

Hacia un nuevo canon televisivo: La historia reciente de la ficción española creada para el VOD (2016-2020)

Towards a new TV canon: The recent history of Spanish TV fiction created for VOD (2016-2020)

Tatiana Hidalgo-Marí. Universidad de Alicante. España

tatiana.hidalgo@ua.es



Jesús Segarra-Saavedra. Universidad de Alicante. España

jesus.segarra@ua.es



Patricia Palomares-Sánchez. Universidad de Alicante. España

patriciapsanchez15@gmail.com



Este trabajo se enmarca en un Proyecto de I+D emergente titulado: “Ficción online a la carta: Producción, contenido e interacción en las series españolas de las plataformas de TV in streaming (2016-2019)” concedido por la Universidad de Alicante (GRE19-10).

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Hidalgo-Mrri, T., Segarra-Saavedra, J. y Palomares-Sánchez, P. (2022). Hacia un nuevo canon televisivo: La historia reciente de la ficción española creada para el VOD (2016-2020). *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 119-134. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1533>

RESUMEN

Introducción. El presente trabajo analiza el estado actual de la producción de la ficción española seriada para las plataformas de video on demand (VOD), desde una perspectiva canónica que permita establecer características y patrones comunes en los contenidos seriados de producción española de las plataformas de VOD y que ofrezca la posibilidad de esbozar una historia reciente de la ficción española creada para ser emitida en el universo *in streaming*. **Metodología.** Basado en una metodología mixta que combina el análisis cualitativo con los datos cuantitativos, en el artículo se analizan un total de 60 series creadas para las plataformas de mayor alcance en España y se establecen patrones sobre formas, estilos y cuestiones narrativas. **Resultados.** Los resultados apuntan a un interés creciente por la producción de ficción española para el VOD, motivada por la demanda de las plataformas y sus audiencias, con unas características productivas propias, que marcan la nueva forma de hacer ficción española. **Discusión y conclusiones.** A pesar de que se evidencia poca innovación y transgresión en lo que a narraciones y relatos se refiere, el trabajo pone de manifiesto un canon productivo naciente que se repite y que asienta un sello personal que beneficia la acogida de la ficción española en las plataformas de VOD.

PALABRAS CLAVE: canon; ficción; historia; televisión; producción; series; video bajo demanda.

ABSTRACT

Introduction. This paper analyzes the current state of the production of serial Spanish TV fiction for Video on demand platforms, from a canonical perspective that allows to establish common characteristics and patterns in serial products of Spanish TV production of VOD platforms and that offers the possibility of outlining a recent history of Spanish TV fiction created to be broadcast in the streaming universe. **Methodology.** Based on a mixed methodology that combines qualitative analysis with quantitative data, the article analyzes 60 series created for the most far-reaching platforms in Spain and establishes patterns on forms, styles and narrative issues. **Results.** The results point to a growing interest in the production of Spanish fiction for VOD with its own productive characteristics, which mark the new way of making Spanish fiction, **Discussion and Conclusions.** Despite the fact that little innovation and transgression is evident in terms of narrations and stories refers, this paper reveals a nascent productive canon that is repeated and that establishes a personal stamp that benefits the reception of Spanish fiction on VOD platforms.

KEYWORDS: canon; fiction; history; TV; programming; series; Video on demand.

CONTENIDO

1. Introducción. 1.1. Antecedentes del estudio de la ficción seriada en el VOD. 2. Objetivos y metodología. 3. Resultados. 3.1. Nacimiento y evolución de la producción de ficción española en el VOD (2016-2020). 3.2. Formatos y géneros predominantes del canon de producción. 3.3. Cuestiones narrativas del nuevo canon de producción. 4. Discusión y Conclusiones. 5. Referencias. 6. Curriculum Vitae.

CONTENT

1. Introduction. 1.1. Background to the study of serial fiction in VOD. 2. Objectives and methodology. 3. Results. 3.1. Beginning and evolution of Spanish fiction production in VOD (2016-2020). 3.2. Formats and predominant genres of the production fee. 3.3. Narrative issues of the new production canon. 4. Discussion and Conclusions. 5. References. 6. Curriculum Vitae

1. Introducción

El audiovisual en general y la ficción en particular no han disfrutado de la misma condición estética y/o artística que otras manifestaciones narrativas, como la literatura o el cine, y mucho menos de un asentamiento cultural de la imagen, como la pintura o la escultura. Su carácter masivo, multicultural, transfronterizo, industrial y popular, la han postulado más cerca de la democratización que cosifica la concepción romántica del arte (García-Martínez, 2013), un hecho que ha derivado en un debate abierto acerca de la vocación cinematográfica de la ficción televisiva (García-Martínez, 2014; Nielson, 2007) y cuestiones relacionadas con su carácter creativo y de culto.

