

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 49

USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

2º TRIMESTRE, ABRIL 2025 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 238-266

RECIBIDO: 8/11/2024 – ACEPTADO: 21/4/2025

LOS MODELOS DE PRODUCCIÓN DE FICCIÓN TELEVISIVA ESPAÑOLA EN LA ERA DE LAS PLATAFORMAS (2017-2023)

PRODUCTION MODELS IN SPANISH
TELEVISION SERIES IN THE ERA OF
PLATFORMS (2017-2023)

JAVIER MATEOS-PÉREZ / JMATEOSPerez@UCM.ES

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, ESPAÑA

REBECA SIRERA BLANCO / RSIRERA@UCM.ES

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, ESPAÑA

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN GLOBAL. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. EL PRESENTE TRABAJO FORMA PARTE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN "LAS SERIES ESPAÑOLAS DE TELEVISIÓN DEL SIGLO XXI. NARRATIVAS, ESTÉTICAS, REPRESENTACIONES HISTÓRICAS Y SOCIALES". INVESTIGACIÓN FINANCIADA POR EL PROGRAMA DE ATRACCIÓN AL TALENTO INVESTIGADOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID. REF. 2023-5A/SOC-28930



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El trabajo analiza la evolución de la industria de la producción de ficción televisiva española en el periodo de las plataformas de vídeo bajo demanda (2017-2023), época significativa porque cambia el ecosistema televisivo español en consumo y volumen de producciones. La investigación combina dos estudios: uno cuantitativo y otro cualitativo. El primero observa y clasifica las principales características de las productoras, y recopila las 154 empresas que realizan las 301 series de la etapa. El segundo analiza los sistemas de creación y producción de las productoras. Los datos resultantes se completan con la información aportada de 13 entrevistas semiestructuradas realizadas a profesionales en activo de la industria. Los resultados definen un escenario con oportunidades para las productoras experimentadas y también para las emergentes, porque las posibilidades han crecido con el aumento de operadores. En la creación y producción de series se distinguen tres modelos que cohabitan: desarrollo interno, desarrollo externo y modelo mixto. Se concluye que las plataformas conforman una nueva fase para la televisión al modificar los modelos de producción de series. La industria mantiene el oligopolio: unas pocas productoras amplían su participación, mientras que otras, menos experimentadas, son reclamadas por las plataformas para proporcionarles originalidad y sello autoral.

PALABRAS CLAVE

Producción; ficción televisiva; plataformas VoD; televisión; productoras; España

ABSTRACT

The work analyzes the evolution of the Spanish television fiction production industry during the era of video-on-demand platforms (2017–2023), a significant period that reshaped the Spanish television ecosystem in terms of consumption and production volume. The research combines two studies: one quantitative and one qualitative. The first one examines and classifies the main characteristics of production companies, compiling a total of 154 companies responsible for 301 series in this period. The second study analyzes the creation and production systems used by these companies. The resulting data is complemented by information from 13 semi-structured interviews conducted with active industry professionals. The results outline a scenario with opportunities for both experienced and emerging production companies, as the increase in operators has broadened possibilities. In the creation and production of series, three coexisting models are identified: internal development, external development, and a mixed model. It concludes that platforms represent a new phase for television, reshaping series production models. The industry maintains an oligopoly: a few production companies have expanded their participation, while others, less experienced, are sought after by platforms to provide originality and a distinct authorial style.

KEYWORDS

Production; television fiction; VoD platforms; television; television; production companies; Spain

1. INTRODUCCIÓN

En España, la aparición de las plataformas de vídeo bajo demanda y su incorporación a la producción de ficciones televisivas ha propiciado un crecimiento significativo en el volumen de series en la última etapa (2017-2023) del siglo XXI (Mateos-Pérez y Sirera-Blanco, 2021). Si en 2016 se emitían 16 ficciones televisivas, en 2023, con las VOD a pleno rendimiento, se contabilizan 48 series anuales, lo que supone un crecimiento del 200%.

Desde que en 2017 Netflix y Movistar+ arrancaran la producción de series españolas, ya son 17 los nuevos operadores¹ que participan en la distribución de ficción televisiva nacional. Entre los canales que más han apostado por el formato de series para conformar sus parrillas televisivas destacan dos plataformas locales y una internacional. Movistar+, con 39, es la que cuenta con mayor número de producciones. Se distinguen por ser creadas por cineastas de reconocida trayectoria y por ser realizadas con estándares elevados de calidad (Cascajosa, 2018), como *La Fortuna* (Alejandro Amenábar, 2021), *Antidisturbios* (Rodrigo Sorogoyen, 2023) o *La Mesías* (Javier Ambrossi y Javier Calvo, 2023). Netflix, por su parte, ha producido 37 ficciones en España. Hidalgo-Marí *et al.* (2021) señalan una política basada en la creación de series locales dirigidas hacia el público internacional, lo que ha supuesto un éxito de seguimiento en títulos como *La casa de papel* (Antena 3, Netflix, 2017-2021), y su spin-off, *Berlín* (Netflix, 2023), o *Élite* (Netflix, 2018-2024). Atresplayer Premium es la tercera en producción de series, con 29 ficciones. Estas se caracterizan por su diversidad, por ser creadas por guionistas noveles y por su estrategia de posicionarse en el mercado internacional (Saavedra *et al.*, 2023). El ejemplo es *Veneno* (Atresplayer Premium, 2020), distribuida en catálogos de Estados Unidos y Latinoamérica a través de HBO.

Además de aumentar la producción, la incidencia de las plataformas de *Video On Demand* también se aprecia en los cambios del consumo televisivo. Según Barlovento Comunicación (2024), en 2023, el 81,2% de la población (más de 38 millones de personas) tiene acceso a, al menos, una plataforma de *streaming*. Esto supone un aumento de 2 puntos con respecto a 2021 (Barlovento Comunicación, 2023b). En España, Netflix es el operador con más suscriptores (15,8 millones), seguido de Prime Video (14,1 millones). Mientras el consumo de VOD consigue récords históricos, el de la televisión lineal disminuye lentamente. En 2023 el visionado de plataformas de *streaming* aumentó un 22% con respecto al año anterior, con un consumo en 44 minutos al día por persona (CNMC, 2024: 105). En paralelo, 2023 ha sido el año con menor consumo de cadenas en abierto desde que existen registros, con 181 minutos de visionado diario por persona (Barlovento Comunicación, 2023a).

Los distribuidores consideran todos estos datos para elaborar las estrategias de emisión de ficciones televisivas. En 2020, por primera vez, las plataformas produjeron más series que las televisiones lineales y esta tendencia no ha hecho más que aumentar. Esta realidad ha originado un nuevo modelo en la creación de series en España adaptada a las nuevas formas de consumo. Se trata de producir ficciones con menos capítulos, más cortos, con temporadas autoconclusivas y construidas a partir de géneros híbridos (Mateos-Pérez y Sirera-Blanco, 2021: 13).

¹ Por orden de incorporación, son: en 2017, Movistar+, Netflix, Clan y Playz; en 2018, À Punt y Prime Video; en 2019, Atresplayer Premium, HBO y Paramount Channel; en 2020, Filmin y OrangeTV; en 2021, Disney+; en 2022, StarzPlay y Apple TV+; y en 2023, SkyShowtime.

En cuanto al ámbito económico, la Cámara de Comercio de Estados Unidos en España (2022) indica que el sector audiovisual español, que alberga a la industria de la ficción televisiva, creció a un ritmo interanual del 7,2% entre 2016 y 2021. Las industrias culturales y creativas, formadas en un 28,3% por el audiovisual, componen un sector económico de referencia que aporta un 2,4% al producto interior bruto español (PwC, 2021). Según el anuario del Ministerio de Cultura y Deporte (2022), en 2022 se registraron 8.872 empresas en la categoría Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, lo que se traduce en la creación de 800 empresas nuevas con respecto al año anterior (2021). Estos datos perfilan un sector al alza con perspectivas de futuro positivas.

Las mutaciones ocasionadas en las dimensiones productivas, económicas y de consumo, así como en los operadores del ecosistema audiovisual han generado una transformación en los sistemas de trabajo de las productoras independientes. Huelga decir que estas empresas son nucleares en la actual industria televisiva, porque se encargan de crear, desarrollar y producir las series de televisión.

En sus más de 60 años de historia, la producción española de ficción televisiva ha ido fluctuando hasta alcanzar su forma presente. En el comienzo de las emisiones, la producción propia de las ficciones televisivas se realiza con recursos humanos y técnicos de la televisión pública (TVE). En los años 70 y 80 comienzan a prosperar las primeras coproducciones entre Televisión Española y las productoras independientes. Esta alianza era necesaria para aumentar la inversión económica de las producciones con el fin de elevar su calidad y así aspirar a ganar en los concursos internacionales, tal y como planificaron José Luis Colina, Juan José Rosón y otros directivos de Televisión Española a finales de la década de los 60 (Palacio, 2005: 148). Las series de televisión se elaboraban con productoras cinematográficas y, como consecuencia, los procesos productivos se adaptaron a los propios del largometraje (García de Castro, 2002: 56).

En la década de los 90 se rompe el monopolio de la televisión única y nacen las primeras cadenas privadas (Antena 3, Telecinco y Canal+). Entonces se consolida un modelo de producción independiente y la industria audiovisual se establece alrededor de la ficción televisiva (Diego, 2010: 52). El aumento de la demanda de productos televisivos provoca un crecimiento de la estructura industrial y así fueron germinando y estableciéndose algunas de las productoras actuales. Las cadenas de televisión consumaron su apuesta por la producción independiente, extinguiendo así la producción propia. Las razones fueron principalmente económicas, puesto que con este sistema se ahorraban gastos al externalizar la producción.

La ficción televisiva se asienta en el nuevo siglo. Esto implica la proliferación de nuevas productoras, como Bambú Producciones, Ficción Producciones o Plano a Plano; y la consolidación de las veteranas, entre las que destacan Globomedia, Diagonal TV o Voz Audiovisual. Este panorama constituye un oligopolio, donde un reducido grupo de empresas produce la mayoría de las ficciones televisivas (Lacalle y Sánchez-Ares, 2019). El sector se va especializando, y se fortalecen aquellas empresas que cuentan con equipos de trabajo más estables porque desarrollan series de manera constante que venden a las cadenas públicas, privadas, estatales y autonómicas.

