
Miscellaneous

Tatiana Hidalgo-Marí
<https://orcid.org/0000-0003-4599-5876>
tatiana.hidalgo@ua.es
Universidad de Alicante

Vicente García-Escrivá
<https://orcid.org/0000-0003-3460-7460>
v.escriva@ua.es
Universidad de Alicante

Recibido
23 de mayo de 2023
Aprobado
17 de noviembre de 2023

© 2024
Communication & Society
ISSN 0214-0039
E ISSN 2386-7876
www.communication-society.com

2024 – Vol. 37(2)
pp. 35-48

Cómo citar este artículo:
Hidalgo-Marí, T. & García-Escrivá, V. (2024). La producción de series españolas de ficción para SVOD: evolución, tendencias y estrategias, *Communication & Society*, 37(2), 35-48.
doi.org/10.15581/003.37.2.35-48

La producción de series españolas de ficción para SVOD: evolución, tendencias y estrategias

Resumen

La consolidación de la televisión digital mediante los servicios de *subscription video on demand* (SVOD) ha generado un aumento sin precedentes del consumo de productos de ficción seriada, lo cual ha tenido consecuencias directas en el sector de la producción de contenidos. Ante una audiencia cada vez más exigente, hiperconectada y demandante y una oferta competitiva nunca antes vista, las estrategias de producción y distribución de la ficción televisiva se encuentran en un proceso de cambio y adaptación. El objetivo principal del presente trabajo es analizar la producción de series de ficción españolas creadas para su distribución en plataformas de SVOD. Se pretende conocer el papel que juegan las empresas productoras en la creación de series de consumo en SVOD con el fin de identificar fórmulas de cooperación entre las productoras y las plataformas, así como detectar posibles patrones y tendencias en el funcionamiento del mercado audiovisual de ficción. Mediante una metodología mixta que combina el estudio cuantitativo con el análisis cualitativo de datos, se analizan las 88 series y miniserias españolas estrenadas en las plataformas de SVOD desde 2016 hasta 2021, tomando como punto de partida el año en que estas plataformas empezaron a operar en España. Los resultados confirman una tendencia hacia la cooperación entre productoras externas y las propias plataformas, a la vez que se observa la nula presencia de la producción interna. Asimismo, se pone de manifiesto la atomización del papel de las productoras en el contexto del SVOD, un fenómeno ya existente en la producción televisiva generalista.

Palabras clave

Ficción española, producción audiovisual, serie de televisión, SVOD, televisión.

1. Introducción

La oferta de televisión se ha multiplicado extraordinariamente en las dos últimas décadas de la mano de las tecnologías digitales, lo que ha dado lugar a una progresiva fragmentación de la audiencia televisiva, tal y como ya advirtieron diversos autores (Napoli, 2011; Lotz, 2007; Anderson, 2006). En su fase más reciente, la llegada y rápida popularización de las plataformas de *streaming* no solo ha modificado la forma de ver y consumir televisión, sino que también ha sacudido las bases del panorama empresarial audiovisual. Así, la gran mayoría de operadores y agentes del mercado televisivo han debido adaptarse a los hábitos de consumo de las nuevas audiencias para subsistir en un contexto mediático complejo y competitivo como el actual.

La televisión digital y *online* agrupa un notable abanico de modalidades de oferta audiovisual, de modelos de negocio y de prácticas de usuario (Prado, 2017, p. 127). El concepto *over the top* (OTT), que hace referencia a la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de internet sin la implicación de los operadores tradicionales en la distribución del contenido, está viviendo una cierta desnaturalización de su función original (Prado, 2017, p. 128). Esta descontextualización de la empleabilidad técnica del OTT ha generado “un desplazamiento hacia agentes industriales que articulan contenidos profesionales poniendo en marcha un sistema de financiación basado esencialmente en la publicidad, la suscripción y/o la compra y/o el alquiler de contenidos” (García Leiva, 2019, p. 3, citando a Prado, 2017). En efecto, la profesionalización y el afianzamiento en el mercado audiovisual de los servicios que operan bajo el OTT ha derivado en distintos modelos de monetización del *video on demand*, entre los que destacan los SVOD (*subscription video on demand*), en los que la audiencia paga una suscripción mensual o anual por acceder al contenido, los AVOD (*advertising video on demand*), que basan su política en el acceso gratuito al contenido a cambio de la inserción de publicidad, y los TVOD (*transactional video on demand*), en los que los consumidores compran contenido bajo el formato de pago por visión de forma puntual.

La llegada de Netflix en 2015, unida a las primeras acciones a la carta de Movistar+, supuso el inicio en España de una nueva era televisiva orientada hacia el consumo bajo demanda. Un año después, HBO y Amazon Prime Video, así como el resto de las plataformas que sucesivamente fueron sumándose al servicio *on demand*, terminaron por alterar tanto la forma de consumir televisión como el proceso habitual de programación y, por extensión, de producción de contenidos televisivos. El *flow TV*, o flujo planificado, que Raymond Williams (1974) definió como la estrategia basada en los bloques de programación de los canales de televisión cuya intención era retener y fidelizar audiencias, pierde sentido en el contexto de la televisión *on demand*, en el que el *big data* y los algoritmos de personalización son los únicos flujos válidos para fidelizar, recomendar o visibilizar contenidos atractivos para las audiencias digitales (Heredia-Ruiz, Quirós-Ramírez & Quiceno-Castañeda, 2021). Así pues, el flujo planificado que había caracterizado la estrategia de las televisiones casi desde sus orígenes se ha visto sustituido en los últimos años por la oferta de contenidos a la carta, modificando los posicionamientos estratégicos de los diferentes grupos multimedia, de las cadenas de televisión, de las empresas productoras y, por supuesto, de los propios consumidores.

En un escenario televisivo cambiante en el que el *video on demand* parece liderar la carrera por los contenidos, surgen nuevos intereses, fórmulas y estrategias que condicionan la forma de crear, producir y distribuir dichos contenidos (Telkmann, 2021; Doyle, 2016; Smith & Hendricks, 2010). Las series de televisión, en particular, se presentan como el elemento central en la oferta de las plataformas de SVOD, de manera que podría decirse que el auge del formato seriado de ficción ha resultado determinante en la transición hacia el consumo a la carta, mientras que otros formatos como el *reallity* tienen un gran peso en la televisión convencional (Villegas, 2018; Hidalgo-Marí *et al.*, 2021).