Sin embargo, es evidente que la vorágine creativa y tecnológica que ha experimentado la ficción seriada desde los años noventa ha tenido consecuencias no solo en su alcance y distribución sino también en el desarrollo y la calidad de su contenido narrativo (Lotz, 2007). Varios autores sitúan el inicio de esta vorágine a finales de los noventa, coincidiendo con lo que se ha denominado la *Quality Tv* (Thompson, 1996; Carrión, 2019) o la *Tercera Edad de Oro de la Televisión* (Wayne, 2016; Cascajosa, 2009) y que no es más que el nacimiento de una corriente académica que pretende analizar los nuevos patrones de construcción de la ficción seriada que, por primera vez en la historia de la televisión y auspiciados por creaciones como *Los Soprano* (HBO, 1999), *The Wire* (HBO, 2002) o *Juego de Tronos* (HBO, 2011), entre muchas otras, marcan un hito de calidad en lo que a

producción de ficción televisiva se refiere (Carrión, 2019; Costas-Fontán, 2016; García-Martínez, 2014; García-Martínez, 2013).

Mientras que la academia empezaba a dotar de importancia al fenómeno genuino que vivía la ficción seriada, el negocio televisivo sufría una profunda reinención derivada de la democratización de las plataformas *in streaming* y el *video on demand* (en adelante, *VOD*) como medios de consumo, cambiando no solamente la forma de acceder a los contenidos, sino también acelerando como nunca antes se había visto los hábitos de consumo de los espectadores y audiencias (Dhoest & Simons, 2016; Montero, 2015; Costas-Nicolas, 2014). La expansión de la ficción televisiva, como explica García-Martínez (2014: 2-3) deriva, en primer lugar, de la posibilidad de grabación, que permitía saltarse la serialidad establecida por las cadenas, en segundo lugar, de la democratización del DVD que rompió no solo la continuidad sino también potenció el espíritu coleccionable y de culto (Mittel, 2012) y, en tercer lugar, del auge de internet y sus posibilidades convergentes con el producto de ficción (Tur-Viñes y Rodríguez-Ferrándiz, 2014; Jenkins, 2008).

Es precisamente esta convergencia mediática la que ha reinventado el formato clásico de ficción seriada auspiciado por las *networks* y sus afanes recaudatorios publicitarios (González-Oñate, 2014) y ha contribuido a la innovación y la genuinidad acontecida en las series. Las plataformas de televisión, mediante un modelo económico alejado de la saturación publicitaria y centrado en el negocio de la suscripción, han visto en la ficción no solo el engranaje perfecto de su pirámide económica, sino también una inversión atractiva para aquellos públicos considerados más elitistas, más exquisitos cuya formación o interés audiovisual distaba mucho de la programación de las parrillas televisivas convencionales y programadas (García-Martínez, 2013).

1.1. Antecedentes del estudio de la ficción seriada en el *VOD*

La academia internacional ha dedicado multitud de trabajos al estudio de las plataformas *VOD* como modelos empresariales y sus implicaciones tecnológicas (Small, 2012; Ellingsen, 2014), pero también han suscitado interés los nuevos discursos de televisión y su construcción en el seno del *VOD* (Cascajosa-Virino, 2018; Castellano y Meimaridis, 2016). También abundan estudios de caso que ponen de manifiesto la importancia de la producción propia como punto de partida para la consolidación de las empresas (Wayne & Uribe, 2021; Hidalgo-Marí; Segarra-Saavedra y Palomares-Sánchez, 2021; Hidalgo-Marí, 2020; Cascajosa-Virino, 2018; Urbano y Araujo, 2018; Akass, 2015; Ojer & Capapé, 2012; Gallardo-Camacho y Lavín, 2015; Izquierdo-Castillo, 2015; Neira, 2015; Evens, 2014).

Más allá del enfoque de los trabajos, todos ellos coinciden en que los productos de ficción televisiva nacidos en el contexto del *VOD* inauguran un modelo televisivo convergente que da un paso más al concepto de convergencia de Jenkins (2008) aglutinando los estándares más exitosos del cine, de la televisión y de las nuevas tecnologías e Internet en un producto audiovisual de gran factura (Heredia, 2017) y relacionando la convergencia de la televisión a la carta con los soportes de consumo y el acceso a los mismos (Uman, 2018; Uribe, 2016; David, 2010). A pesar de que la convergencia multimedia se convierte en el sello característico de la ficción nacida para el *VOD*, no se puede obviar que existe un proceso de “indigenización” (Buonanno, 1999), al que se someten los productos ficcionales, esto es, la adaptación de los productos audiovisuales a las necesidades y particularidades de los mercados nacionales y/o locales, que deriva en la adaptación geográfica de los productos. Ante este proceso de indigenización, crece el interés por conocer cómo es y cómo se caracteriza la producción audiovisual de un territorio determinado. En un escenario globalizado como es el de las plataformas *VOD*, la determinación del discurso, el relato y el formato no deben alejarse de la

proximidad cultural, algo que “favorece el deseo por las producciones locales y nacionales frente a las producciones globalizadas” (Straubhaar, 2003:76).

Poniendo en común las premisas anteriores, el propósito de esta investigación es analizar el estado actual de la producción de ficción seriada española para el *VOD* desde una perspectiva canónica, que permita establecer características y patrones comunes en los productos seriados de producción española de las plataformas de *VOD* y que ofrezca la posibilidad de esbozar una historia reciente de la ficción española creada para ser emitida en el universo *in streaming*, esto es, al fin y al cabo, describir el estándar de ficción seriada española y su aportación al nuevo mercado televisivo bajo demanda.