El modelo de creación parecía ya edificado, las relaciones comerciales entre canales y productoras estaban establecidas y las estructuras empresariales se determinaban por la demanda y la venta de ficciones. Sin embargo, en 2017 se produce un nuevo punto de quiebre y la industria se altera con la llegada de las plataformas al ecosistema televisivo español. En la actual configuración, las productoras que cuentan con un equipo de guionistas son minoría y son mayoría aquellas que se encargan del *service*, es decir, de producir ideas de guionistas externos a la productora sin intervención en el proceso de creación. De esta forma, se generaliza un nuevo tipo de productora, cuyo papel ha cambiado, y ha pasado de ser la creadora, a ser la intermediaria entre las distribuidoras y los/las guionistas.

La serie *Médico de familia* marca un cambio crucial en la producción de la ficción televisiva española. Se trata de una *prime time soap opera* familiar, situada en un contexto doméstico, destinada al consumo generalista con capacidad para generar altos datos de audiencia, debate público y seguimiento fiel de la audiencia, lo que reporta una importante atracción de ingresos publicitarios (Herrero y Diego, 2009:239). Esta serie establece en España un nuevo modelo de producción, innovador, centrado en la audiencia, la rentabilidad y el trabajo en equipo. Este sistema, efectuado por Globomedia, transformó la creación de las ficciones televisivas y se ha convertido en un modelo ampliamente estudiado por su impacto en la televisión lineal (García de Castro, 2002; Medina, 2008). Sin embargo, aún no se han desarrollado investigaciones que indaguen en profundidad en los modelos de producción de las series españolas del siglo XXI, específicamente en las producciones creadas en la era de las plataformas de *streaming*, lo que ha podido generar la engañosa percepción de una exigua evolución en la industria.

Por este motivo, interesa estudiar la producción de la ficción televisiva de ficción para comprender las causas que han originado el paradigma contemporáneo. En la literatura académica no abundan las investigaciones sobre producción de ficción televisiva (Mateos-Pérez, 2021: 176), pero es indispensable la construcción de un marco de conocimiento sobre los agentes que forman parte del sector para comprender una industria televisiva en progreso. Así, este trabajo se plantea, como objetivos generales, analizar la situación actual de la industria de la producción de ficción televisiva española, identificar las características de las productoras a partir de la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda, y clasificar los diferentes tipos de empresas según su modelo de producción.

1.1 ESTADO DE LA CUESTIÓN

La investigación académica sobre la producción de la ficción televisiva española se ha desarrollado de manera limitada, en comparación con otros enfoques de estudio que se han trabajado con mayor amplitud, como el contenido o la audiencia, y distingue dos corrientes. Por una parte, se encuentran investigaciones que estudian el panorama industrial de las productoras y su relación con el sector y, por otra parte, se hallan trabajos que analizan los modelos de producción de las ficciones de dos maneras: a través de testimonios de los profesionales, o por medio de los estudios de casos.

La primera corriente la integran trabajos de cariz historiográfico, como el que recorre la evolución de la producción de las series de televisión emitidas en las cadenas generalistas desde 1956 hasta 2009 (Diego, 2010). Este estudio propone una división en seis etapas y determina

modelos de producción predominantes en cada una de ellas, establece estándares de producción y características propias de la industria en cada periodo, aunque ofrece escasa explicación metodológica. García de Castro (2002) realiza una evolución histórica de la ficción televisiva en España, desde la década de los sesenta hasta 1995. Pone el acento en las condiciones de producción que permitieron crear algunas de las ficciones más destacadas de cada momento, así como en los avances en los sistemas de producción de las series. En su historia de la televisión española, Palacio (2008) dedica un capítulo a la revisión de las ficciones más populares de cada década (desde los 50 hasta los 90) y las relaciona con el contexto histórico e industrial.

Otros estudios analizan la situación de la producción de ficción televisiva, pero se circunscriben a determinados momentos, como durante los años 1995 y 1998 (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 1999), donde se explican las causas del asentamiento de la producción independiente y se señala la ficción nacional como la más vista y la que desplaza a las series extranjeras y a las telenovelas latinoamericanas del prime time. Otra época estudiada ha sido la bisagra entre siglos: 1997 y 2002 (Pardo y Diego, 2004), donde se aportan claves para entender el ámbito de las productoras especializadas en televisión. Entre ellas, destacan la emergencia de nuevas productoras y la expansión del sector servicios, así como la especialización de las empresas en contenidos televisivo, porque las ficciones son el producto más rentable para las cadenas y las productoras. El autor y la autora seleccionan las empresas con más programas en las parrillas televisivas -incluyen ficción y entretenimiento- para ilustrar la consolidación de la producción independiente. Francés y Llorca (2012) también realizan un repaso histórico a la producción durante la aparición de la TDT, y determinan los cambios que propicia. Uno de los más relevantes, precisamente, fue la modificación en las relaciones entre las distribuidoras y las productoras. Estas últimas se consolidaron como agentes independientes en la industria debido a la adquisición de la propiedad de los formatos creados y desarrollados por la propia empresa, como ocurre de forma recurrente con otros formatos de entretenimiento, tipo la productora Endemol, que ha exportado Big Brother (Gran Hermano) a más de 70 países. Por último, el trabajo más próximo a la actualidad analiza las 234 productoras que participaron en la producción de 490 ficciones televisivas entre 1990 y 2017 (Lacalle y Sánchez-Ares, 2019), para determinar un régimen de oligopolio como consecuencia de que un grupo reducido de productoras (10) se encargue de producir más de la mitad de las series (279).

La segunda corriente alude a casos concretos de productoras. Así, se ha estudiado el sistema creativo e industrial de la productora Globomedia en los 90 (Bardají y Gómez Amigo, 2004). Se relaciona el éxito de la productora con la implantación de un modelo de trabajo que desarrolla proyectos en la propia empresa, creando así una marca particular. Similar es la propuesta que analiza Bambú Producciones y desgrana los elementos clave que configuran la "formula Bambú", esto es, una marca y modelo de creación y producción particular de ficciones televisivas (Cascajosa, 2021).

Respecto a las investigaciones basadas en los estudios de casos, se entiende que el análisis de la producción de ficciones concretas contribuye como modelo al conocimiento de los ecosistemas industriales de cada momento. En este sentido, la serie más estudiada ha sido *Médico de familia* (Telecinco, 1995-1999). Las investigaciones (GECA, 1996; García de Castro, 2002; Medina, 2008; Herrero y Diego, 2009) explican el proceso de creación y la implementación del modelo de producción de la serie. Medina (2008) y otros/otras explican los estándares de

producción de las tres dramedias más comerciales, emitidas entre 1995 y 2003, *Médico de familia, Cuéntame cómo pasó* (TVE, 2001-2023) y *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008); por lo que se comparan y se analizan aspectos particulares de las obras, como la recepción, la producción o la explotación comercial. Huerta y Sangro (2007) aportan a la creación de series de televisión en España dando voz a los/las guionistas, que son quienes relatan los procesos de producción de diferentes series². Sus testimonios esbozan modelos de producción y explican, aunque de forma parcial, los sistemas de trabajo al principio del siglo XXI. *El Ministerio del tiempo* (TVE, 2015-2020) es objeto de otro análisis similar, que considera la primera temporada (Cascajosa, 2015). Higuera (2018) se fija en *La Zona* (Movistar+, 2017) y, mediante entrevistas a sus creadores -Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo-, observa procesos de creación y producción en plataformas. La conclusión más significativa atiende a la mejora de las relaciones entre cadena, productora y creadores, con respecto a épocas anteriores. Finalmente, *Aquí no hay quien viva* (Antena 3, 2003-2006) se revisa 20 años después de su estreno (Martín, 2023), recogiendo el testimonio de 50 profesionales que participaron en la serie. Estos exponen su falta de poder de decisión en la ficción, que residía en José Luis Moreno, director de la productora Miramón Mendi, y en los productores de Antena 3.

Como se ha podido comprobar, los estudios han analizado la evolución histórica de parte de las productoras de ficción televisiva en España y contribuyen a la comprensión de los cambios en la industria desde sus inicios hasta la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda, en 2017. Sin embargo, no existen investigaciones pormenorizadas que consideren el conjunto de las producciones durante la última etapa (2017-2023), y que analicen los sistemas de creación y producción de ficción televisiva. Esta investigación busca cubrir ese hueco y presenta un marco general que ayuda a entender los actuales modelos de trabajo de las productoras españolas en la creación de ficciones televisivas.

2. DISEÑO Y MÉTODO

Esta investigación procura dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: 1) ¿Cuál es la situación actual de la industria de las productoras de ficción televisiva en España?; 2) ¿Cómo se clasifican las productoras según su modelo de producción?; y 3) ¿Qué tipología de productoras puede establecerse y cuáles son sus características?

Para contestar a estos interrogantes se plantea una investigación de carácter aplicado, puesto que su objetivo es la generación de conocimiento transferible al sector de la televisión (Lozada, 2014) con el fin de mejorar los procesos de creación y producción de series de televisión. La investigación posee un alcance descriptivo, pues recopila datos y determina características, procesos y sistemas de trabajo de las productoras (Tamayo y Tamayo, 1984), aunque su paradigma es interpretativo, porque se busca analizar y comprender causas, consecuencias y condiciones (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014) que configuran el nuevo ecosistema industrial a partir de la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda.

² *Abuela de verano* (TVE, 2005), *Aída* (Telecinco, 2005-2014), *Aquí no hay quien viva* (Antena 3, 2003-2006), *Cuéntame cómo pasó*, *El comisario* (Telecinco, 1999-2009), *Los hombres de Paco* (Antena 3, 2005-2010; 2021), *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008), *Policías, en el corazón de la calle* (Antena 3, 2000-2003) y *Un paso adelante* (Antena 3, 2002-2005).