El presente trabajo recoge una investigación realizada desde la óptica de la producción de contenidos que aporta datos sobre empresas productoras, plataformas y estrategias de producción detectadas en el escenario reciente de la ficción seriada española creada específicamente para el SVOD. La finalidad de esta investigación es establecer un estado de la cuestión que dé un paso más en el estudio de la producción y sus distintas formulaciones como elemento determinante de la oferta general de series en las plataformas de SVOD. Para ello, mediante un análisis cualitativo exploratorio apoyado en datos cuantitativos que toma como referencia la totalidad de la ficción seriada española distribuida originalmente en SVOD desde 2016 hasta 2021 inclusive, se presentan algunas de las claves que condicionan de forma estructural la oferta de ficción en las plataformas de SVOD.

2. La producción audiovisual en televisión: un estado de la cuestión

Las empresas productoras de contenidos televisivos han estado presentes prácticamente desde los orígenes de la televisión en España en 1956; si bien en aquellos años su labor estaba únicamente destinada a proveer de contenido a la televisión pública y, por tanto, se registraban pocas productoras dedicadas en exclusiva a la producción para televisión. El análisis de dossieres de prensa (*El País*, 1978, p. 23; *Diario Ya*, s.f.) referentes a las primeras décadas de funcionamiento de la televisión pública española permite constatar que en los años setenta ya existían productoras independientes responsables tanto de programas de entretenimiento como de ficción¹. Por su parte, en la década de los ochenta se produjeron más de 20 series de ficción para ser programadas en horario de máxima audiencia de la cadena pública estatal. Muchas de estas series fueron producidas por empresas externas a TVE (Palacio, 2008, p. 158). Sin embargo, fue con la llegada de las televisiones autonómicas y la aprobación de la Ley de la Televisión Privada en el año 1988, con las que se ponía fin a un monopolio televisivo en España que había durado casi 35 años, cuando se produjo un crecimiento sin precedentes de empresas productoras para televisión (Medina-Nieto, 2018). Precisamente este crecimiento hizo posible sortear las dificultades económicas que sufrían las cadenas nacientes y la propia TVE, que “continuó funcionando con el mismo sistema que durante la etapa monopolística, incrementando su deuda año tras año” (Tijeras, 2005, pp. 112-113).

Como afirma Fernández-Quijada (2009, p. 60), la apertura del mercado televisivo español a las cadenas privadas supuso un aumento significativo del número de productoras de contenidos para televisión, un hecho que hizo habitual la externalización de la producción y, a su vez, ayudó a hacer frente a las limitaciones presupuestarias vigentes en el momento (Artero, 2008; Bustamante, 2003; Bustamante, 1999). En consecuencia, el nuevo modelo de competencia televisiva instaurado tras el fin del monopolio de la televisión pública en España transformó por completo la manera de entender la televisión, no solo en cuanto a programación y flujo planificado, sino también en lo que respecta a la industria publicitaria y a la propia producción de contenidos audiovisuales (Bardají & Gómez, 2004, p. 33). Un texto de Guerrero (2010) hace alusión a la presencia casi exclusiva de la producción interna de las nuevas cadenas en sus primeros momentos, siguiendo el modelo de la televisión pública, a la vez se refiere a una temprana y apremiante necesidad de externalización de la producción para abaratar costes:

Las cadenas contaron desde sus inicios con completos estudios de televisión y una amplia plantilla para basar su oferta programática en contenidos de producción propia interna, es decir, realizados con sus propios recursos técnicos y humanos. Esta concepción de la cadena televisiva como productora y emisora la situaba como un potencial cliente para las productoras independientes, pero también como un competidor más. No obstante, el modelo implantado, copia fiel del sistema imperante en la televisión pública, implicaba unos costes de mantenimiento tan elevados que pronto se reveló económicamente insostenible (Guerrero, 2010, p. 151).

Un revelador estudio de Lacalle y Sánchez (2019) ha señalado la importancia de las productoras independientes en el desarrollo y la consolidación de las series españolas de ficción de la televisión generalista. Una de las grandes conclusiones del mencionado trabajo pone el acento en la atomización de las empresas productoras cuyo funcionamiento está caracterizado fundamentalmente por la dispersión de la producción. Si bien dicho estudio se centra en el análisis de la producción para la televisión generalista, sus autoras, siendo conscientes de la migración del consumo televisivo hacia el *video on demand*, han augurado que:

La incursión en la producción propia de los distribuidores de ficción en *streaming* (Netflix, Amazon Prime Video, etc.) y de los teleoperadores (Movistar+), con una clara apuesta por la televisión de nicho, prefiguran una reconfiguración cuyo alcance a medio y largo plazo

¹ Aldebarán Films S. A. como responsable de la serie *Cañas y barro* (1978); Telestar S. A. como responsable de *Curro Jiménez* (1976) o Pax Films S. A. como responsable de *El juglar y la reina* (1978), entre otras.

parece indisolublemente ligado al futuro, [...] de la televisión generalista en abierto (Lacalle & Sánchez, 2019, p. 7).

En efecto, los gigantes del mercado en *streaming* en España, abanderados por plataformas como Netflix o HBO, han forzado a las cadenas de televisión generalista a replantear sus estrategias de programación de contenidos y sus flujos planificados (Heredia-Ruiz, Quirós-Ramírez & Quiceno-Castañeda, 2021). Así, estas cadenas han reformulado sus planteamientos, entre otras cosas, recuperando sus productos para distribuirlos en sus propias plataformas con el fin de contrarrestar la oferta de los grandes proveedores de SVOD (Komissarov & Sánchez-Narvarte, 2019; Alcolea-Díaz *et al.*, 2022). Pero, sobre todo, han influido en el planteamiento estratégico de otros operadores, en especial de televisión de pago, como Movistar+, que ha incluido la función de la producción entre sus cometidos principales, convirtiéndose en productora a la vez que en distribuidora (Pérez-Rufi, Gómez-Pérez & Castro-Higueras, 2020, p. 397).