2. Objetivos y metodología

El objetivo del presente trabajo es describir la ficción española creada para las plataformas *VOD*, desde un punto de vista formal y de contenido. En base a este objetivo general, surgen estos objetivos específicos:

1. Identificar la contribución de la ficción española al desarrollo del *VOD*.
2. Describir la evolución de la ficción española creada para el *VOD* desde su nacimiento en el año 2016 hasta 2020.
3. Establecer una comparativa de la contribución de las plataformas de *VOD* predominantes en España.
4. Identificar los formatos y géneros predominantes del canon de producción.
5. Detectar características narrativas y del relato en el nuevo canon de producción.

La finalidad, por tanto, reside en contribuir a documentar la historia reciente de la ficción española del *VOD* con una perspectiva doble, que va desde la identificación del canon productivo de las ficciones, hasta el análisis del contenido narrativo que representan.

Para poder llevar a cabo esta radiografía formal y de contenido de la ficción española del *VOD*, se ha trabajado con una metodología que combina el análisis cualitativo con el apoyo cuantitativo. En una primera fase del trabajo se han recopilado todas las series y miniseries estrenadas por las cinco plataformas que producen o han producido ficción española para el *VOD*, siendo estas: Netflix, HBO, Movistar+, Amazon Prime Video y Orange Tv, desde el año 2016, año del que data la primera producción de ficción española para el *VOD* (Netflix) hasta el 31 de diciembre de 2020. Se han descartado otras plataformas bien porque no han contribuido a la producción de ficción española por el momento (como es el caso de Vodafone TV) o bien porque su catálogo, en lo que a ficción española se refiere, se centra en las reposiciones (como son Filmin, Apple TV, Disney+, StarzPlay o Rakuten Tv, entre otras).

Una vez determinadas las plataformas con contribuciones a la ficción española, se han recopilado todas las series y miniseries producidas o coproducidas por la plataforma, así como aquellas series en las que su participación no se lleva a cabo en términos de coproducción, sino que ha sido la responsable del estreno en primicia de la producción (una fórmula explotada principalmente por Amazon Prime Video). Se han descartado aquellas producciones que suponen continuaciones de estrenos previos (como, por ejemplo, la producción de temporadas adicionales para la serie *La Casa de Papel*, realizadas por Netflix) o la adquisición de derechos o reposiciones de series previamente estrenadas por cadenas de televisión convencional. A nivel narrativo, se han descartado las series documentales por no considerarlas ficción puramente narrativa, aunque se han contemplado aquellas series cuya narración se corresponde con el estándar de la ficción, a pesar de que el relato tenga una naturaleza documental como ocurre en el caso de *El desafío: ETA* (Amazon Prime Video, 2020).

Aplicados estos criterios con el fin de extraer solo las producciones creadas y nacidas en el seno del VOD, la muestra ha quedado compuesta por 60 producciones, distribuidas tal y como recoge la tabla 1.

Tabla 1: Muestra de producciones por plataforma.

<i>Plataforma</i>	<i>Nº Producciones</i>
<i>Netflix</i>	13
<i>HBO</i>	7
<i>Amazon Prime Video</i>	13
<i>Movistar+</i>	24
<i>Orange TV</i>	3
<i>TOTAL</i>	60

Fuente: elaboración propia.

Aplicados los criterios para la selección muestral, se ha confeccionado una tabla de recogida de las distintas categorías descriptivas de análisis, creada *ad hoc*. Debemos tener en cuenta que las categorías descriptivas en una investigación cualitativa, permite clasificar, conceptualizar o codificar mediante un término o expresión que sea claro e inequívoco el contenido o idea central de cada unidad temática” (Matus y Molina, 2006: 48), recurriendo a los objetivos específicos de la investigación. En este sentido, se ha establecido la tabla de categorías descriptivas en base los siguientes ítems:

1. Categorías de control: Plataforma, año de estreno, disponibilidad, estado actual (finalizada o renovada).
2. Categorías de formato: Formato (serie y miniserie), género (drama, comedia, *dramedy* y antología) subgénero (thriller; policíaco; drama suspense; drama juvenil; *teen serie*, terror; comedia romántica; comedia familiar; comedia juvenil), público al que se dirige, número de temporadas, número de capítulos y duración de los capítulos.
3. Categorías de la narración: Protagonismo (masculino, femenino o coral), ambientación, época, conflicto principal, conflicto secundario¹, conflicto secundario², conflicto secundario³ y tratamiento y representación de minorías y conflictos sociales (feminismo, violencia de género, LGTBIQ+, migración, infancia y otros).

Tras el visionado y clasificación de todas las producciones que conforman la muestra según las categorías descritas, se ha procedido a la obtención de los datos. Para la clasificación de categorías de control y formato se ha tenido en cuenta el criterio del equipo investigador que ha sido contrastado con las fichas técnicas de las series analizadas, disponibles en IMDb¹. Al tratarse de un trabajo mixto que combina lo cuantitativo con el análisis de contenido narrativo cualitativo, los resultados se expresan de forma híbrida, de tal forma que se utilizan los resultados porcentuales y numéricos para potenciar los resultados de los análisis cualitativos, en un intento por disponer de la forma más ordenada, comprensible y completa posible las conclusiones extraídas del estudio.