Para componer el trabajo se ha empleado una metodología con enfoque mixto, que combina dos estudios: uno cuantitativo y otro cualitativo. El primero analiza la situación de las productoras de ficción televisiva en España desde la llegada de los servicios de vídeo bajo demanda (2017-2023). Este objetivo se ha confeccionado mediante la elaboración de una base de datos. En primer lugar, se han introducido las 301 ficciones televisivas emitidas, entre 2017 y 2023, desde canales generalistas, autonómicos, temáticos, de pago, web y plataformas de vídeo bajo demanda. Además, se ha extraído información relativa a la producción, formato, distribuidora, género, duración, temporadas y episodios³. En segundo lugar, se ha cuantificado el número total de empresas que han participado en la producción de ficciones televisivas durante el periodo (154), el volumen de series por productora, las relaciones entre las distribuidoras y las productoras, y se describen las trayectorias de las más relevantes dentro de la industria. Para esto se ha recurrido a las técnicas de estadística descriptiva, con el objetivo de ofrecer un contexto veraz y un marco detallado del sector (Briones, 1990).

En el estudio cualitativo se determinan las características y los sistemas de creación y producción de series de las productoras en la etapa de las plataformas de *streaming*. Para configurar esta categorización se han analizado los contenidos producidos por cada empresa, su trayectoria, el equipo directivo y su ubicación territorial. Los datos obtenidos se han cruzado con fuentes de información primarias: los testimonios de profesionales de la industria de ficción televisiva española. Para extraer estos datos se ha recurrido a la técnica de la entrevista semiestructurada a expertos y expertas, con la finalidad de obtener información directa y profesional sobre los procesos de trabajo de las productoras (Flick, 2012). Esta técnica es útil porque se emplea para inferir información que conforma el objeto de análisis (Bruun, 2016). Es decir, se extraen registros que permiten delinear la propuesta de modelos de productoras. Además, es recurrente en los estudios sobre medios de comunicación porque favorece la extracción de información de primera mano de las y los profesionales que lo integran (Jensen, 2002). Se ha optado por la tipología semiestructurada, porque posibilita la batería de preguntas homogéneas con la posibilidad de incluir otras más abiertas, lo que proporciona otro tipo de registros relevantes para la investigación y que no se habían planteado inicialmente (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014; Busquet y Medina, 2017). Para la elaboración de este cuestionario se estudió previamente el perfil de cada entrevistado/a, con la idea de obtener la información más precisa para el estudio. En total, se han entrevistado a 13 profesionales de la industria (Tabla 1), entre los que se encuentran guionistas, creadores y creadoras de ficciones, productores/as ejecutivos y directores/as de ficción televisiva de producción española. El hecho de que los/las profesionales atiendan a diferentes labores del proceso de creación propicia un conocimiento más plural, extenso y fértil de la producción. Las entrevistas se realizaron, tanto de forma presencial como telemática, entre febrero y septiembre de 2023.

³ La base de datos está disponible en la página web del proyecto (enlace proyecto).

Tabla 1. Listado de profesionales entrevistados/as

Nombre	Perfil profesional	Series*	Productoras**
Alba Lucío	Creadora, guionista, coordinadora de guion, ejecutiva de desarrollo	<i>Dos vidas</i> <i>La otra mirada</i> <i>Olmos y robles</i>	Secuoya Producciones Bambú Producciones Boomerang TV
Alberto Evangelio	Director, creador y productor ejecutivo	<i>Diurne, paella</i> <i>L'alquería blanca</i>	Beniwood
Alberto Utrera	Director y creador	<i>Yrreal</i> <i>Neverfilms</i> <i>Bajo la red</i>	MoA Studios Grupo iZen Isla Audiovisual
Cristóbal Garrido	Guionista, creador y productor ejecutivo	<i>Días mejores</i> <i>Reyes de la noche</i> <i>Fariña</i>	Zeta Studios Bambú Producciones MOD Producciones
David Orea	Guionista y desarrollador de proyectos	<i>El caso Asunta</i> <i>Jaguar</i> <i>45 revoluciones</i>	Bambú Producciones Isla Audiovisual
Eligio R. Montero	Guionista y creador	<i>Caronte</i> <i>Auga seca</i> <i>Hierro</i>	Portocabo Bambú Producciones Voz Audiovisual
Enrique Lojo	Guionista y creador	<i>Una vida menos en canarias</i> <i>El último show</i> <i>A Estiba</i>	Secuoya Studios Plano a Plano Isla Audiovisual
Gonzalo Salazar-Simpson	Productor ejecutivo	<i>La noche más larga</i> <i>Libertad</i> <i>Gigantes</i>	LAZONA Producciones
Laura Oliva	Productora ejecutiva	<i>Parot</i> <i>Pequeñas coincidencias</i> <i>Neverfilms</i>	Federation Spain Onza Warner Bros
Montaña Marchena	Guionista y desarrolladora de proyectos	<i>Valeria</i> <i>Allí abajo</i> <i>Ella es tu padre</i>	Plano a plano La Competencia Producciones Aparte
Paula Serra	Productora ejecutiva	<i>En vida te va</i> <i>Gabia</i> <i>Amor de cans</i>	Nova Producciones
Paula L. Cuervo	Guionista y desarrolladora de proyectos	<i>Señor, dame paciencia</i> <i>Yrreal</i> <i>Benidorm</i>	The Good Mood MoA Studios Capitán Araña
Rodrigo Martín	Guionista y creador	<i>Asuntos internos</i> <i>Anclados</i> <i>LEX</i>	Mediacrest Vértice 360 Globomedia

*Últimas ficciones televisivas en las que ha participado.

** Productoras con las que ha trabajado.

Los datos de los dos estudios (cuantitativo y cualitativo) se han combinado para propiciar el conocimiento de las dinámicas de trabajo de las productoras. La información se ha triangulado con datos económicos, industriales y empresariales y estudios previos para formular un marco general sobre la producción de ficción televisiva española que atienda a los cambios en las rutinas de trabajo producidas desde la llegada de las plataformas. La técnica de la triangulación ha permitido obtener una interpretación completa del fenómeno a partir de los datos de distintas fuentes (Santa Cruz Terán *et al.*, 2022).

En la primera parte del estudio los resultados cuantitativos reflejan el panorama de las productoras en España en la era de las plataformas, donde se cuantifican y se agrupan en función de su volumen de producción. La segunda parte del análisis proyecta los tres modelos de producción de ficción televisiva que se pueden encontrar actualmente en la industria nacional a partir de las entrevistas a expertos. Por último, se realiza una discusión triangulando la información obtenida con estudios sobre la materia y se aportan unas conclusiones acerca de la situación actual del ecosistema de la ficción televisiva en España

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para elaborar esta investigación, como se ha dicho, se recurre a sendas fuentes: la base de datos relacional y la experiencia de los y las profesionales en la producción de series de televisión. A continuación, se expone el trabajo de campo y la analítica de datos.

La elaboración de la base de datos se realiza, entre enero de 2021 y junio de 2024, en dos fases. La primera recopila todas las series emitidas del periodo de estudio en España. Para completar esta tarea se recurre al Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL), que publica un informe anual donde recopila todas las series de televisión emitidas en España, y a Filmaffinity, un portal web de valoración y recomendación de obras audiovisuales. En total, se contabilizan 672 producciones, de las cuales se descartan: documentales, sketches, seriales y webseries. Así, son 301 las obras que conforman el corpus de la base de datos.

La segunda fase recoge toda la información relativa a las categorías establecidas en la base de datos para su análisis ulterior. Los datos se obtuvieron de los anuarios de OBITEL y se perfeccionaron con las fichas de procedentes de Filmaffinity y del portal IMDb. En algunos casos fue necesario también recurrir a las páginas web de las cadenas y de las plataformas de vídeo bajo demanda, así como a consultas hemerográficas en periódicos generalistas (*El País, El Mundo, eldiario.es, ABC, El Español, El Plural*), y en medios especializados (FórmulaTV, VerteLe, PRNoticias, El Televisero).

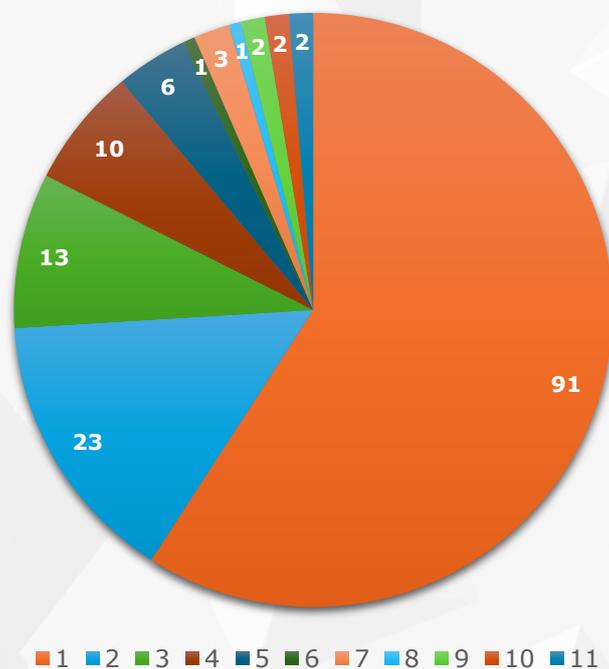
El trabajo de campo se completa con la recogida de datos extraídas de profesionales del sector. El contacto con los/las entrevistados/as se consigue a través del envío de correos electrónicos a los/las guionistas, directores/as y productores/as de ficción televisiva seleccionados. También se utilizó la técnica de la bola de nieve, esto es, la conexión de fuentes a partir de los contactos propiciados por las personas entrevistadas. Finalmente, se entrevistaron 13 profesionales de la industria. Los encuentros tuvieron lugar tanto de forma presencial (5), en Madrid y Valencia, como telemática (8), entre febrero y septiembre de 2023. La duración de las entrevistas osciló entre los 50 y los 90 minutos. Las conversaciones se transcribieron posteriormente para su análisis.