Este escenario de competencia ha provocado que la respuesta de las grandes plataformas de pago en España sea la apuesta por la producción original y exclusiva, una característica constante en los años más recientes en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video o HBO, que ya ha evidenciado otros trabajos (Hidalgo-Marí, 2020; Hidalgo-Marí *et al.*, 2021). Sin embargo, en este contexto competitivo también se han desarrollado estrategias cooperativas propias del *win to win* que demuestran que las alianzas y la cooperación entre agentes implicados es, probablemente, el mecanismo de supervivencia en un mercado tan incierto como el del audiovisual actual. Según afirman Pérez-Rufi, Gómez-Pérez y Castro-Higueras (2020),

La industria audiovisual, como sector central en los grupos multimedia, es muy consciente de la situación del mercado y de su inestabilidad. La introducción en el mercado español, pero también internacional, de las plataformas OTT ha conducido a alianzas y convergencias inesperadas, así como arriesgadas apuestas por productos y servicios cuya rentabilidad y viabilidad están aún por ver (2020, p. 7).

Este fenómeno ya lo anticipó Cascajosa-Virino al considerar que la producción de ficción en España se encuentra en un momento “extraño” en el que las relaciones de competencia se están volviendo, a su vez, cooperativas, aliándose los operadores tradicionales con los nuevos agentes en busca de “la explotación conjunta de los contenidos a través de fórmulas cada vez más sofisticadas de producción y distribución” (2018a, p. 21). Buen ejemplo de ello son las series producidas por encargo de televisiones generalistas que posteriormente han sido trasladadas con éxito a plataformas de SVOD, como se detalla en un artículo de Arriaza Ibarra y Navarro (2022) sobre los casos *El ministerio del tiempo* y *La casa de papel*, entre otros.

Conocer y estudiar el papel de las productoras en el vasto ecosistema en el que operan supone un reto investigador, pero también una necesidad para comprender el funcionamiento del mercado, así como de las fórmulas estratégicas de las que derivan las producciones. Al fin y al cabo, como afirmó Siri (2016) en un trabajo sobre Netflix que resulta aplicable al resto de plataformas:

Netflix [ni cualquier otra plataforma] no existe de forma aislada sino como elemento de un ecosistema donde mantiene relaciones de competencia, de dependencia y de colaboración con otros actores de la industria, tanto tradicionales como nuevos (2016, p. 49).

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es analizar la producción de ficción televisiva española creada originalmente para su estreno y distribución en plataformas de *video on demand*. La finalidad de este análisis es conocer el contexto y la evolución de la producción de este tipo de contenidos, todo ello con la intención última de contribuir al estudio del estado actual del sector de la producción audiovisual en España. Este objetivo principal deriva en una serie de objetivos específicos. En primer lugar, conocer el papel que juegan las empresas productoras

en la creación de series de consumo en el SVOD (OE1). En segundo lugar, identificar fórmulas de cooperación y de relación empresarial entre las productoras y las plataformas de distribución (OE2). Y, por último, detectar posibles patrones y tendencias en lo que al funcionamiento del mercado actual de ficción seriada se refiere (OE3).

Para dar respuesta a los objetivos expuestos se aplica un método que combina el estudio cualitativo, de carácter exploratorio, con un planteamiento cuantitativo. Esta metodología mixta, diseñada *ad hoc*, forma parte de una investigación más amplia en la que se han registrado todas las series de ficción estrenadas en España en plataformas de SVOD desde 2016 hasta 2021. El inicio de este marco temporal coincide con el primer año en el que una de las grandes plataformas de SVOD globales, Netflix, estrenó su primera serie original de producción española.

Para la creación de la base de datos específica, el equipo investigador ha recurrido a los catálogos digitales de las propias plataformas, completando esta información con datos disponibles en las principales bases de datos Internet², y se ha procedido al análisis y clasificación de todos los títulos estrenados.

La muestra final arroja un total de 80 series españolas estrenadas en las plataformas SVOD desde 2016 hasta 2021, incluyendo miniseries, un formato en boga en el contexto de la producción televisiva digital. Se han excluido otros formatos de ficción, como telenovelas, telefilmes y similares, por considerar que desbordan los cometidos iniciales de esta investigación.

Recogida la muestra, se ha sometido cada una de las series a un análisis de categorías creadas *ad hoc*: 1) año de emisión; 2) plataforma de estreno; 3) productora/as; 4) número de capítulos; 5) número de temporadas emitidas; y 6) duración de los capítulos. Una vez realizado el análisis de dichas categorías, se ha procedido a clasificar la naturaleza de la relación productora que ha dado lugar a cada serie en base a los siguientes criterios:

- Producción externa: aquellas series producidas por una única productora externa independiente, es decir, sin vinculación empresarial directa, estable y exclusiva con la plataforma, que es quien financia la totalidad de la producción.
- Coproducción entre productoras externas: aquellas series producidas de forma colaborativa (independientemente de su porcentaje de participación) por más de una productora externa sin vinculación empresarial directa, estable y exclusiva con la plataforma, que es quien aporta la totalidad de la financiación de la producción.
- Coproducciones entre productoras y plataformas: series en las que la producción se ha realizado de manera conjunta entre una (o más de una) productora externa y una plataforma (o bien una productora o estudio filial de esta última), que, además de su participación directa en la producción, aporta la totalidad de la financiación.

Estas categorías de clasificación derivan de una adaptación de las tipologías de producción televisiva propuestas por Fernández-Quijada (2013, p. 105), quien identificaba tres tipos de producción: producción interna, producción externa y coproducción, y producción ajena. Al someter esta tipología a las necesidades del presente análisis, se ha estimado conveniente dividir la producción externa y coproducción propuesta por Fernández-Quijada en tres categorías diferentes, a la vez que se ha prescindido de la producción ajena (o producción independiente sin acuerdo de financiación previo) dado que, como señalan Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (1999), en la práctica este tipo de producción no existe en España. Además, tras la clasificación inicial, se ha prescindido de la etiqueta de producción interna. Si entendemos la producción interna como series que han sido producidas por la propia plataforma, ya sea de forma directa o mediante una productora o estudio filial, sin participación de productoras externas, se observa que en las producciones españolas del SVOD no se da esta fórmula³.

² Se han consultado las bases de datos The Movie Db, IMDb y AllMovie, así como Filmaffinity, con el fin de corroborar y contrastar información disponible en los catálogos digitales de las propias plataformas objeto de estudio.