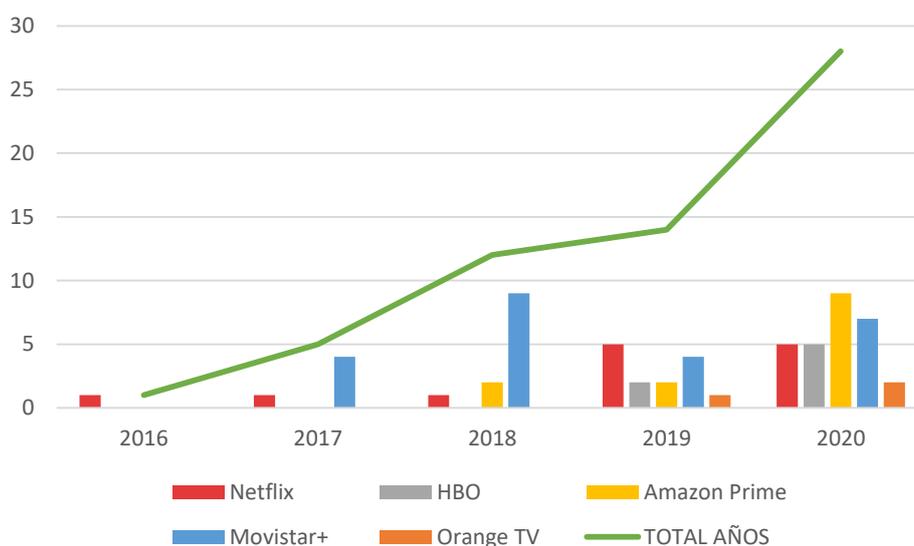
¹ Internet Movie Database. Disponible en: <http://www.imdb.com>

3. Resultados

3.1. Nacimiento y evolución de la producción de ficción española en el VOD (2016-2020)

A la hora de analizar los datos de producción de ficción propia por parte de las plataformas que conforman la muestra se identifica que Movistar+ es la que mayor contribución ha aportado a la oferta global, con un 40% del total de producciones registradas (24 casos). Le sigue Amazon Prime Video y Netflix responsables ambos de un 21,6% del total (13 casos) respectivamente. La contribución de HBO representa un 11,6% del total y la de Orange TV apenas contribuye con el 5% del total con 3 producciones. Sin embargo, estos datos descriptivos iniciales deben ser interpretados con carácter retrospectivo y evolutivo para poder detectar aspectos determinantes en la estrategia de producción de ficción española de las plataformas. En este sentido, si se atiende a la información recogida en el gráfico 1, se observa que Netflix es la plataforma que abanderó la apuesta por la producción de series españolas, desde el año 2016, tras el estreno de *Cuatro Estaciones en La Habana*, aunque se debe tener en cuenta que este producto inicial es, en realidad, una coproducción entre España, Cuba y Alemania y que Netflix lo utilizó como *tester* en la emisión de ficción de producción propia en España.

Gráfico 1: Evolución anual de las producciones por cadena.



Fuente: elaboración propia.

Ante la demanda imperante de ficción española por parte de las plataformas y el auge que vivía la ficción en las cadenas generalistas, el 2017 fue un año determinante, por considerarlo el pistoletazo de salida de la ficción española creada para el VOD. Así, mientras que Netflix solo estrenó un título, Movistar+ abanderó la estrategia de producción propia con el estreno de 4 series. En términos cuantitativos, el 2017 fue un año tímido en lo que a ficción propia se refiere, aunque el alcance y el éxito de los programas estrenados permiten justificar la importancia de este año en la evolución global. Así, Netflix estrenó *Las chicas del cable*, una ficción ambientada en el pasado, que fue estrenada en el catálogo global de la compañía ese mismo año y cuyos altos índices de éxito contribuyeron a la producción de cuatro temporadas más (la última de ellas, estrenada en el año 2020 en la misma plataforma). Movistar+, por su parte, conjugaba distintos formatos y géneros con el estreno de *Conquistadores: Adventum*, un drama histórico o *La Zona*, un drama policial, junto al

exitoso estreno de *Velvet Colección*, una secuela de la serie original *Velvet*, emitida en su totalidad en Antena3, y el estreno de la primera comedia española para VOD, *Vergüenza*.

El año 2018 se caracterizó por introducir en el mercado de la ficción de producción propia la apuesta de Amazon Prime Video que se estrenaba con la serie *Pequeñas coincidencias*, coproducida junto a Atresmedia Studios. Esta serie, que se estrenó en diciembre de 2017 en la plataforma y en septiembre del año siguiente en abierto en Antena 3, abrió el camino no solo a la producción española de ficción por parte de Amazon Prime Video, sino también a una serie de alianzas empresariales basadas en la coproducción que se repitió en los años sucesivos. Junto al estreno de Amazon Prime Video, Netflix estrenó una única producción española de ficción, *Élite*, una *teen serie* rompedora producida por Zeta Producciones que supuso uno de los grandes éxitos de la plataforma en lo que a ficción propia se refiere.