4. RESULTADOS

4.1 PANORAMA INDUSTRIAL DE LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN TELEVISIVA ESPAÑOLA (2017-2023)

Se contabilizan 154 productoras que participan en la creación de 301 ficciones televisivas españolas (ver Anexo I). Esto supone que, en promedio, cada productora participa en 1,9 series. Sin embargo, el reparto no es equitativo. 91 productoras realizan una sola obra, mientras que, en el otro extremo, dos empresas crearon 13 ficciones cada una (Gráfico 1). Esto también supone que seis productoras (3,8% del total) participan en la producción del 21% de las ficciones (64 series), conformando así una industria oligopólica, pues un grupo reducido de empresas se encarga de la producción de un número amplio de ficciones.

Gráfico 1. Participación de las productoras en ficciones televisivas



El conjunto de productoras se ha organizado en cuatro categorías, en función del volumen de producción. La categorización y la caracterización de los grupos permite obtener una visión de conjunto que facilita observar la situación del sector.

- Grupo A: está compuesto por las empresas que han producido más de diez ficciones televisivas, que son Bambú Producciones y Buendía Estudios. Pese a que estas también desarrollan otro tipo de proyectos audiovisuales, se han especializado en la creación de ficciones televisivas.
- Grupo B: son las que han producido entre seis y diez series. Son empresas, como Globomedia o Boomerang TV, con experiencia en el desarrollo de formatos televisivos, tanto de ficción como de otros.
- Grupo C: está formado por empresas que han creado de dos a cinco series. En su mayoría provienen del ámbito cinematográfico, como Morena Films, LAZONA Produccio-

nes, etcétera. Dentro de este grupo también destacan aquellas creadas por profesionales con experiencia previa en la industria de la ficción televisiva: Contubernio, de Laura Caballero y Alberto Caballero, o The Good Mood, fundada por Daniel Écija.

- Grupo D: corresponde a las productoras que solo han creado una ficción televisiva. Estas compañías suelen tener bagaje en el sector audiovisual como creadores de largometrajes, publicidad, documentales o videoclips, como Bausan Films, Cósmica Producciones o Atlantic Media, entre muchas otras. También se cuentan empresas que comienzan su carrera en la industria, como 221 Studio Baker o Cuidado con el perro Producciones.

El panorama de las productoras dibuja una pirámide, donde un grupo limitado de empresas consigue mantenerse y desarrollar productos de forma continuada (Gráfico 2). Así, las 11 empresas que integran los grupos A y B producen el 28% de las ficciones televisivas. Esto supone que las compañías de los grupos C y D son las que asumen mayor parte del trabajo en la industria de la ficción televisiva nacional, pues realizan casi tres cuartas partes de las producciones (Gráfico 3).

Gráfico 2. Clasificación de productoras según el número de ficciones producidas entre 2017 y 2023

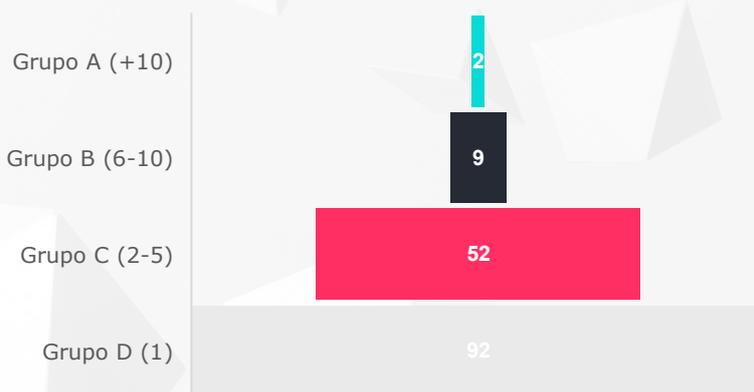
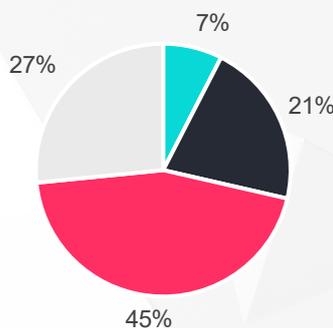


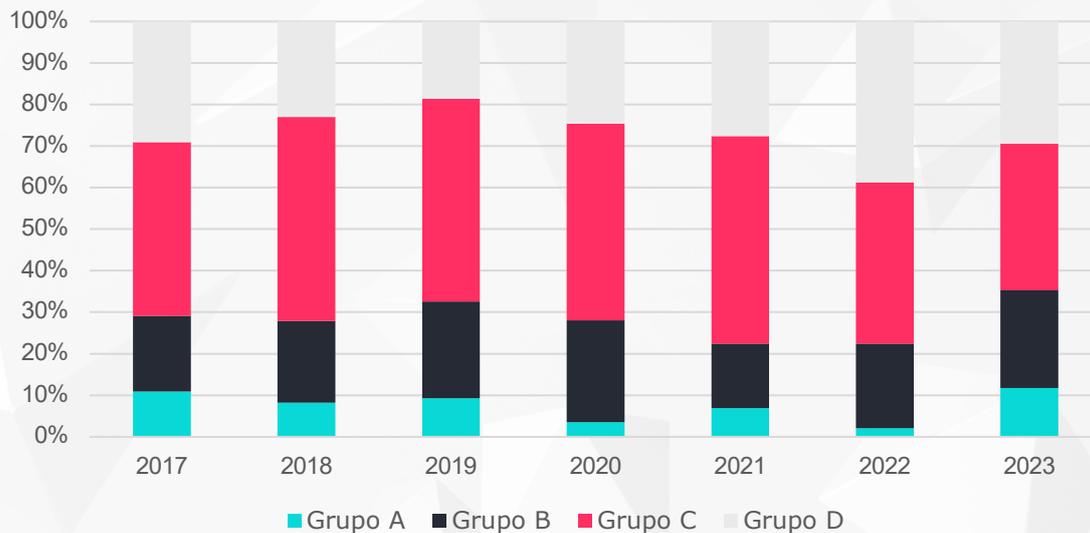
Gráfico 3. Ficciones televisivas producidas por cada grupo



El escenario que componen los datos es interesante, puesto que las producciones del grupo A y D han aumentado de forma significativa en el último tiempo (Gráfico 4) -más desde el año 2020-, coincidiendo con el asentamiento de las plataformas de vídeo bajo demanda. Esta tendencia puede estar relacionada con una doble estrategia de producción, por parte de estos operadores que, o bien confían la producción a empresas con una trayectoria asentada en el

sector, o bien optan por contactar con productoras noveles o con experiencia en otros ámbitos audiovisuales, como el cinematográfico.

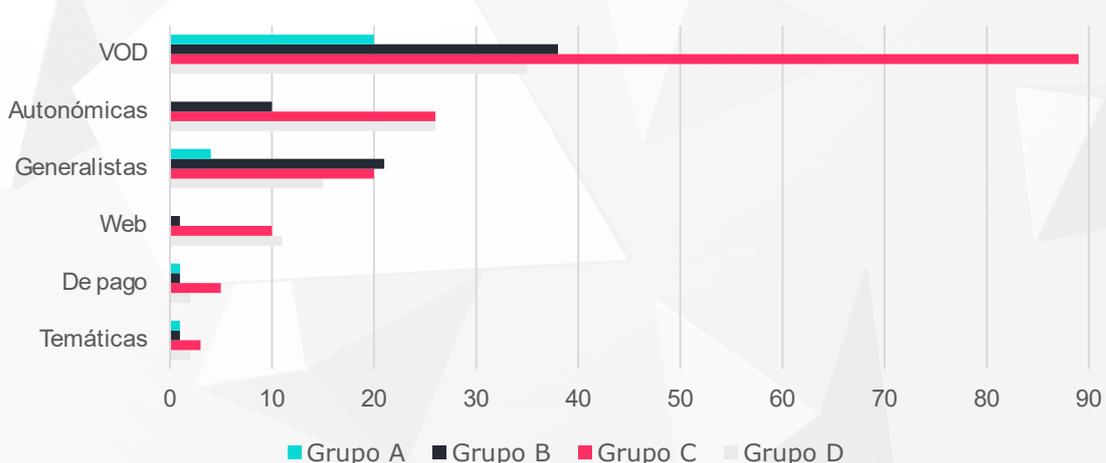
Gráfico 4. Reparto anual de ficciones por grupos



Los datos obtenidos avalan la tendencia que fija las relaciones entre las productoras y los canales de televisión lineal porque las empresas de los grupos C y D son las que desarrollan la mayoría de las ficciones para los seis distribuidores (Gráfico 5).

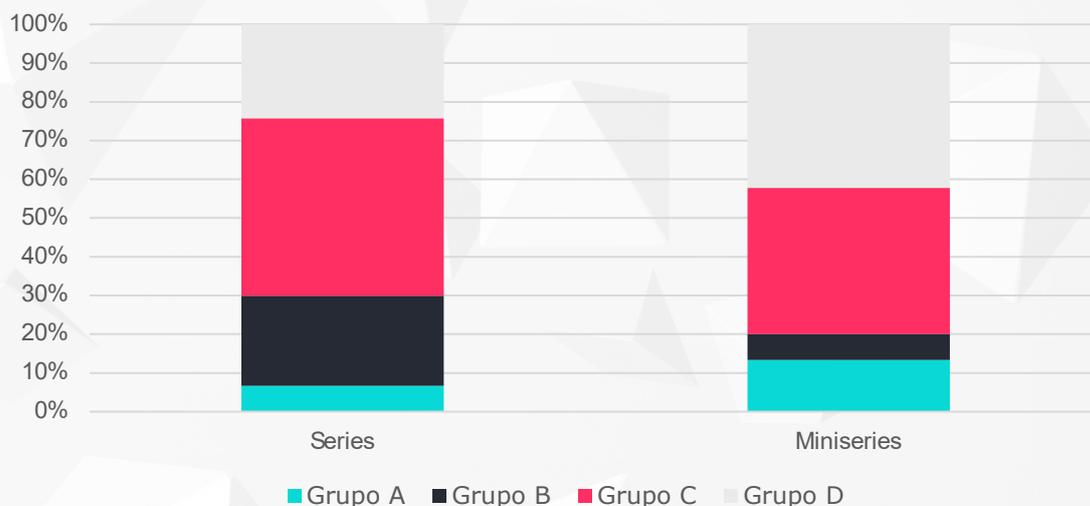
No obstante, merece la pena destacar algunas cuestiones. Las productoras del grupo A son las que asumen la mayor parte de los trabajos de producción para las cadenas generalistas y las plataformas de vídeo bajo demanda, excluyendo a las televisiones autonómicas. El grupo B es el cliente predilecto de los canales generalistas. Se constata que éstas prefieren trabajar con productoras con amplia experiencia en el sector y que han sido colaboradoras habituales, elaborando formatos tanto de ficción como de no ficción. Sin embargo, las plataformas VOD optan por confiar casi la mitad de sus proyectos a empresas (grupo C) con escaso recorrido en el sector. Esta decisión parece ser intencional y puede estar relacionada con la búsqueda de una estrategia de diferenciación versus los canales generalistas. Por último, las productoras con una única incursión en el sector colaboran, sobre todo, con las cadenas autonómicas, que normalmente recurren a productoras ubicadas en la misma región, y para canales web o temáticos, que buscan un tipo de ficción más particular y diferenciada para sus públicos.