³ Esta ausencia se corresponde con el declive de la producción puramente interna que ya auguraron Lacalle y Sánchez (2018) en su estudio sobre la producción para televisión convencional.

Los resultados que se exponen a continuación permiten comprobar el peso de cada uno de los tipos de producción analizados en el escenario productivo de ficción española para el SVOD, y recogen tanto el número de series producidas en cada categoría como las especificaciones cualitativas de cada fórmula⁴.

4. Resultados

El análisis de la producción total de ficción española en el periodo ventana estudiado (2016-2021) indica que se han estrenado un total de 80 ficciones televisivas seriadas en plataformas SVOD. Estos estrenos presentan un escenario dinámico que, cuando se analiza de forma diacrónica, muestra un marcado cambio de tendencia en lo que a la orientación de la producción española se refiere, tal y como ya indicaba un trabajo de Mateos-Pérez y Sirera-Blanco (2021, p. 5). Al comparar los datos obtenidos en nuestro estudio con los aportados por el citado trabajo respecto de la producción de ficción seriada española para televisión convencional (2021, p. 6), observamos que en el primer año que conforma nuestra muestra (2016) la producción para SVOD era residual, con un único caso frente a 16 producciones para la televisión convencional. A medida que avanza el tiempo, la apuesta por la producción de ficción seriada española exclusiva para plataformas de SVOD crece de manera significativa, hasta el punto de superar a la producción para televisión convencional. 2017 y 2018 son los años con mayor volumen de producción para televisión convencional, con 30 y 32 casos respectivamente, coincidiendo también con una apuesta tímida pero creciente por la producción para el SVOD, con 3 y 10 casos respectivamente. 2020 es el primer año en el que por primera vez la producción para el SVOD supera a la producción para televisión convencional, con 29 casos frente a 21. El último año del estudio, a pesar de que desciende el número de estrenos en plataformas (21 casos), estos siguen siendo superiores a los de la televisión convencional (15 casos), constatando el distanciamiento entre ambos soportes. Debemos tener en cuenta que 2020 fue un año marcado por la pandemia por Covid-19 y que las consecuencias del parón social y laboral afectaron notablemente al sector audiovisual, algo que explicaría que los estrenos de ficción en general descendieran en 2021.

4.1. Panorama de la producción de ficción española para SVOD

En la ventana de seis años que forma parte del presente estudio, en España se han producido un total de 80 series de ficción creadas para las plataformas de *video on demand*, de las cuales 61 (76 %) son series de seis o más episodios y 19 (24 %) se han identificado como miniseries de cinco o menos episodios⁵. Estos datos generales suponen una emisión en total de 785 episodios creados expresamente para el consumo *on demand*, repartidos en 104 temporadas, generando un total de más de 33 000 minutos de contenidos.

Si atendemos a la evolución por años, observamos una marcada tendencia al alza, caracterizada por un modesto despegue en el año 2016 (un único caso), seguida de 3 casos en

⁴ Como nota metodológica, es necesario señalar que, tras el desglose por tipologías y el análisis de la naturaleza de cada una de las productoras contempladas en este estudio, se ha detectado un caso especial. Se trata de la productora Buendía Estudios, la segunda en volumen de producciones de la muestra, una empresa creada en 2020 mediante una alianza al 50 % entre los grupos multimedia Atresmedia, que integraba de este modo la ya existente Atresmedia Studios, y Telefónica España, a través de Movistar, con el fin de generar contenido tanto para plataformas ajenas a ambos *holdings* como para la emisión en sus propios canales (como las plataformas Atresplayer y Movistar+). En la práctica de su funcionamiento empresarial, esta productora actúa de forma externa, sin vinculación directa y exclusiva con ninguna plataforma. Por tanto, en esta investigación se ha considerado Buendía Estudios como una productora independiente en el sentido amplio.

⁵ Dada la disparidad de criterios y la ambigüedad existente a la hora de establecer los límites entre serie y miniserie, hemos optado por seguir las directrices de la Academia Nacional de Ciencias y Artes Televisivas de los Estados Unidos para los Premios Emmy. Así, una producción de ficción se encuadra en la categoría de serie si cuenta con un mínimo de seis episodios, considerándose miniserie (o "limited/anthology series" en la denominación más reciente de la academia) cuando el número de episodios es de dos a cinco (National Academy of Television Arts & Sciences, 2022, pp. 50-51).

el año siguiente. A partir de este momento, se produce un aumento progresivo que sitúa en 21 casos el total de series estrenadas en el último año que recoge la muestra (2021).

Al examinar específicamente las plataformas de destino de las series, observamos que la plataforma más prolífica a la hora de estrenar ficción española ha sido Movistar+, con un total de 28 series, seguida de Netflix España, con 16 estrenos. Por su parte, Atresplayer ha estrenado 11 series, mientras que HBO y Amazon Prime Video presentan 10 casos cada una (ver Tabla 1).

Tabla 1. Producciones españolas estrenadas en plataformas por años.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Atresplayer				1	8	2	11
Filmin					1	1	2
HBO		1		2	5	2	10
Movistar+		1	8	7	5	7	28
Netflix	1	1	1	5	3	5	16
Orange TV					3	-	3
Amazon Prime Video			1	1	4	4	10
Total	1	3	10	16	29	21	80

Fuente: elaboración propia.

En términos generales, se aprecia un crecimiento significativo en la producción de ficción por parte de las plataformas, si bien el año 2021 (especialmente afectado por las consecuencias de la pandemia de Covid-19) supuso un descenso global. No obstante, los datos del último año analizado permiten observar que las plataformas de SVOD de mayor producción (Netflix y Movistar+) presentan un ligero crecimiento. El caso de Atresplayer resulta destacable, puesto que tras estrenarse en la producción para SVOD con una única serie en 2019, produjo 8 series en 2020, liderando la apuesta por la ficción española en ese año. Sin embargo, en 2021 su producción desciende considerablemente, registrando únicamente dos estrenos. Orange TV, por su parte, tras una apuesta por la producción en 2020, deja de producir en 2021.