Movistar+ abanderó cuantitativamente la producción de ficción propia, con un total de 9 estrenos en el 2018, entre los que destacaron *Arde Madrid*, la narración en blanco y negro de la vida de Ava Gardner; el drama juvenil *SKAM España*, una adaptación de la serie noruega *SKAM*, producida junto a Zepellin TV; o el *thriller* histórico *La peste* que, según informó la propia compañía, supuso el mejor estreno de ficción en términos de audiencia en la plataforma².

A medida que se estrenaron títulos de ficción propia en las plataformas, se constató la buena acogida de dichos productos y se evidenció su posibilidad de contribuir al posicionamiento de la plataforma en España. En 2019, HBO se incorporó al mercado de la producción de ficción española con dos estrenos innovadores: la primera comedia romántica gastronómica *Foodie Love* y el estreno de la miniserie documental *El pionero*, que narra la vida de Jesús Gil. Si bien es cierto que los estrenos españoles de HBO no tuvieron el mismo alcance que las producciones previas de la competencia, marcaron la innovación como eje continuador de la producción propia y señalaron el carácter *transgresor* y creativo de la plataforma HBO, que ya había demostrado en el pasado dicha genuinidad, con producciones no españolas como *Los Soprano* (1999), *A dos metros bajo tierra* (2001) o *The Wire* (2002). También en 2019 se registró el primer estreno de ficción propia de Orange TV, *Caminantes*, un drama juvenil de terror que supuso el inicio tardío pero constante de la producción propia por parte de la cadena.

Mientras que HBO y Orange TV se iniciaron tímidamente en la producción de ficción española, Netflix siguió su apuesta firme con el estreno de cinco ficciones: dos dramas de suspense y policíacos como fueron *Alta mar* y *Hache*, la comedia *El vecino* y las miniseries *Criminal: España y Días de Navidad*. Amazon Prime Video mantuvo su constante de dos estrenos de producción propia anuales, con el drama histórico *Inés del alma mía* y la coproducción de la comedia *El pueblo*, en colaboración con Mediaset España, que la estrenó posteriormente, replicando la estrategia que aplicó con Atresmedia Studios un año antes con la producción de *Pequeñas coincidencias*. Movistar+, por su parte, estrenó cuatro títulos que conjugan el drama policíaco (*Hierro*), el *thriller* erótico (*Instinto*) y el *dramedy* (*Vida perfecta*) con el drama biográfico en formato de miniserie *En el corredor de la muerte*, que fue aclamada por la crítica y constató el poder productivo de la plataforma³.

El año 2020 confirmó el interés continuado por las plataformas en lo que a producción propia se refiere y arrojó 28 estrenos de ficción española, suponiendo este volumen de estrenos casi la mitad (46.6%) del total de producciones españolas desde el inicio del VOD. En este periodo fue Amazon Prime Video la plataforma que abanderó la apuesta por la producción propia con un total de 9 estrenos de ficción, conjugando dramas históricos como *El Cid* con dramas sociales con formato de miniserie, como representa *El Desafío: ETA* o los *thrillers* policíacos entre los que destacan *Caronte*

² https://elpais.com/cultura/2018/01/19/television/1516355858_545947.html

³ http://vertele.eldiario.es/noticias/Critica-corredor-muerte_0_2153184696.html

y *Desaparecidos: La serie*, entre otros. Movistar+ estrenó siete producciones, entre las que destacan dramas románticos como *El embarcadero*, las ambientaciones históricas tanto en formato dramático (*Dime quién soy*) como en forma de comedia (*Justo antes de Cristo*) o *thrillers* como *La Unidad* o *Antidisturbios*, ambas con corte policíaco.

Netflix, por su parte, estrenó cinco ficciones de producción propia que permitían vislumbrar una apuesta directa por el *thriller* dramático, con producciones como *Alguien tiene que morir*, *El desorden que dejas*, *Los favoritos de Midas* o *White Lines*, aunque destaca el estreno del *dramedy* *Valeria*. HBO, que había mostrado más recelo a la ficción de producción española en los años previos, cerró el 2020 con cinco producciones dramáticas tanto de corte histórico, con el éxito de la adaptación de la novela *Patria* o *thrillers* dramáticos como *30 monedas*, conjugando estas producciones con miniseries antológicas como *Escenario 0* o *En casa*, o la comedia *Por H o por B*. Solo se estrenaron dos producciones de ficción propia por parte de Orange TV en ese año, aunque, teniendo en cuenta que la plataforma se estrenó en la producción española en el año anterior, aumentó el volumen de estrenos con dos series de corte dramático policial: *The Head* y *Kosta*, ambas en colaboración con Mediapro Studios.