Gráfico 5. Relaciones entre grupos de productoras y cadenas de televisión



En relación con los formatos (Gráfico 6), se distingue la producción de series: productos de ficción televisiva replicables en temporadas; y miniseries: entendidas como aquellas producciones de hasta cuatro episodios, que suelen estar basadas en hechos reales o personajes populares. Mientras las empresas del grupo B y C producen mayoritariamente series, las productoras de los grupos A y D son las que desarrollan, sobre todo, miniseries. Casi la mitad de las productoras de miniseries (47%) tiene experiencia previa en cine, lo que es esperable teniendo en cuenta la tipología de las productoras del grupo D, que, en su mayoría, proceden del ámbito cinematográfico, puesto que las miniseries comportan un sistema de trabajo que se asimila a la producción de largometrajes.

Gráfico 6. Distribución de las productoras entre formatos



4.2 MODELOS DE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE FICCIONES TELEVISIVAS EN LAS PRODUCTORAS

Las productoras han modificado sus sistemas de trabajo desde la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda. En las etapas previas, de 2000 a 2016, el modelo que imperaba -y que contribuyó a la consolidación de empresas como Globomedia, Diagonal TV o Bambú Producciones- pasaba por la creación de departamentos de desarrollo en el interior de las productoras. Entonces, los/las guionistas recibían encargos y los/las productores/as ejecutivos eran quienes presentaban los proyectos a las diferentes cadenas. Empero, la incorporación de nuevos distribuidores ha alterado este sistema, pues no todas las productoras cuentan con un departamento de desarrollo, y la mayoría se abren a recibir proyectos externos.

4.2.1 Desarrollo interno

Consiste en la creación de ficciones en el seno de la propia productora (Marcos, 2013: 45). Este sistema es propio de empresas con experiencia en el sector, pues requiere de una inversión económica sostenida para tener en nómina a un conjunto de guionistas. De hecho, existen productoras que apuestan por el talento para diferenciarse del resto de las compañías y contratan a determinados/as guionistas en exclusiva, con el objetivo de crear y consolidar una marca propia. Los departamentos de desarrollo se centran en la creación de series, el desarrollo de

encargos de distribuidoras y las adaptaciones, en caso de compra de derechos. Incluso, se ocupan de vender sus ideas ante los posibles compradores.

Ahora soy ejecutiva de desarrollo de ficción en Secuoya Estudios. Mis funciones son desarrollar series que creamos in house. Cuando pensamos en una serie que puede tener cabida en el mercado, empezamos a desarrollarla y hacemos un dossier, un documento de venta, y, si lo consideramos, un piloto, y vamos a pitchearla, a intentar venderla a plataformas o cadenas, a aquellos clientes que podamos considerar que les puede interesar. Cuando una productora ya tiene cierto volumen de trabajo, sí que ficha a personas, además, en exclusiva, para desarrollar series. Apuestan por unos talentos que, de alguna manera, les pueden aportar algo (Alba Lucío).

Plano a Plano tiene varios guionistas en plantilla. Entré cuando estaban con Allí abajo (Antena 3, 2015-2019), en la primera temporada. En esa época, como Plano a Plano estaba empezando, no tenían tanta plantilla de guionistas como ahora. Luego, a medida que fueron vendiendo más proyectos, fueron cogiendo más gente para desarrollo. Lo que hago tiene dos variantes: o, mis jefes me dicen "tenemos esta idea o están buscando en tal plataforma algo específico"; o yo también por mi parte voy pensando proyectos, ideas que yo tengo, y las voy desarrollando (Montaña Marchena).

Yo he entrado directamente en The Good Mood en una serie, en un proyecto que hay nuevo, pero, por lo que sé de otros compañeros, cuando acabó Cristo y Rey (Atresplayer Premium, 2023), unos estaban desarrollando otras series, otros pensando... Siempre hay proyectos en los que pensar. Te ponen a pensar proyectos, unos salen, otros no salen, y cuando ya sale uno te pones a trabajar en ese (Paula L. Cuervo).

Normalmente en Bambú Producciones lo que se hace es desarrollar ideas propias que nacen del departamento a partir de una premisa. Todo esto se va escribiendo en una especie de dossier o biblia y, una vez que tenemos como una idea general de la serie, lo que nosotros hacemos básicamente es escribir el capítulo piloto y lo presentamos a las plataformas. Ese más o menos es el desarrollo cuando la idea nace del departamento. Otras veces, como por ejemplo es el caso de Fariña (Antena 3, 2018), si es un libro el que ilumina la idea, se compran los derechos y, a partir de ahí, un equipo de guionistas empieza a realizar una adaptación del libro (David Orea).

Creo que Zeta ha sabido entender muy bien, que eso es labor de Antonio Asensio (CEO) y de Paloma Molina (Responsable de producción), lo que es la libertad creativa y dejar hacer a la gente, con Élite, con Carlos Montero, con Carlos de Pando y con Sara Antuña (guionistas de Zeta). Nos dejan hacer. Hay una confianza y ellos, además, han apostado por el desarrollo. Invierten mucho dinero en desarrollo, en tener en estructura a Carlos de Pando, a Sara Antuña, a Adolfo Valor y a mí. Eso es vital y por eso Zeta estrena cada año estrena un montón de series y de películas. Es porque han entendido muy bien que ahora el valor es el contenido y los creadores (Cristóbal Garrido).

Se entiende que este sistema solo cabe en productoras con una estructura empresarial consolidada, ya que es más costoso contratar y sostener en el tiempo a un equipo de guionistas que comprar un proyecto. No obstante, posee varios inconvenientes para la industria. En primer lugar, resta posibilidades a las productoras de menor tamaño porque tienen la capacidad de

acaparar varios proyectos de forma simultánea, mientras que las pequeñas solo pueden asumir un único proyecto. En segundo lugar, dificulta la entrada de nuevos/as creadores/as en el sector, pues no es habitual que las empresas con departamentos de desarrollo realicen proyectos fuera de la productora.

Las productoras grandes que tienen equipos de desarrollo pueden estar trabajando en seis proyectos. Cuando vas a vender, de 20 proyectos si colocas uno ha sido un éxito. Es muy complicado (Alberto Utrera).

Es un modelo que, a veces, hace que el acceso a las productoras sea muy cerrado. Hay productoras que no quieren saber nada de posibles proyectos externos. Hay personas que están intentando conseguir un puesto de trabajo, sobre todo aquellas que empiezan, que ven que hay determinadas productoras a las que no pueden acceder porque no reciben proyectos, porque ya tienen sus propios equipos y no quieren saber nada (Alba Lucío).

El departamento de desarrollo de Bambú Producciones siempre ha estado tan sumamente copado de ideas que al final ni siquiera hemos tenido tiempo de desarrollar las propias. No teníamos capacidad de absorción para tanta idea (David Orea).

Al parecer, el modelo de creación interna cada vez es menos recurrente por su falta de rentabilidad, lo que también tiene consecuencias negativas. El grueso del trabajo de un/a guionista son proyectos que no llegan a cristalizar, y los departamentos de desarrollo son los espacios para realizar esta labor, sobre todo para los perfiles noveles.

Tú pasas de tener un guion que puedes mover por 40 o 50 productoras, a tener un guion que puedes mover por cuatro o cinco cadenas. Entonces, pierdes la oportunidad de abrirte a esos departamentos. Me parece que limita lo que era un campo mucho más abierto para poder encontrar pequeñas oportunidades laborales dentro de la industria (Enrique Lojo).

4.2.2 Desarrollo externo

El segundo modelo refiere al tratamiento que realizan las productoras de proyectos de guionistas externos/as a la empresa. En este caso, las productoras compran los derechos sobre la obra, la desarrollan, con o sin el creador o creadora, y la venden posteriormente a las distribuidoras. Esta fórmula es más económica que la anterior, por lo que se ha acabado implantando en las productoras. Este sistema no solo permite la recepción de propuestas de ficciones televisivas, sino que, además, puede conllevar el interés por el talento de ciertos perfiles creativos.

Al final lo que hacemos en MoA Studio es desarrollar cosas en las que creemos. Puedes tener una tendencia de mercado, pero intentamos tener proyectos que creamos que se pueden ejecutar bien, como fue el caso Yrreal (Playz, 2021) (Alberto Utrera).

Creo que es una particularidad nuestra en LAZONA, que no tenemos lectores y no tenemos un departamento de desarrollo. A veces ni siquiera tiene que ver con la idea, sino como con la persona: me apetece trabajar con X. Busquemos algo, ¿el qué? No sé, vamos a ir viendo, ¿para cuándo? Ni idea, cuando esté. Entonces, a veces es trabajar "que", a veces es trabajar "con". Esto es lo que nos hace un poco distintos a lo mejor de eso de las teles que es: "¿cuál es el briefing de la cadena de televisión? ¿Es este?

Ah, pues mira, tengo un portfolio aquí de 25 proyectos. Mira, si quieres comedia ahí van cinco". Nosotros no lo hacemos así. Nos enamoramos de un proyecto. Lo ponemos en marcha. Lo llevamos hasta donde podamos y, cuando lo tienes, lo paseas por todas partes. No disponemos de una bolsa de proyectos para venderlos. Esta forma supongo que es menos convencional (Gonzalo Salazar-Simpson).

