching* sigue definiendo las dinámicas de consumo, con una clara preferencia por estrenos simultáneos

que permiten a los espectadores consumir temporadas completas en poco tiempo. No obstante, este modelo ha derivado en una fragmentación narrativa, donde la producción masiva prima sobre la longevidad de las historias. De tal forma, se responde a la necesidad de las plataformas de mantener un catálogo en constante renovación, lo que ha generado un entorno en el que muchas ficciones no logran consolidarse, algo que ya se evidenciaba en investigaciones sobre la oferta de productos de los primeros años del *VOD* (Hidalgo-Marí *et al.*, 2022).

Un hallazgo relevante es la creciente apuesta por ficciones seriadas concebidas específicamente para *VOD*, una estrategia esencial para la diferenciación en un mercado altamente competitivo. En este contexto, las alianzas con productoras emergen como un factor crucial. Ejemplos como Buendía Estudios, Mediaset España, Bambú Producciones y El Desorden Crea, y en particular la colaboración de la primera con múltiples plataformas, ilustran cómo estas asociaciones impulsan la diversificación de la oferta y consolidan a las productoras como actores clave en la era del *streaming*. Se denota la importancia de estas colaboraciones para entender la dinámica actual del mercado audiovisual español. Se evidencia, además, la capacidad de adaptación de las productoras españolas a la fragmentación de un ecosistema audiovisual cada vez más fragmentado (Hidalgo-Marí y García-Escrivá, 2024) aunque se aprecia cierta reducción de la atomización que detectaron trabajos previos (Lacalle y Sánchez-Ares, 2019) en aras de las alianzas productora-distribuidora.

En cuanto a la recepción del público, los datos plasman diferencias significativas entre plataformas. Apple TV y Movistar+ presentan los contenidos mejor valorados, mientras que Netflix y Prime Video, a pesar de su alto volumen de producción, muestran una media de valoración más baja. Se detecta, además, que las ficciones mejor valoradas abordan temáticas que van desde el *thriller*, pasando por el drama social y llegando al documental de investigación. Se percibe un interés en explorar la complejidad humana, generar tensión narrativa y reflexionar sobre la sociedad, todo desde distintas perspectivas y con objetivos diferentes. Esta preferencia temática coincide con el volumen de producción que pone en relieve el género dramático frente a la comedia, coincidiendo con las conclusiones de Hidalgo-Marí (2018) que ponían de manifiesto la facilidad de exportar el drama familiar y los dramedias frente a las complejidades culturales de la comedia.

En definitiva, la producción seriada española en *VOD* se encuentra en un proceso de transformación en el que coexisten la apuesta por la continuidad y la

búsqueda de formatos más breves y de alto impacto. Más allá del volumen de producción, la calidad y la diferenciación siguen siendo factores clave en la recepción del público. Sin embargo, el mercado se enfrenta a desafíos significativos, como la creciente saturación del catálogo, la volatilidad de las tendencias de consumo, la fragmentación de audiencias o la convivencia con la publicidad y el auge de los modelos *AVOD*. A medida que el sector evoluciona, será crucial observar cómo las plataformas equilibran la producción masiva con la necesidad de fidelizar a los espectadores, optimizando la rentabilidad de sus contenidos. En este contexto, la capacidad de innovación y adaptación será determinante para el éxito de las plataformas, las productoras y los creadores, quienes deberán encontrar nuevas formas de narrar historias que conecten con una audiencia en constante transformación.

Contribución de los autores

Jorge Abad-Pérez: conceptualización, metodología, análisis formal, curación de datos, investigación, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción-borrador original, redacción-revisión y edición. **Tatiana Hidalgo-Marí:** análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, recursos, software, supervisión, validación, visualización, redacción-revisión y edición, adquisición de fondos. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés en relación con este estudio.