3.2. Formatos y géneros predominantes del canon de producción

Los estrenos de ficción propia de las plataformas analizadas se caracterizan por responder al estándar del formato “serie”, algo lógico si se tiene en cuenta que se trata del formato propiamente televisivo de ficción. Así pues, del total de productos de ficción estrenados desde 2016 hasta finales de 2020, el 78,6% (47 casos) se correspondieron con el formato serie mientras que el 21,4% (13 casos) adoptaron el formato de “miniserie”, una tipología que, *a priori*, parece encajar con la idiosincrasia de las plataformas de televisión de VOD (ver tabla 2). Otros formatos, como los seriales, las *TV movies* o las tiras cómicas, no obtienen representación en lo que a producción propia se refiere, a pesar de que sí que existen ejemplos de producción original extranjeros.

Tabla 2: Distribución de formatos por plataformas.

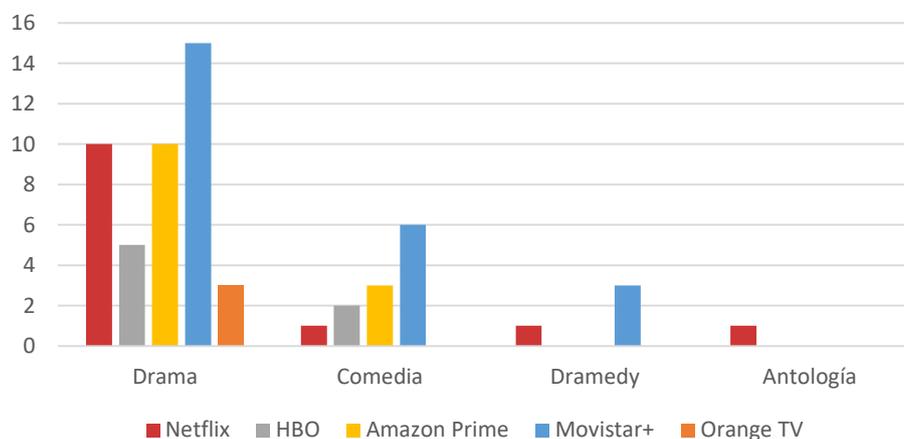
	<i>Serie</i>	<i>Miniserie</i>
<i>Netflix</i>	8	5
<i>HBO</i>	4	3
<i>Amazon Prime Video</i>	9	4
<i>Movistar+</i>	23	1
<i>Orange TV</i>	3	0
<i>TOTAL</i>	47	13

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los géneros predominantes, destaca la apuesta evidente por el drama, que representa el 71,6% del total de producciones propias recogidas y de forma residual se registran 4 *dramedies* y una antología. La comedia se registra en 12 de las producciones analizadas (un 20%) del total centrandose su presencia en las plataformas HBO (28% de sus producciones), Movistar+ (25% de sus producciones) y en Amazon Prime Video (30% de sus producciones), siendo residual en la producción de Netflix, que solo recoge la comedia de *El Vecino* y totalmente ausente en la escasa producción de Orange TV, cuya oferta completa se corresponde con el drama (ver gráfico 2). El auge del *dramedy* en la producción generalista para televisión convencional no se corresponde con el

canon de producción de las plataformas analizadas, puesto que solo en un 6,6% de los casos es representado. La ficción con relato documental solo aparece en una ocasión, tras haber eliminado de la muestra de análisis las series documentales y haber mantenido únicamente la ficción de género documental, en este caso, próximo al *biopic* (*El pionero*, HBO-2019).

Gráfico 2: Géneros predominantes según plataformas.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al canon de producción formal, se identifica que, en términos generales, el promedio de temporadas que dan vida a las ficciones es de 1,32, es decir, se aprecia una tendencia a series cortas (1 ó 2 temporadas), frente a las grandes producciones de las plataformas que albergaban muchas más temporadas (*House of Cards*, Netflix-2013, con 6 temporadas; *Orange Is the New Black*, Netflix-2013 con 7 temporadas o la mítica *Juego de tronos*, HBO-2011, con 8 temporadas). Movistar+ es la plataforma que presenta un promedio de duración mayor de las series, a pesar de que el ejemplo más longevo de la muestra reside en la producción de *Las chicas del cable* (Netflix, 2017) con cinco temporadas, algo inusual en la ficción de VOD de producción propia, solo replicado por la *teen serie SKAM España* (Movistar+, 2018).

La media de capítulos por temporada es 9,46, señalando la temporada única o temporadas cortas, algo que se relaciona con la apuesta por el formato miniserie como elemento característico del VOD y que ya venía marcando la forma de hacer en televisión generalista, con temporadas de 8 ó 10 capítulos de media y miniseries de temporada única con 4 o 6 capítulos de media. Sin embargo, se debe destacar el caso de Amazon Prime Video en lo que a la longevidad de las temporadas se refiere, con dos producciones del 2019 con 13 capítulos de duración (*El pueblo e Inés del alma mía*). En lo que a las miniseries se refiere, la tendencia es a mantener los 4-6 capítulos de duración, a pesar de que se detectan ejemplos más cortos, como el *dramedy* *Días de Navidad* con 3 capítulos (Netflix, 2019).