En NOVA Producciones ya no tenemos un equipo contratado en nómina porque es imposible por el volumen de trabajo que tenemos mantener a un equipo estable. Entonces, el sistema que utilizamos es que contamos con gente que como freelance trabajan para nosotros, que a veces tienen ideas y las vamos a presentar a la cadena. La creación desde la productora no la hacemos porque no la podemos costear (Paula Serra).

Este modelo ofrece más libertad y supone una forma de trabajo diferente al desarrollo dentro de un equipo en una compañía para los/las guionistas. Rodrigo Martín, creador de *Asuntos internos* (TVE, 2024), comenta que, en su caso, trabaja como freelance para la productora *Mediacrest* en el desarrollo y producción de la serie, y que son ellos mismos los que marcan el ritmo de trabajo. Con este sistema las productoras también sirven de enlace entre los creadores y las distribuidoras.

Nosotros tenemos un contacto con el Head of Fiction de Mediacrest, con Alberto Macías, y con él hablamos todo lo que tenemos que hablar del guion y no tenemos que rendir cuentas a nadie más que al coordinador de guion de la serie (Rodrigo Martín).

Tú puedes ir a una productora que acepte proyectos y si les gusta tu proyecto, lo pueden llevar [a una plataforma o cadena], porque a la productora le van a oír (Eligio R. Montero).

4.2.3 Modelo mixto

Por último, el modelo mixto compatibiliza la creación en el seno de la productora, así como también el desarrollo de proyectos ajenos. Esta fórmula admite la unión de equipos de trabajo heterogéneos y la incursión de profesionales diversos en la industria.

El mixto se integra en dos tipos de empresas: productoras con gran volumen de trabajo, que buscan ideas que puedan encajar en el mercado; y empresas pequeñas, que aceptan la colaboración externa de otros/as guionistas para desarrollar proyectos concretos. Las productoras suelen acudir a los pitches que se llevan a cabo en el marco de los festivales de ficción televisiva con el objetivo de buscar nuevas ideas para desarrollar en su productora, para la compra de derechos o para reclutar el recurso humano creativo.

En MoA Studio hacemos desarrollo interno y luego analizamos un poco ideas que vienen de fuera (Alberto Utrera).

En Secuoya Estudios también desarrollamos y trabajamos con series que no son creadas in house, sino por otros guionistas. La productora adquiere los derechos de ese proyecto y nosotros lo que hacemos es el desarrollo conjunto con ellos. Además, recibimos proyectos a veces externos y los leemos los valoramos. Digamos que, a grandes rasgos, estamos todo el rato buscando qué serie puede ser la serie del momento, la que poda-

mos vender, la que nos guste, la que encaje también dentro de la productora, dentro del mercado (Alba Lucío).

Hay un poco de todo en Beniwood. En general, son ideas nuestras. Como tenemos un perfil creativo, que, en este caso soy yo, normalmente intentamos explotarlo. Aunque venga una idea de fuera, yo me suelo implicar también a esos niveles. La idea de Diu-menge, paella (À Punt, 2020) venía de unos guionistas externos y yo también me metí como creador y la desarrollamos juntos. En otros proyectos, depende. Muchos nacen de mí y trabajo con gente externa (Alberto Evangelio).

En Federation tenemos un equipo de desarrollo, pero luego trabajamos mucho también con guionistas freelance. Para nosotros, además, es la clave del éxito para poder abarcar muchos más desarrollos. Interno y externo, es fundamental. Yo creo que es fundamental tener guionistas en la casa que te permitan avanzar y luego ya trabajar con guionistas o directores que se compromete durante un periodo de tiempo al desarrollo y, por supuesto, a vender la historia (Laura Oliva).

En el sistema actual de producción de ficción televisiva española se constituye un paisaje dinámico, en el que conviven empresas que continúan con las inercias industriales del modelo televisivo previo a la incorporación de las plataformas de *streaming*, y las productoras que apuestan por un sistema de creación similar al cinematográfico. Además, ambos modelos responden al sistema oligopólico, que todavía perdura, pero que al mismo tiempo se abre y permite nuevas oportunidades al talento nuevo, y a productoras que ejercen como servidores de proyectos creados por guionistas freelance, que pretenden incursionar en la industria.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A modo de primera conclusión general, se puede afirmar que la producción de series de televisión en España ha modificado y evolucionado su modelo durante el último periodo (2017-2023), como resultado del advenimiento de las plataformas.

El ecosistema de la ficción televisiva española también ha mutado con los nuevos agentes. Los datos del estudio coinciden con los de Lacalle y Sánchez-Ares (2019) y el oligopolio se ha incrementado desde la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda. De hecho, esta inercia de que unas pocas empresas acaparen el grueso de la producción parece determinar una peculiaridad de la industria española. Esta situación, además, se acentúa cada año, pues en 2023 las empresas con experiencia amplían su participación en el sector con respecto a los años anteriores. Esta tendencia obedece a una cuestión de confianza. Las distribuidoras prefieren apostar por compañías con experiencia.

Otra tendencia significativa es la que practican las plataformas, que de manera frecuente recurren a productoras sin experiencia en el ámbito televisivo para ejecutar sus proyectos. Esto se atribuye a una estrategia para diferenciarse de los operadores lineales, pues confían un porcentaje importante de sus producciones a empresas que provienen del cine y con escaso bagaje en la industria de la televisión. Las plataformas de *streaming* buscan en estas compañías originalidad, calidad técnica y el sello autoral que puede brindarles el sector cinematográfico.

Sobre los modelos de creación y producción de ficción televisiva, en la industria actual conviven los modelos tradicionales y las nuevas formas de producción impulsadas por las plataformas. El entorno resultante genera una coyuntura que permite la acción tanto de productoras establecidas como de nuevos agentes. De esta forma, cohabita el desarrollo interno, donde las ficciones son creadas en los departamentos de las propias productoras; el desarrollo externo, donde las productoras solo ejecutan los proyectos; y el modelo mixto, que aúna ambas opciones. La convivencia de estos tres modelos parece la situación ideal para la industria, porque abre oportunidades de negocio para todo tipo de productoras: la constante demanda de ficciones propicia que las grandes empresas produzcan a ritmo constante mientras que, al mismo tiempo, se multiplican las oportunidades de trabajo para las productoras pequeñas. No obstante, el sector parece virar hacia un modelo en el que el papel de las productoras estará condicionado por su capacidad para crear proyectos y venderlos a los diferentes distribuidores. En caso de que estas no posean las competencias o infraestructuras necesarias, la ejecución entonces quedará relegada a proyectos de terceros. Esta circunstancia no es negativa per se, sin embargo, se corre el riesgo de restringir el protagonismo creativo a un grupo limitado de compañías, las que posean el músculo empresarial suficiente como para desarrollar un gran volumen de proyectos de forma sostenida.

Observando la evolución de la industria de la producción de la ficción televisiva española desde la llegada de las plataformas, se propone, a continuación, una tipología de empresas productoras.

a) Tipo 1. Las veteranas

En esta categoría se encuentran las productoras que han realizado 6 o más series, entre 2017 y 2023 (Grupo A y B). Trabajan principalmente para cadenas generalistas y plataformas de *streaming*. Se trata de empresas ubicadas -en su mayoría- en Madrid o Barcelona. Una de sus características es la especialización en el ámbito televisivo en general y en la ficción televisiva en particular, síntoma del proceso de profesionalización que está viviendo la industria. Según su trayectoria, se registran dos tipos: las veteranas y las experimentadas. Las primeras cuentan con más de 25 años de experiencia en el sector y, además de ficciones televisivas, también producen otros formatos para cadenas en abierto, como Globomedia, productora de programas como *Zapeando* o *El Intermedio*. Este tipo de empresas han sido indispensables para crear unos modelos de producción especializados dentro de la industria y para expandir y consolidar el sector durante los primeros años del siglo XXI (Pardo y Diego, 2004: 421-442). Se trata de compañías, como Buendía Estudios, con una estructura empresarial sólida, capaces de abarcar un volumen amplio de proyectos. En algunos casos suelen pertenecer a conglomerados empresariales internacionales, como Boomerang TV -Entre tierras (Atresplayer Premium, 2023)-, que pertenece a Grupo Boomerang TV, compañía en la que también participan Veranda TV -*Merlí: Sapere Aude* (Movistar+, 2019-2021)- o Portocabo -*Rapa* (Movistar+, 2022-2024)-.

En otro ámbito se encuentran las empresas con experiencia, cuyo recorrido no supera los 15 años. A diferencia de las anteriores, son compañías que, desde sus inicios, se han especializado en la creación de ficciones televisivas, alentadas por la ampliación de canales de distribución (Diego González, 2010: 169). Es el caso de Bambú Producciones, productora de la primera serie de Netflix española, *Las chicas del cable* (Netflix, 2017-2020); o DiagonalTV, conocida

por telenovelas como *Amar en tiempos revueltos* (TVE, 2015-2012), o *Regreso a Las Sabinas* (Disney+, 2024-actualidad), la primera serie diaria nacional emitida por plataformas VoD.

Varias empresas del Tipo 1 han sido creadas por profesionales con experiencia en la industria televisiva, que toman el rol de *showrunner*. Esta figura asume las tareas de productor/a ejecutivo/a y creador o creadora de las series y, de alguna manera, contribuye a conformar un sello autoral y creativo (Cascajosa, 2016; Higuera y Gómez-Pérez, 2017; Fuentes Rueda y Del Castillo Aira, 2023). No extraña, por lo tanto, que muchos/as profesionales con amplia experiencia en el sector opten por fundar sus propias productoras para detentar el mayor control creativo y ejecutivo de sus producciones. Es el caso de Bambú, fundada por Ramón Campos y Teresa Fernández-Valdés, o Alea Media -*Entrevías* (Telecinco, 2022-2024)-, liderada por Aitor Gabilondo. Esta característica es propia de periodos de crecimiento de la industria, pues en la década de los noventa, con la incorporación de las cadenas privadas, profesionales del medio televisivo también conformaron sus propias compañías, como Gestmusic, Zeppelin o Ganga (Diego y Pardo, 2008: 49). Como se ha señalado, identificar el producto audiovisual con la autoría interesa a los operadores porque proporciona valores creativos, como la diferencia, la notoriedad, la experiencia o la popularidad, que estos/as profesionales proporcionan. Esto es un aliciente para atraer a la audiencia, que asocia a creadores/as -y, por tanto, productoras- con las series.