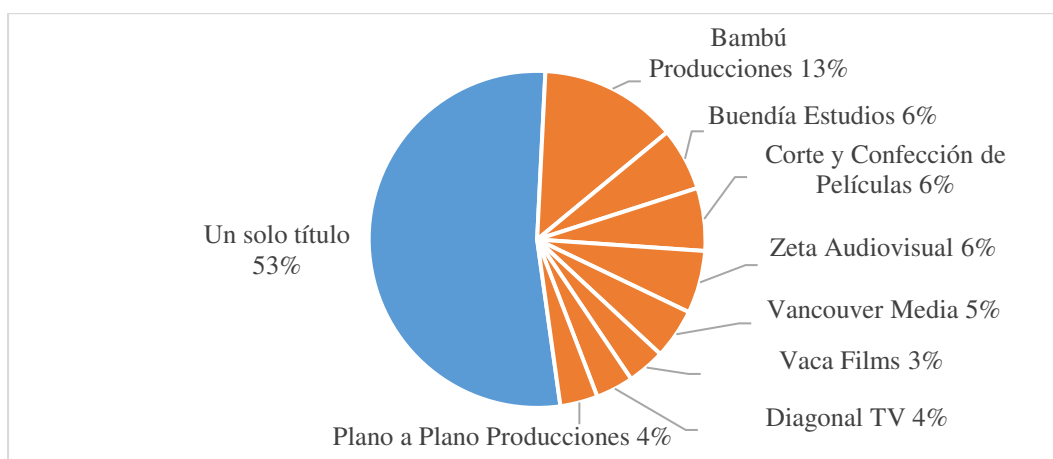
Mención especial merece el caso de HBO, que presenta un descenso superior al 50 % de su producción previa (pasando de 5 estrenos en 2020 a 2 en el último año de estudio). No obstante, un análisis más amplio sobre la producción de HBO en 2021 permitiría hablar de una apuesta por otro tipo de estrenos, como la ficción documental, un género que no ha sido contemplado en el presente trabajo. Por su parte, Amazon Prime Video y Filmin se mantienen constantes en lo que a volumen de producción se refiere.

Un análisis pormenorizado de los géneros predominantes nos indica que las producciones españolas para el *video on demand* apuestan por el drama como género prioritario, representando un 55 % (44 casos) del total de ficciones registradas, seguida del *thriller*, que representa un 21 % (17 casos). Vemos, por tanto, que el 76 % de los casos se distribuyen entre el drama y el *thriller*, poniendo de relieve el protagonismo de estos géneros en la oferta general del SVOD. La comedia, por su parte, ocupa el 19 % de la muestra analizada (15 casos), mientras que otros géneros como la ficción histórica (2 casos) o el terror (2 casos) apenas adquieren relevancia en la producción española de ficción para el SVOD.

El estudio de las empresas productoras que están detrás de la ficción televisiva creada para plataformas desde 2016 hasta 2021 muestra que existen un total de 83 productoras que han contribuido al desarrollo de estos contenidos. Sin entrar por el momento a valorar las relaciones de colaboración o coproducción entre las productoras y las plataformas, podemos decir que no existe una concentración en lo que a la producción se refiere, pues de las 83 productoras identificadas, solo 39 (un 47 %) han producido más de tres títulos en la ventana temporal del estudio. Como se aprecia en el Gráfico 1, Bambú Producciones es la de mayor peso en la muestra, con 11 producciones, seguida de Buendía Estudios, Corte y Confección de

Películas y Zeta Audiovisual, con 5 registros cada una. Por su parte, Vaca Films, Diagonal TV, Plano a Plano Producciones y Vancouver Media han producido entre tres y cuatro series. El 53 % restante de productoras ha contribuido con una única producción, un dato que permite avanzar que existe una atomización notable en la producción española de series para el SVOD, lo cual replica la tendencia del mercado de la televisión generalista, como confirman otros estudios previos (Pérez-Rufi, Gómez-Pérez & Castro-Higueras, 2020; Lacalle & Sánchez, 2019).

Gráfico 1. Volumen de series estrenadas por productoras.

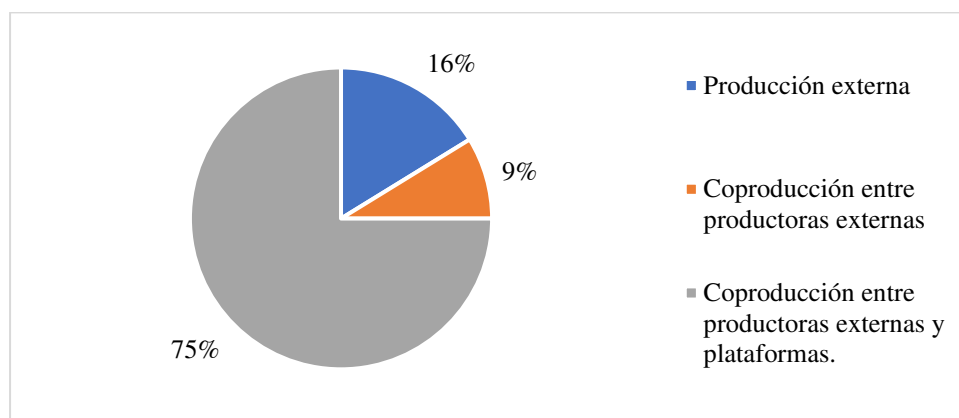


Fuente: elaboración propia.

4.2. Relaciones y alianzas en el nuevo escenario de producción de ficción española

Una vez revisado el papel de cada productora y examinadas las distintas relaciones establecidas entre productoras y plataformas a la hora de desarrollar las series, las 80 producciones contempladas quedan distribuidas en las siguientes tipologías: 1) producción externa, 2) coproducción entre productoras externas, 3) coproducción entre productoras externas y plataformas; mientras que no hay ningún caso que se corresponda con la tipología de producción interna (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Series según tipología de producción.



Fuente: elaboración propia.