La duración de los capítulos responde al estándar de 45 minutos, en concreto con 43 minutos promedio por capítulo, existiendo diferencias notables entre series con capítulos mucho más largos como recoge *Cuatro estaciones en La Habana* (Netflix, 2016) con 90 minutos de duración o más próximos al formato breve como se aprecia en los 25 minutos de duración de los capítulos de *Relatos Con-fi-na-dos* (Amazon Prime Video, 2020).

3.3. Cuestiones narrativas del nuevo canon de producción

En lo que a la narración se refiere, el contenido de las producciones españolas de ficción se caracteriza por responder al canon costumbrista que ha identificado a la ficción española desde prácticamente sus orígenes en televisión.

El protagonismo se mantiene coral en el 78,3% de los casos (47 producciones) a pesar de que se percibe un auge tentativo del protagonismo femenino (10% del total, con 6 producciones), como constatan series como *Las chicas del cable* (Netflix, 2017), que relata la lucha por la igualdad en la España de principios del siglo XX, *Inés del alma mía* (Amazon Prime Video, 2019), una adaptación literaria sobre la vida de una mujer al llegar a Chile en el siglo XVI; *Madres* (Amazon Prime Video, 2020) un relato sobre los debates morales y conflictos vividos por las madres protagonistas o *Arde Madrid* (Movistar+, 2018) que narra la vida de la actriz Ava Gardner. En este sentido, es destacable cómo el protagonismo femenino adquiere mayor relevancia al tratar ficciones enmarcadas en un pasado, en un intento por reflejar las diferencias sociales históricamente vividas por las mujeres. Algunas de las producciones motivan relatos con un protagonismo femenino que, a medida que se desarrollan, equiparan los roles protagonistas con los hombres, como ocurre en *Valeria* (Netflix, 2020) o *El desorden que dejás* (Netflix, 2020). En cuanto al protagonismo exclusivamente masculino no es relevante (11,6% representado por 7 producciones) a pesar de que existen ejemplos ambientados en el pasado como representan *Conquistadores: Adventum* (Movistar+, 2017) o *El Cid* (Amazon Prime Video, 2019) u otros que, al igual que ocurría en el caso del femenino, inauguran el relato con un claro protagonismo masculino que, a medida que avanza la serie, deriva en un protagonismo coral (*Los favoritos de Midas*, Netflix-2020 o *En el corredor de la muerte*, Movistar+-2019, por ejemplo).

La ambientación prevalece en el presente (76,6% de la muestra con 46 producciones), sustentando el relato costumbrista al que se ha aferrado en términos generales la ficción española desde sus orígenes. No obstante, existe una tendencia evidente a la producción de narraciones ambientada en el pasado (23,3% de la muestra con 14 producciones). Este fenómeno supone una réplica de una tendencia que también se apreció en la producción de ficción para televisión generalista en los años recientes (Hidalgo-Marí, 2017) y conjuga tanto ambientaciones en un pasado lejano con un fin histórico (*Inés del alma mía*, 2019; *El Cid*, 2020 o *La templanza*, 2020, todas ellas de Amazon Prime Video) o *La peste* (Movistar+, 2018), como en pasados recientes que tiene un objetivo mucho más nostálgico y pedagógico como *Las chicas del cable* (Netflix, 2017) o *Alta mar* (Netflix, 2019), *Patria* (HBO, 2020) o *El desafío: ETA* (Amazon Prime Video, 2020).

Si se atiende a los conflictos predominantes en los relatos, destacan los problemas románticos, y los conflictos policíacos o de investigación, que ocupan el total de producciones dramáticas (71,6% con 43 producciones).

La comedia, por su parte, apuesta por el conflicto familiar y laboral, así como el estándar de la comedia romántica, como se aprecia en ejemplos como *Pequeñas coincidencias* (Amazon Prime Video, 2018), *Vergüenza* (Movistar+, 2017) o *Nasdrovia* (Movistar+, 2020). Tanto en el drama como en la comedia, el conflicto esencial del relato replica el modelo narrativo que ha imperado en la ficción convencional de la televisión generalista, a pesar de que existen algunas apuestas transgresoras que recrean conflictos políticos mucho más complejos, tal y como se puede ver en dramas como *Caronte* (Amazon Prime Video, 2020), *La unidad* (Movistar+, 2020) o *Kosta* (Orange Tv, 2020) o *dramedies* con narrativas y reflexiones complejas, próximas al *thriller* psicológico, como se aprecia, por ejemplo, en *El embarcadero* (Movistar+, 2020).

Mención especial merecen los relatos nacidos al calor de la pandemia sobrevenida en 2020 a nivel mundial, potenciando el carácter social de la ficción televisiva para reflejar la sociedad que la

sustenta. Así lo demuestran ejemplos como *En casa* (HBO, 2020) o *Relatos Con-fi-na-dos* (Amazon Prime Video, 2020) que narran situaciones y vivencias cotidianas vividas en el seno del confinamiento derivado de la crisis sanitaria.