Ya sean empresas veteranas o empresas con experiencia, todas apuestan por el modelo de desarrollo interno para la creación y producción de sus ficciones. Su volumen de negocio y su estabilidad dentro de la industria les permite contar con departamentos propios de creación para construir una marca como sello de contenido, como Zeta Audiovisual -*El vecino, Reyes de la noche* (Movistar+, 2021)-. Sin embargo, estas empresas también se abren a trabajar con talento externo, y a buscar nuevas ideas que puedan tener cabida en el mercado, como Buendía Estudios, que apostó por Álvaro Carmona para producir su comedia de ciencia ficción *Déjate ver* (Atresplayer Premium, 2023).

b) Tipo 2. Las noveles

En esta categoría aparecen aquellas productoras que han realizado cinco o menos ficciones televisivas entre los años 2017 y 2023 (Grupo C y D), así como las que solo realizan una única serie o miniserie. Estas representan el 60% del total, no obstante, en conjunto, son las empresas que más trabajos realizan en la industria anualmente.

Las productoras de esta categoría han trabajado con todos los grupos distribuidores, pero destaca su colaboración con las plataformas VoD (Atípica Films, LAZONA...), y los canales web (The Other Side Films, Lavinia Audiovisual...). El motivo se debe a una estrategia de distinción por parte de las plataformas.

Pese a que el 85% de la producción audiovisual española está localizada entre la Comunidad de Madrid y Cataluña (Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2020: 65), también destaca la concentración de productoras de este tipo en otras regiones. En Galicia (TVG) se encuentran algunas de las empresas con más proyección, como Voz Audiovisual -*Néboa* (TVE, 2020)-, Ficción Producciones -*Vivir sin permiso* (Telecinco, 2018-2020)-, Portocabo, -*Hierro* (Movistar+, 2019-2021)-, Vaca Films -*La Unidad* (Movistar+, 2020-2023)- o el holding de empresas

audiovisuales Galiwood. Otro lugar con tradición en producción de ficción televisiva es el País Vasco (ETB). Productoras regionales como Txintxua -*Hondar ahoak* (ETB, 2020)-, K2000 -*Itxaso* (ETB, 2023)- o la experimentada Pausoka Entertainment -*Go!azen* (ETB, 2009-actualidad)- han distribuido en la televisión pública vasca algunas de sus series. Islas Baleares (IB3) despunta en la producción de ficción televisiva, donde operan productoras como CEF Produccions -*Treufoc* (IB3, 2017-2019)-, Espaitemps -*Mòpies* (IB3, 2020)- o Nova Producciones -*Amor de cans* (IB3, 2018-2021)-, que han realizado para IB3. Por su parte, À Punt, la cadena pública valenciana, creada en 2018, también ha confiado su producción de series de televisión a productoras locales, como Albenà Produccions -*Després de tu* (À Punt, 2022-2023)-, Mediterráneo Media Entertainment -*La Vall* (À Punt, 2018)- o Beniwood -*Diumenge, paella*. Se aprecia un compromiso por parte de algunas televisiones autonómicas por impulsar el sector televisivo de su propia región e incentivar la creación y mantenimiento de empresas de la zona. Esta característica es sintomática del proceso de descentralización de las productoras nacionales (Mateos-Pérez, 2023) y del funcionamiento de las iniciativas económicas para aumentar la producción local en los últimos años (De la Sierra Morón, 2019: 289).

Otra particularidad de las productoras del Tipo 2 es su estrecha relación con el ámbito cinematográfico. Pese a ser un fenómeno habitual en la industria de la ficción televisiva española (Irisarri, 1999: 224-225), se ha acrecentado en los últimos años debido a varios motivos. En primer lugar, la elevada demanda de series actual provoca que se requiera un número mayor de productoras, y la industria todavía no posee la diversidad o la cantidad suficiente como para dar respuesta a todas las peticiones. En segundo lugar, los estándares de la producción han cambiado y, actualmente, siguen empleándose sistemas de producción técnicos próximos al sector cinematográfico. En tercer lugar, es factible que determinadas productoras inviertan en la producción de ficción televisiva con el objetivo de poder asumir la creación de otros proyectos dirigidos a las salas de cine. En cuarto lugar, existe también la posibilidad de que las productoras cinematográficas realicen series de televisión con la intención de buscar posibles acuerdos de distribución de sus productos con plataformas. En quinto lugar, la creación de series de cineastas reconocidos es un reclamo para operadores y audiencia debido al concepto de autoría. Por último, si la ficción televisiva es exitosa, la productora gana prestigio y reconocimiento en el sector, lo que inevitablemente atrae nuevas oportunidades de negocio. Cineastas reconocidos han apostado por la creación de ficciones televisivas, ya sea mediante sus propias compañías o en colaboración con otras. En el primer grupo destaca la productora de Álex de la Iglesia y Carolina Bang, Pokeepsie Films -*30 monedas* (HBO, 2020-2023)-; la de Rodrigo Sorogoyen, Caballo Films, -*Antidisturbios*-; Miss Wasabi, de Isabel Coixet -*Foodie Love* (HBO, 2019)-; o la productora de Paco León, Andy Joke, -*Arde Madrid* (Movistar+, 2018)-. En el segundo grupo se encuentran directores/as que han creado y/o dirigido ficción televisiva en colaboración con distintas productoras, como Alejandro Amenábar -*La Fortuna*-; Leticia Dolera -*Vida perfecta* (Movistar+, 2019-2021)-; o Enrique Urbizu -*Gigantes* (Movistar+, 2018-2019), Libertad (Movistar+, 2021)-, entre otros/as. Todo ello, evidencia que la aparición de nuevos operadores ha incentivado la participación de productoras cinematográficas que han contribuido, con su experiencia, al sector televisivo.

La mayoría de las productoras de este tipo no cuentan con un departamento de desarrollo interno, por lo que suelen funcionar como services de otros/as creadores/as. Exceptuando aquellas

empresas cuyo responsable también participa en la creación y dirección de las ficciones, como es el caso MoA Studios -Yrreal-, este tipo de productoras también trabajan en colaboración con guionistas o directores/as freelance que buscan soporte industrial para desarrollar sus historias. Por ejemplo 100 balas, que produce las series de Juan Cavestany y Diego San José -*Vota Juan* (TNT, 2019), *Vamos Juan* (TNT, 2020) y *Venga Juan* (HBO, 2021)-; y de Fernando Navarro y Tomás Peña -*Romancero* (Prime Video, 2023)-.

La industria de la ficción televisiva ha mutado con la llegada de las plataformas. Éstas han apostado por las series como el contenido estrella para captar suscripciones y así aglutinar el consumo televisivo. Este escenario ha propiciado un terreno fecundo para las empresas productoras. Tanto las experimentadas como las emergentes han estimulado la creatividad en el nuevo contexto de la multiplicación de operadores, y han aportado a las obras televisivas de ficción atributos como experiencia, autoría, originalidad y distinción.

6. REFERENCIAS

- Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. (2010). La industria audiovisual en España 2010: escenarios de un futuro digital. Fundación EOI.
- Álvarez Monzoncillo, J. M. y López Villanueva, J. (1999). La producción de ficción en España: un cambio de ciclo. ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 4(7). <https://doi.org/10.1387/zer.17398>
- Bardají Hernando, J. y Gómez Amigo, S. (2004). La gestión de la creatividad en televisión: el caso de Globo Media. EUNSA.
- Barlovento Comunicación (2023a). Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2023.
- Barlovento Comunicación (2023b). Estudio Barómetro TV-OTT. 1ª Ola 2023.
- Barlovento Comunicación (2024). Estudio Barómetro TV-OTT. 6ª Ola 2024.
- Briones, G. (1990). Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. (2ª ed.). Trillas.
- Bruun, H. (2016). The Qualitative Interview in Media Production Studies. En C. Paterson, D. Lee, A. Saha y A. Zoellner (Eds.), *Advancing Media Production Research: Shifting Sites, Methods, and Politics* (pp. 131-146). Palgrave Macmillan.
- Busquet, J. y Medina, A. (2017). Técnicas de recogida de datos: técnicas cualitativas. En J. Busquet Duran y A. Medina Cambrón (Coords.), *La investigación en comunicación: ¿qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?* (pp. 183-200). Editorial UOC.
- Cámara de Comercio de Estados Unidos en España (2022). Evaluación del sector audiovisual español y su contexto regulador. AmChamSpain.
- Cascajosa, C. (Ed.) (2015). *Dentro de El Ministerio del Tiempo*. Léeme Editores.
- Cascajosa, C. (2016). El ascenso de los showrunners: creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea. *index.comunicación*, 6(2). <https://acortar.link/saLYyw>
- Cascajosa, C. (2018). 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*, (17), 57-74. <https://doi.org/10.14201/fjc2018175774>
- Cascajosa, C. (2021). Bambú Producciones and the Transformation of Spanish Television Fiction Production. En L. Barra y M. Scaglioni (Eds.), *A European Television Fiction Renaissance: Premium Production Models and Transnational Circulation* (pp. 227-240). Routledge.
- CNMC. (2024). Telecomunicaciones y audiovisual. Informe económico-sectorial 2023. <https://www.cnmc.es/expedientes/estadcnmc00424>
- De la Sierra Morón, S. (2019). Las ayudas a la producción. Una perspectiva europea. En C. F. Heredero y Caimán Cuadernos de Cine (Coords.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión (2015-2018)* (pp. 257-292). Festival de Málaga.
- Diego González, P. (2010). La ficción en la pequeña pantalla: cincuenta años de series en España. EUNSA.