Disponibilidad de datos

El conjunto de datos para el análisis de las producciones españolas para las plataformas de video on demand (*VOD*) (2020-2024) [Dataset]. https://zenodo.org/records/18391774

Referencias

Abad-Pérez, Jorge; & Hidalgo-Marí, Tatiana. (2025). La producción científica sobre VOD y televisión: una metainvestigación sobre el fenómeno global y la producción española. *Documentación de las Ciencias de la Información, 48*, 125–136. https://doi.org/10.5209/dcin.96471

Albornoz, Luis A.; García-Leiva, Trinidad; Gallo, Pedro; & Fernández-Herruso, Juan Ignacio. (2025). *Obra española en servicios de vídeo bajo demanda por suscripción: Disponibilidad y prominencia*. Edición 2025. Grupo de investigación Diversidad Audiovisual, Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en: https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/0087d1c8-a7e1-4850-95da-cd7998f956f0/content

Araüna, Núria; Dhaenens, Frederik; & Van Bauwel, Sofie. (2017). Historical, temporal and contemporary trends on gender and media. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, *9*(2), 177–184. https://doi.org/10.1386/cjcs.9.2.177_7

Barrios Rodríguez, Sara; González-de-Garay, Beatriz; & Marcos Ramos, María. (2021). Representación de género en las series españolas de plataformas de streaming. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, (16), 298–322. https://doi.org/10.18002/cg.v0i16.6304

Batlle-Beltrán, Marta; & Mateo-Doll, Manuel. (2023). Evolución de las plataformas streaming versus salas de cine en España durante y posteriormente a la COVID 19. *Dirección y Organización*, (81), 39–51. https://doi.org/10.37610/dyo.v0i81.651

Cascajosa-Virino, Concepción. (2018a). Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017). *Profesional de la información*, *27*(6), 1303–1312. https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.13

Cascajosa-Virino, Concepción. (2018b). De la televisión de pago al vídeo bajo demanda. Análisis de la primera temporada de la estrategia de producción origi-

nal de ficción de Movistar+. *Fonseca*, (17), 57–74. https://doi.org/10.14201/fjc2018175774

Chalaby, Jean. (2016). Television and globalization: The TV content global value chain. *Journal of Communication*, *66*(1), 35–59. https://doi.org/10.1111/jcom.12203

Chaudhari, Vinayak; & Damle, Madhavi. (2023, March). Impact of Covid pandemic on OTT streaming services. In *2023 Somaiya International Conference on Technology and Information Management (SICTIM)* (pp. 59–63). IEEE. https://doi.org/10.1109/SICTIM56495.2023.10105083

Clares-Gavilan, Judith; & Medina-Cambron, Alfonso. (2018). Development and establishment of video on demand (VOD) in Spain: The case of Filmin. *Profesional de la información*, *27*(4), 909–920. https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19

Comscore. (2020). *Perspectivas globales: Las tendencias digitales y CTV para el 2021*. https://www.comscore.com/esl/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2020/Perspectivas-globales-Las-tendencias-Digitales-y-CTV-para-el-2021

Diego-González, Patricia; & Grandío-Pérez, María del Mar. (2018). El asentamiento de la ficción seriada española en el extranjero (2005-2017). El caso de la adaptación norteamericana de *Los misterios de Laura* desde el punto de vista de sus creadores. *Revista latina de comunicación social*, (73), 828–844. https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1284

Doyle, Gillian. (2015). Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes. *Journal of Media Business Studies*, *12*(1), 49–65. https://doi.org/10.1080/16522354.2015.1027113

Forteza-Martínez, Aurora; & Longhi-Heredia, Sebastián Alberto. (2021). Las plataformas audiovisuales en el panorama español actual: Producción de series de ficción en Netflix, Amazon Prime Video y HBO. In *Comunicando lo esencial en*

la esfera pública: La ética y la deontología como garantía de la función social de los media y sus profesionales (pp. 720–735). Fragua.

García-Leiva, María Trinidad; & Hernández-Prieto, Marina. (2021). Plataformas y política audiovisual: Netflix en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 27*(3), 855–866. https://dx.doi.org/10.5209/esmp.73591

GECA. (2024). *El ecosistema de la producción en ficción*. https://webgeca.geca.es/informes-geca/

González-de-Garay, Beatriz; Marcos-Ramos, María; & Portillo-Delgado, Carla. (2019). Gender representation in Spanish prime-time TV series. *Feminist Media Studies*, *20*(3), 414–433. https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1593875