Como recoge el Gráfico 2, la fórmula de producción más repetida es la coproducción entre las plataformas de SVOD y productoras externas, algo que se ha detectado en el 75 % de las producciones (60 casos). En segundo lugar, pese a representar solo el 16 % del total (13 casos), destacan las series producidas por productoras externas que, mediante un acuerdo previo de

financiación, ofrecen sus ficciones a las plataformas. En tercer lugar, se detectan 7 casos (9 %) en los que dos o más productoras externas coproducen una serie de ficción para una plataforma, si bien no se trata de una fórmula demasiado frecuente en el contexto del SVOD, al igual que ya ocurría en la producción de televisión generalista. En cuanto a la producción interna por parte de las plataformas, como se ha señalado ya, en los seis años sometidos a análisis no se ha detectado ningún caso que se ajuste a esta tipología, lo cual indica que se trata de una práctica que no resulta atractiva, al menos de momento, para las propias plataformas. Finalmente, cabe señalar que si sumamos los casos de producción externa y los de coproducción entre productoras externas, tenemos 20 casos (25 %) de lo que podríamos denominar genéricamente ‘fórmulas externas de producción’, frente a los 60 casos (75 %) con una participación de las propias plataformas en coproducción con una productora independiente.

4.2.1. La producción externa

Como se ha señalado anteriormente, 13 producciones se derivan de una producción externa por parte de una única productora (ver Tabla 2). Observamos que la producción externa aparece por primera vez a partir del año 2019, después de tres años de desarrollo de ficción española para el SVOD. Este dato nos permite apuntar que, en una primera fase, con la novedad de la implantación del SVOD en el mercado audiovisual español, las plataformas se decantaron por el modelo de coproducción, de manera que se aseguraban una presencia más directa y un mayor control en la producción de la serie. Sin embargo, a medida que se ha ido consolidando el consumo *on demand* de ficción española, las plataformas se han ido adentrado en el terreno de la producción externa, siguiendo los patrones de funcionamiento ya instaurados para la televisión convencional.

Tabla 2. Series realizadas por productoras externas.

AÑO	Tipología	Título	Productora	Formato	Temporadas	Episodios
2021	Externa	Nevenka	Newtral Media	MS	-	3
2020	Externa	Física o química: el reencuentro	Buendía Estudios	MS	-	2
2020	Externa	Los favoritos de Midas	Nostromo Pictures	S	1	6
2020	Externa	By Ana Milán	Buendía Estudios	S	1	8
2020	Externa	Escenario 0	Calle Cruzada	S	-	6
2020	Externa	Campamento Albanta	Lucky Road Productions	S	1	6
2020	Externa	Caminantes	100 balas	S	1	8
2020	Externa	Benidorm	Plano a Plano	S	1	8
2020	Externa	#Luimelia	Diagonal TV	S	2	12
2020	Externa	Tus monstruos	Calipo PC	S	1	6
2019	Externa	Hernán	Onza	S	1	8
2019	Externa	Hache	Weekend Studio	S	1	8
2019	Externa	Criminal: España	Idiotlamp Productions	MS	-	3
2021	Coproducción	Parot	RTVE, ViacomCBS, Onza Entert.	S	1	10
2021	Coproducción	Los protegidos: el regreso	Buendía Estudios, Boomerang TV	S	1	4
2021	Coproducción	Historias para no dormir	VIS, Prointel, Isla Audiovisual	MS	1	4
2020	Coproducción	Relatos con-fin-a-dos	Morena Films, Gessas Producciones	MS	-	5
2020	Coproducción	En casa	WarnerBros España, Caballo Films	MS	-	5
2019	Coproducción	La sala	Isla Audiovisual, Funwood Media	S	1	8
2016	Coproducción	Cuatro estaciones en la Habana	Mistery Prod., Nadcon Film, Tornasol	MS	-	4

Fuente: elaboración propia.

4.2.2. Coproducción entre productoras externas

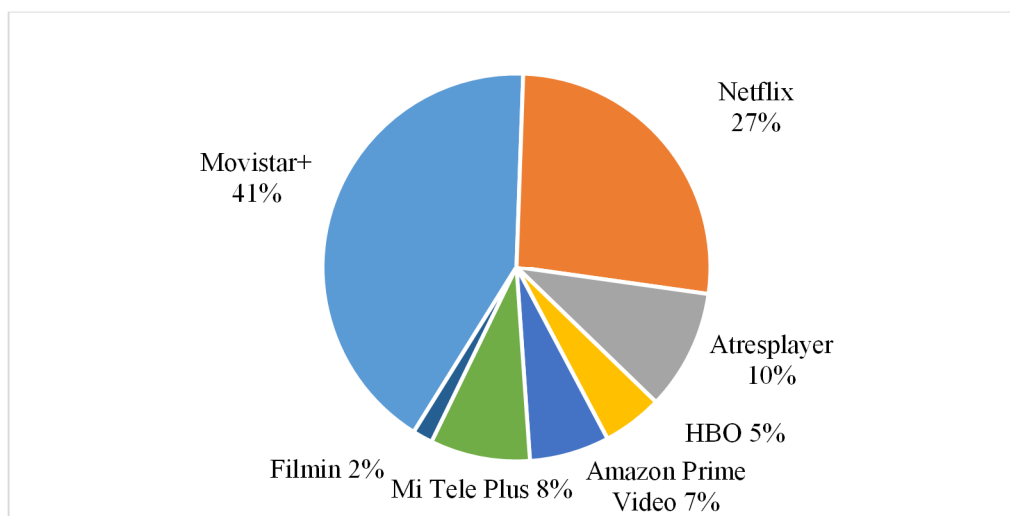
En algunos casos, la producción se lleva a cabo en forma de colaboración o coproducción entre productoras externas. Esta forma de proceder se ha detectado en un 7 % de la producción total (7 series), recogidas en la Tabla 2 bajo la etiqueta de ‘coproducción’. No se trata de un hecho novedoso, pues el primer registro categorizado en la muestra, la miniserie *Cuatro estaciones en la Habana* (Netflix, 2016), ya se realizó mediante la cooperación de tres productoras independientes, en concreto: Mystery Producciones, Nadcon Film y Tornasol Films. Los casos detectados indican que la coproducción entre productoras externas se da tanto en miniseries como en series (ver Tabla 2).

4.2.3 Coproducciones entre productoras externas y plataformas

De las 80 series estrenadas en plataformas SVOD en el periodo analizado, 60 se han realizado mediante coproducción entre productoras externas y las propias plataformas. Este hecho, que representa un 68 % del total, es un dato determinante que pone de manifiesto la fórmula más prolífica de realización de series para el SVOD (ver Gráfico 3).