- Diego González, P. y Pardo Fernández, A. (2008). Estándares de producción de "dramedias" familiares en España. En M. Medina (Coord.), *Series de televisión: el caso de Médico de familia*, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano (pp. 45-74). EUNSA.
- Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Francés, M. y Llorca, G. (2012). La producción de ficción en la industria audiovisual española. En M. Francés i Domènec y G. Llorca Abad (Coords.), *La ficción audiovisual en España: relatos, tendencias y sinergias productivas* (pp. 259-281). Gedisa.
- Fuentes Rueda, P. y Del Castillo Aira, I. (2023). Showrunners españoles en la era Netflix: Indicadores de tareas para su definición. *Dixit*, 37(2), 53-68. <https://doi.org/10.22235/d.v37i2.3343>.
- García de Castro, M. (2002). *La ficción televisiva popular: una evolución de las series de televisión en España*. Editorial Gedisa.
- GECA (1996). *Cómo se hizo Médico de familia*. GECA.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill Education.
- Herrero Subías, M. y Diego González, P. (2009). Series familiares de televisión: concepto, producción y exportación. El caso de Médico de familia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 238-247. <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-820-238-247>
- Hidalgo-Marí, T., Segarra-Saavedra, J. y Palomares-Sánchez, P. (2021). Radiografía de los contenidos originales de ficción seriada de Netflix. Formas, estilos y tendencias en el nuevo escenario in streaming. *Communication & Society*, 34(3), 1-13. <https://doi.org/10.15581/003.34.3.1-13>
- Higueras, M. J. (2018). Nuevas tendencias en los procesos de creación y producción de series de ficción para plataformas VOD: La Zona (Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, Movistar+: 2017). En J. Muñoz-Jiménez, S. Martínez-Martínez y B. Peña-Acuña (Eds.), *La realidad audiovisual como nuevo vehículo de conocimiento* (pp. 161-174). Editorial Gedisa.
- Higueras, M. J. y Gómez-Pérez, F. J. (2017). La impronta del showrunner en las series de ficción televisiva: el caso de Jenji Kohan. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 22(43), 219-236. <https://doi.org/10.1387/zer.17822>
- Huerta, M. Á. y Sangro (Eds.) (2007). *De Los Serrano a Cuéntame: cómo se crean las series de televisión en España*. Arkadin.
- Irisarri, J. A. (1999). La industria de la producción televisiva y cinematográfica: de la exportación al colonialismo cultural. En L. Núñez Ladevéze y J. Sinova (Eds.), *Política y medios de comunicación* (pp. 215-234). Fundación Faes.
- Jensen, K. B. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research Qualitative and Quantitative Methodologies*. Routledge
- Lacalle, C. y 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), 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.10>

- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: definición, propiedad intelectual e industria. *Ciencia-América: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 13(1), 34-39. ISSN: 1390-9592
- Marcos, M. (2013). Algunos apuntes sobre la ficción seriada nacional: tipología y características. *Vivat Academia*, (124), 34-50. <https://doi.org/10.15178/va.2013.124.34-50>
- Martín, J. P. (2023). Aquí no hay quien viva. Detrás de las cámaras: la delirante historia de esta nuestra comunidad. Plaza Janés.
- Mateos-Pérez J. y Sirera-Blanco R. (2021). Taxonomía de las series de televisión españolas en la era digital (2000-2020). *Profesional de la información*, 30(6), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.08>
- Mateos-Pérez, J. (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>
- Medina, M. (2008). Series de televisión: el caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano. EUNSA.
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2022). Estadística 2022: Anuario de estadísticas culturales.
- Palacio, M. (2008). Historia de la televisión en España (3ª ed.). Editorial Gedisa.
- Pardo Fernández, A. y Diego González, P. (2004). La producción televisiva independiente en España (1997-2002): cómo sobrevivir en un mercado competitivo. En J. Latorre, A. Vara y M. Díaz (Eds.), *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales* (pp. 421-442). Ediciones Eunate.
- PwC. (2021). Informe sobre las Oportunidades de los Contenidos Audiovisuales.
- Saavedra Llamas, M., Vaquerizo Marisca, A. y Tavárez Pérez, A. D. (2023). La estrategia de adaptación de la televisión en abierto en España: Atresplayer Premium y MiTele Plus ante el ecosistema de las SVOD internacionales y la ruptura de los hábitos de consumo. *Vivat Academia*, 156, 152-172. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1467>.
- Santa Cruz, F. F., Obando Peralta, E. C., Reyes Pastor, G. E. y Rodríguez-Balcázar, S. C. (2022). Investigación cualitativa: una mirada a su validación desde la perspectiva de los métodos de triangulación. *Revista de Filosofía*, 39(101), 59-72- <https://doi.org/10.5281/zenodo.6663103>
- Tamayo y Tamayo, M. (1984). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.

7. ANEXOS

ANEXO I: LISTADO DE PRODUCTORAS Y VOLUMEN DE PRODUCCIÓN ANUAL

Productora	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Bambú Producciones	4	1	4		1	2	1	13
Buendía Estudios				2	3	3	5	13
Globomedia	3	1	1	3	1	1		10
Boomerang TV	1	1	1	1	3	2	1	10
Mediapro		1		3	2	2	1	9
Alea Media		1	1	1	1	2	3	9
Diagonal TV		2	2	1		2	1	8
Voz Audiovisual	3		1	2	1			7
Plano a Plano		3	1	2			1	7
Zeta Audiovisual		1	1		2	2	1	7
Portocabo	1		1	1		1	2	6
El Terrat		1		1	2		1	5
Isla Audiovisual	1	1	1		1		1	5
MOD Producciones	1	2			1		1	5
100 balas			1	2	1		1	5
Filmax	1		1			2	1	5
Morena Films				2			3	5
DLO Producciones			1	1		2		4
Grupo Ganga	1	1		1		1		4
Veranda TV			1		1	1	1	4
Onza		2	1		1			4
Nova Televisió		3				1		4
Big Bang Media				2		2		4
Corte y Confección de Películas			1	1	1	1		4
The Good Mood	1			1	1		1	4
Vancouver Media	1		1		1		1	4
Atípica Films		1				1	2	4
Ficción Producciones		1			1	1		3
Pausoka Entertainment			1		1	1		3
Beta Films	1	1	1					3
Different Entertainment	1	1		1				3
K2000		1		1			1	3
Suma Latina				1	1		1	3
Gossip Event & Productions	1	2						3
WarnerBros España			1	1	1			3
Viacom			1		1	1		3
Caballo Films				2		1		3
Lazona Producciones		1			1	1		3
Vaca Films				2			1	3
Grupo Secuoya					1	1	1	3
Brutal Media			1			1		2
Producciones Mandarina			1		1			2
Albena Produccions			1			1		2
CEF Produccions	1				1			2
Galiwood		1	1					2
Contubernio			1			1		2

Melodía Producciones		2			2			
Minoría Absoluta				2	2			
Zebra Producciones			1		1	2		
Espai Temps	1				1	2		
Funwood Media	1		1			2		
Nostromo Pictures				1		1	2	
Lucky Road Productions				2			2	
Txintxua Films				1		1	2	
LaCoproductora				1		1	2	
VIS					1	1	2	
Sospecha Films					1	1	2	
Think Studio					1	1	2	
Noc Noc Cinema						2	2	
Pokeepsie Films				1			1	2
YuMagic Producciones				1			1	2
El Desorden Crea						1	1	2
Espotlight Media							2	2
New Atlantis		1						1
Lux Vide						1		1
CTV		1						1
Zenit TV		1						1
Multipark				1				1
Sony Pictures						1		1
José Frade Producciones				1				1
Zopilote				1				1
Zeppelin TV				1				1
La Competencia Producciones		1						1
Baleuko						1		1
Oberón Cinematográfica				1				1
Lavinia Audiovisual						1		1
Arca Audiovisual				1				1
Apache Films				1				1
Coral Europa & Origen							1	1
Capitán Araña				1				1
Dynamo Producciones							1	1
Sayaka Producciones							1	1
El Deseo							1	1
Programas y TV				1				1
Indiana Pictures				1				1
Atomis Media				1				1
Zircozine				1				1
Global Set				1				1
Entreolivos Fiction Factory				1				1
Miramar Media Entertainment				1				1
Uncía Producciones				1				1
The Other Side Films				1				1
Andy Joke				1				1
Cruz del Sur Cine				1				1
MedioLimón				1				1
ITV Studios				1				1
Escándalo Films				1				1
Aquí y Allí Films				1				1

Mediterráneo Media	1			1
Impulsa Films	1			1
BlogMedia	1			1
Dadá & Films Entertainment	1			1
Veralia Contenidos	1			1
Star Elite	1			1
La Terraza Films		1		1
Miss Wasabi		1		1
Weekend Studio		1		1
Atlantic Media		1		1
Nakamura Films		1		1
Think First		1		1
Santa Rita Films		1		1
Sky Dreams Entertainment		1		1
Galdo Media		1		1
Cósmica Producciones		1		1
IdiotLamp Productions		1		1
ProFicción TV		1		1
Sentido Films			1	1
Aragón TV			1	1
Bausan Films			1	1
Singular Audiovisual			1	1
Beniwood Producciones			1	1
The LAB Cinema			1	1
Greenlight Productions			1	1
Gessas Producciones			1	1
Producciones Nueva Línea			1	1
Calipo PC			1	1
Producciones Número 52			1	1
Calle Cruzada			1	1
Tornasol Films				1
Prointel			1	1
SE Producciones			1	1
La Chica de la Curva			1	1
MoA Studios			1	1
Iroa Films			1	1
Kilima Media			1	1
Boogaloo Films			1	1
Estela Films			1	1
Cuidado con el perro			1	1
Destrucción y salvación			1	1
Ja Som Doc Produccions			1	1
Massa d'Or Produccions			1	1
Barret			1	1
Visual Producciones			1	1
221 Studio				1
You Planet Pictures				1
Banijay Iberia				1
DeAPlaneta				1
Gloriamundi Producciones				1
Tandem Films				1
Arcadia Motion Pictures				1
La Claqueta PC				1
Nanouk Films				1

Funicular Films				1	1
The Creative				1	1
La Moderna				1	1
Media Attack				1	1