Hidalgo-Marí, Tatiana. (2018). La comedia familiar española desde la apertura del mercado televisivo hasta el apagón analógico: Formatos, audiencias y producción (1990-2010). *Communication & society*, *31*(2), 39–50. https://doi.org/10.15581/003.31.35713

Hidalgo-Marí, Tatiana; & García-Escrivá, Vicente. (2024). The production of Spanish fiction series for SVOD: Evolution, trends and strategies. *Communication & Society*, *37*(2), 35–48. https://doi.org/10.15581/003.37.2.35-48

Hidalgo-Marí, Tatiana; Segarra-Saavedra, Jesús; & Palomares-Sánchez, Patricia. (2022). Hacia un nuevo canon televisivo: La historia reciente de la ficción española creada para el VOD (2016-2020). *Revista Latina De Comunicación Social*, (80), 119–134. https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1533

Komissarov, Serguei; & Sánchez-Narvarte, Emiliano. (2020). Go big or go home! La integración vertical AT&T-Time Warner. *index.Comunicación*, *9*(3), 35–58. https://doi.org/10.33732/ixc/09/03Gobigo

Lacalle, Charo; & Sánchez-Ares, Mariluz. (2019). "Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y

la concentración vertical". *El profesional de la información*, *28*(1), e280110. https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.10

Lobato, Ramón. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. NYU Press.

Lotz, Amanda. (2014). *The Television Will Be Revolutionized*. NYU Press.

Lotz, Amanda. (2018). *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Michigan Publishing.

Martínez, Ruth; Lacasa, Pilar; & Del Castillo, Hector. (2021). Big and small data: Watching and discussing television series on streaming. *Cuadernos. info*, (49), 331–357. https://doi.org/10.7764/cdi.49.27297

Mateos-Pérez, Javier. (2021). La investigación sobre series de televisión españolas de ficción. Un estudio de revisión crítica (1998-2020). *Revista mediterránea de comunicación*, *12*(1), 171–190. https://doi.org/10.14198/MEDCOM000016

Neira, Elena; Clares-Gavilán, Judith; & Sánchez-Navarro, Jordi. (2024). Keys to streaming success: A theoretical and practical approach to measuring the impact of on-demand content on SVOD platforms. *Visual Review. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, *16*(3), 145–165. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5233

Pedro-Carañana, Joan; & Albornoz, Luis. (2024). Audiovisual diversity and subscription video-on-demand services: Mapping the territory in Spain. In *Political Economy of Media and Communication* (pp. 123–139). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003385516

Pérez-Rufí, José Patricio; Gómez-Pérez, Francisco Javier; & Castro-Higueras, Antonio. (2020). Panorama de las plataformas de televisión OTT: agentes del mercado audiovisual y estrategias comerciales. In T. Baiget (Coord.), *Comunicación y diversidad. Selección de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la*

Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) (pp. 391–403). Valencia: Ediciones Profesionales de la Información S. L.

PwC. (2022). *Entertainment, G. Media Outlook 2022–2026*. https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/assets/global-entertainment-media-outlook-2022-2026-spain.pdf?utm_source=chatgpt.com

Robertson, Roland. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Londres: Sage.

Roig, Antoni; Clares-Gavilán, Judith; & Sánchez-Navarro, Jordi. (2021). Netflix fictional feature film originals: an analysis of release strategies. *Communication & Society*, *34*(2), 125–139. https://doi.org/10.15581/003.34.2.125-139

Schneeberger, Agnes; & Fontaine, Gilles. (2022). *Audiovisual fiction production in Europe 2022 - Figures*. European Audiovisual Observatory. https://rm.coe.int/audiovisual-fiction-production-in-europe-2022-figures-october-2023-a-s/1680ad1ede

Segado-Boj, Francisco; Gómez-García, Salvador; & Díaz-Campo, Jesús. (2022). *Intellectual and thematic structure of communication research in Scopus (1980–2020)*. *Profesional de la Información*, 31(1). https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.10

Straubhaar, Joseph D. (1993). Más allá del imperialismo de los medios. Interdependencia asimétrica y proximidad cultura *Comunicación y Sociedad México*, *18-19*, 67–107.

Nota aclaratoria: en el enlace de disponibilidad de los datos se encuentra toda la información relativa a las citas narrativas de las producciones audiovisuales que se mencionan en el texto.