Podemos decir que la producción más relevante en este sentido es la de Movistar+, que aparece como empresa coproductora de las series en 25 ocasiones, que supone un 41 % del total de este tipo de coproducciones. Este dato pone de manifiesto que la coproducción de Movistar+ tiene un gran peso específico en el conjunto de la producción de ficción española para el SVOD. La posición de Movistar+ como plataforma líder en coproducción dista mucho del resto, siendo Netflix la segunda plataforma más propensa a la coproducción de ficción española, con 16 casos (27 %). A mayor distancia se sitúa Atresplayer, con 6 coproducciones (10 %).

Gráfico 3. Plataformas según coproducciones estrenadas.



Fuente: elaboración propia.

El análisis conjunto de las productoras más activas y con más presencia en la coproducción con plataformas nos permite detectar que el desarrollo de estos productos se ha llevado a cabo desde 34 productoras distintas. Una visión más concreta sobre estas productoras nos indica que existe una dispersión en la labor de producción, ya que solamente sobresale Bambú Producciones, con 5 productos de ficción estrenados, y solo otras 3 productoras repiten coproducción: Zeta Audiovisual, Vaca Films y Alea Media, con 2 coproducciones cada una. Se pone de manifiesto, por tanto, que el 24 % de las coproducciones entre empresas productoras y plataformas de SVOD se concentra en cuatro productoras. El 76 % restante son casos en los que la empresa productora ha participado en una coproducción de este tipo una sola vez, lo cual confirma la considerable dispersión existente en este sentido.

5. Discusión y conclusiones

El presente trabajo confirma una apuesta muy significativa por la producción de ficción española en el contexto del SVOD, observándose un crecimiento exponencial desde la primera y única producción española en 2016 hasta las 21 producciones estrenadas en 2021. Se constata que son Movistar+ (28 producciones) y Netflix (16 producciones) las plataformas que más títulos han albergado en los seis años que contempla el estudio, si bien otras plataformas que se han incorporado más tarde al mercado del *video on demand* en España también presentan un crecimiento muy destacado, como es el caso de Atresplayer (11 producciones) o de Amazon Prime Video y HBO (con 10 producciones cada una).

Por lo que respecta al género, la ficción del SVOD se caracteriza por una clara preferencia por el drama y el *thriller*, dejando apenas un 19 % de cuota para las comedias, algo que, teniendo en cuenta que el género de comedia es menos exportable debido a sus condicionantes culturales, en buena medida se explica por la voluntad de internacionalización que caracteriza a las ficciones del SVOD y que han constatado otros trabajos (Hidalgo-Marí, 2020).

El estudio sobre el papel de las productoras en la ficción televisiva convencional española de Lacalle y Sánchez (2019) evidenciaba que:

El abandono progresivo de las modalidades de producción interna y externa asociada a favor de la producción externa financiada ha contribuido a perpetuar la tradicional atomización de un sector en el que más del 60 % de las productoras independientes han participado en un único proyecto entre 1990 y 2017 (2019, p. 6).

Los datos expuestos en el presente trabajo presentan una situación similar en el contexto del SVOD, pese a contar con una muestra mucho más reducida debido a la novedad del fenómeno. Observamos que, mientras que la producción interna es inexistente en la producción de ficción española para el SVOD, la producción externa (ya sea por parte de una sola productora independiente o por parte de dos o más productoras en coproducción) se encuentra muy fragmentada en una gran cantidad de empresas productoras. En este sentido, hemos podido comprobar que solo 16 productoras han aportado más de una producción a la oferta analizada, confirmando así la tendencia a la atomización que ya detectaron Lacalle y Sánchez (2019) al analizar la producción de ficción en la televisión generalista. Por tanto, se puede decir que la irrupción del SVOD no ha supuesto, al menos de momento, un cambio significativo en este aspecto particular del panorama de la producción audiovisual española.

Si hablamos de las fórmulas de producción, el estudio de las relaciones ha permitido confirmar que el formato más recurrente es la colaboración entre productoras externas y las propias plataformas, ocupando dicha modalidad el 75 % de las producciones analizadas, seguida de la producción por parte de productoras externas, con alrededor del 25 % de la producción total. La colaboración entre productoras externas y plataformas muestra cierto paralelismo con un fenómeno ya detectado por Cascajosa-Virino (2018) en un estudio sobre el papel de las cadenas generalistas y la gestión de la ficción televisiva ante la llegada de los servicios de SVOD, que ponía de manifiesto cómo las cadenas generalistas españolas apostaban por llevar a cabo alianzas con los SVOD en lugar de alargar la rentabilidad de las series.

Una visión diacrónica de los resultados nos permite observar que, durante los primeros años de producción para el SVOD, la novedad, los cambios y la convivencia de la televisión generalista y las plataformas generaron cierta precaución en relación con la producción externa de ficción para el SVOD por parte de las plataformas. Sin embargo, a medida que se consolida el consumo *on demand* de ficción española, las plataformas apuestan cada vez más por la fórmula de la producción externa realizada desde productoras independientes, siguiendo los patrones de funcionamiento ya instaurados para la televisión convencional.

En cualquier caso, la relativa novedad del mercado del SVOD supone una gran oportunidad de negocio tanto para las plataformas distribuidoras como para las empresas productoras independientes y las industrias culturales audiovisuales en general, y más si se

tiene en cuenta que la coproducción entre productoras españolas y distribuidoras (no todas de origen español) es la forma más recurrente de operar en el mercado nacional. En este sentido, la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual (Ley 13/2022, de 7 de julio - LGCA) trata de apuntalar esta relación beneficiosa para la industria audiovisual española. Mientras que la anterior ley del sector (Ley 7/2010) ponía su foco sobre todo en la TDT en abierto, la nueva legislación contempla también las plataformas en *streaming*. Así, un cambio relevante de dicha ley es la ampliación de las obligaciones de financiación de obra audiovisual europea (con un 5 % de sus ingresos cuando estos sean superiores a 50 millones de euros) a los pres-tadores de SVOD, tanto a aquellos establecidos en España (como Movistar+ o Filmin) como a aquellos que, aunque son de origen estadounidense y tienen sus sedes en otros estados de la UE, dirigen parte de sus servicios específicamente a la audiencia española (como es el caso de Netflix, Amazon Prime Video o la más reciente Disney+).

En definitiva, el presente trabajo ha puesto sobre la mesa el papel de las productoras y las plataformas en relación con la ficción española estrenada entre 2016 y 2021. Este estudio, que analiza los seis primeros años de funcionamiento del SVOD en España, deja abiertas una serie de investigaciones a futuro como, por ejemplo, las referidas a las cesiones, compraventa de productos, licencias de explotación y otras estrategias secundarias que van más allá de la producción y se centran en la comercialización de las ficciones. Asimismo, queda pendiente un estudio en profundidad de las nuevas alianzas surgidas tras la creación de productoras participadas por conglomerados mediáticos de los que, a su vez, dependen algunas plata-formas, como es el caso ya comentado de Buendía Estudios. Este último factor apuntado introduce una particularidad relevante que señala la importancia de seguir de cerca el movimiento de las productoras y sus estrategias de funcionamiento que, sin duda, revierten en la oferta disponible de ficción española.

Referencias

- Alcolea-Díaz, G., Marín-Lladó, C. & Cervi, L. (2022). Expansion of the core business of traditional media companies in Spain through SVOD services. *Communication & Society*, 35(1), 163-175. <https://www.doi.org/10.15581/003.35.1.163-175>
- Álvarez Monzoncillo, J. & López Villanueva, J. (1999). La producción de ficción en España: un cambio de ciclo. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 4(7).
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York: Hyperion.
- Arriaza Ibarra, K. & Navarro, C. (2022). The Success of Spanish Series on Traditional Television and SVoD Platforms: From *El Ministerio del Tiempo* to *La Casa de Papel*. *International Journal of Communication*, 16, 482-503.
- Artero, J. P. (2008). *El mercado de la televisión en España: oligopolio*. Barcelona: Deusto.
- Bardají, H. & Gómez Amigo, S. (2004). *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*. Pamplona: Eunsa.
- Bustamante, E. (Coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Cascajosa-Virino, C. (2018a). De la televisión de pago al vídeo bajo demanda: análisis de la primera temporada de la estrategia de producción original de ficción de Movistar+. *Fonseca, Journal of Communication*, 17(2).
- Cascajosa-Virino, C. (2018b). Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017). *Profesional de la información*, 27(6), 1303-1312.
- Diario Ya* (s.f). "Historia de TVE" [Printed version]. Retrieved from <https://cutt.ly/5MIFPhS>

- Doyle, G. (2016). Digitization and Changing Windowing Strategies in the Television Industry: Negotiating New Windows on the World. *Television & New Media*, 17(7), 629–645.
<https://www.doi.org/10.1177/1527476416641194>
- El País* (21-10-1978). “Dos nuevas series en TVE”. Retrived from
<https://www.bne.es/es/catalogos/hemeroteca-digital>
- Fernández-Quijada, D. (2008). El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y LaSexta. *Comunicación y sociedad*, 22(1), 59–88.
- García Leiva, M. T. (2019). Plataformas en línea y diversidad audiovisual: desafíos para el mercado español. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 73.
- Guerrero-Pérez, E. (2010). Las productoras de contenidos: protagonistas de una industria multimedia. El caso de España. *Revista de Comunicación*, 9, 150–173.
- Heredia-Ruiz, V., Quirós-Ramírez, A. C. & Quiceno-Castañeda, B. E. (2021). Netflix: catálogo de contenido y flujo televisivo en tiempos de *big data*. *Revista de Comunicación*, 20(1), 117–136.
- Hidalgo-Marí, T., Segarra-Saavedra, J. & Palomares-Sánchez, P. (2021). In-depth study of Netflix's original content of fictional series. Forms, styles and trends in the new streaming scene. *Communication & Society*, 34(3), 1–13.
- Hidalgo-Marí, T. (2020). Netflix como productor audiovisual. *Obra digital: revista de comunicación*, 19, 117–132.
- Komissarov, S. & Sánchez-Narvarte, E. (2019). *Go big or go home!* La integración vertical AT&T-Time Warner. *Index.Comunicación*, 9(3), 35–58.
- Lacalle, C. & Sánchez-Ares, M. (2019). Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y la concentración vertical. *Profesional de la información*, 28(1).
- Law 13/2022, of 7 July, General Law on Audiovisual Communication. Published in the Official Journal no. 163, of 8 July 2022. Retrieved from <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/07/07/13>
- Lotz, A. D. (2007). *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Mateos-Pérez, J. & Sirera-Blanco, R. (2021). Taxonomía de las series de televisión españolas en la era digital (2000–2020). *Profesional de la información*, 30(6).
<https://www.doi.org/10.3145/epi.2021.nov.08>
- Medina Nieto, M. (2019). Productoras de televisión en España: Concentración, capital transnacional y contenidos (2015–2017). Doctoral thesis. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- National Academy of Television Arts & Sciences (2022). *21–22 Prime Time Emmy Awards Rules & Procedures*. [PDF]. Retrived from
<https://www.emmys.com/sites/default/files/Downloads/2022-rules-procedures-v5.pdf>
- Napoli, P. M. (2011): *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Pérez-Rufí, J. P., Gómez-Pérez, F. J. & Castro-Higueras, A. (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.
- Prado, E. (2017). El audiovisual *online over the top*: el futuro del audiovisual europeo español. In E. Bustamante (Ed.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2017. Igualdad y diversidad en la era digital* (pp. 127–144). Madrid: Fundación Alternativas.
- Siri, L. (2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine? *Hipertextos*, 3.
- Smith S. & Hendricks, J. A. (2010). New Media: New Technology, New Ideas or New Headaches. In J. A. Hendricks (Ed.), *The Twenty-First-Century Media Industry: Economic and Managerial Implications in the Age of New Media* (pp. 3–23). Lanham: Lexington.

- Telkmann, V. (2021). Broadcasters' Content Distribution and Programming Decisions in Multi-Channel Environments: A Literature Review. *Journal of Media Business Studies*, 18(2), 106-131. <https://www.doi.org/10.1080/16522354.2020.1765669>
- Villegas, I. (2018). Los formatos televisivos de ficción y su adaptación sociocultural. Los misterios de Laura: caso de estudio. Doctoral thesis. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Williams, R. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.