En cuanto al tratamiento y la representación de problemáticas reales, la ficción española producida para el *VOD* sigue tímida frente a nuevos reflejos sociales, como la violencia de género, el feminismo, la diferencia de clases o el tratamiento del colectivo LGTBI. Estas problemáticas asumen una presencia fugaz en el seno de los relatos y no suelen ser el hilo narrativo principal de las ficciones, frente al auge de conflictos como la corrupción y las estafas (*Los favoritos de Midas*, Netflix-2020), el tráfico de drogas (*Hache*, Netflix-2019; *Gigantes*, Movistar+-2019), el terrorismo (*La Unidad*, Movistar+-2020 o ejemplos de corte histórico como *Patria*, HBO-2020) o las investigaciones policíacas y detectivescas (*Hierro*, Movistar+-2019; *Desaparecidos: La serie*, Amazon Prime Video-2020 o *The Head*, Orange TV-2020). Las escasas *teen series*, por su parte, tratan de forma tangencial las narrativas LGTBI, la diferencia de clases, el *bullying* o la violencia de género, a pesar de que sus relatos siguen estando focalizados en el conflicto generacional y la exaltación de la sexualidad como se constata en *Élite* (Netflix, 2018) o la adaptación de *SKAM España* (Movistar+, 2018). Aunque en términos generales, el conflicto narrativo sigue desviando las problemáticas sociales en aras de la estereotipación y el convencionalismo social, es necesario destacar la apuesta rompedora de *SKAM España* en este sentido, otorgando un protagonismo evidente en cada temporada a cuestiones como la violencia de género, el tratamiento del colectivo LGTBIQ+ o la islamofobia.

4. Discusión y conclusiones

La historia reciente de la ficción creada y pensada para el *VOD* en España arroja una serie de conclusiones, por el momento, de corto recorrido temporal pero interesantes a la hora de establecer una nueva forma de producir ficción española.

Si se atiende a la contribución de la ficción española al desarrollo del *VOD*, se observa que existe una tendencia evidente que apuesta por el desarrollo de una ficción propia creada, pensada y producida para el *VOD*. Mientras que, en los primeros años de este estudio, el número de producciones exclusivas para el *VOD* era residual y poco relevante, a medida que avanzan los años de esta corta historia, las plataformas aumentan su interés por la producción autóctona. Además, el hecho de que cada año aumente el número de títulos, pero también el número de plataformas que se lanzan a la producción de ficción española (como es el caso de HBO en 2018 o el estreno productivo de Orange TV en 2019) supone un indicador claro del interés por estrenar producciones de ficción española en el escenario del *VOD*.

Si bien es cierto que es Netflix la primera plataforma en lanzarse a la producción original de ficción española y ha generado productos de éxito mundial como la *teen serie Élite*, resulta relevante la apuesta por Movistar+ al posicionarse como la plataforma con más contribución al desarrollo de la ficción española para *VOD*, algo que adquiere sentido si se tiene en cuenta no solo el origen nacional de la compañía, sino también su trayectoria en el desarrollo audiovisual español, tanto con producciones seriadas como cine y otros productos televisivos.

En cuanto al estándar de producción, se evidencian dos hechos diferenciados: en primer lugar, en lo que a formatos se refiere, la ficción nacida para el *VOD* se aleja de la forma de hacer ficción televisiva convencional, al apostar por una longevidad menor, un hecho que se opone directamente a la esencia de la ficción televisiva general: la serialidad. Las producciones para *VOD* son, en términos generales, más cortas y cuentan con menos temporadas y capítulos que las producciones televisivas convencionales, que alargaban temporadas agotando todos los recursos narrativos posibles con un fin claro: el mantenimiento de las audiencias. Ahora, en el contexto de la nueva industria televisiva, la

televisión a la carta, en el que la audiencia no se mide en *share* sino en número de suscriptores, la longevidad de los productos ficcionales ya no es tan determinante, mientras que, sí que lo son la innovación, la capacidad productiva y el mantenimiento de una oferta atractiva y diversa, para todos los públicos.

Las narraciones predominantes siguen siendo dramas ambientados en el presente. El hecho de que el género dramático sea el predominante confirma las conclusiones de trabajos previos, como las de Hidalgo (2020:129) al constatar “la globalidad del drama frente a la particularidad humorística de la comedia, más difícil de calar en un mercado globalizado, con significativas diferencias culturales entre unos y otros países”. Esto es, la facilidad de internacionalizar un producto de género dramático como, por ejemplo, *Élite* (Netflix, 2018) o producciones exportadas al mercado iberoamericano por parte de Movistar+ (*Velvet Colección*, 2017; *La zona*, 2017 o *La peste*, 2018).

A pesar de que predomine el drama basado en el tiempo presente, se ha evidenciado que las series ambientadas en el pasado adquieren un interés notable en la producción de ficción española para el VOD. Este hecho replica una tendencia que ya fue detectada en el canon productor de ficción para televisión generalista, sobre todo, a partir del inicio del siglo XXI. Ficciones como *Isabel* (TVE, 2011-2014), *Águila Roja* (TVE, 2009-2016), *Hispania, la leyenda* (Antena 3, 2010-2012) u otras adaptaciones como *El tiempo entre costuras* (Antena 3, 2013-2014), *Velvet* (Antena 3, 2014-2016), *Tiempos de guerra* (Antena 3, 2017) o seriales como *Amar en tiempos revueltos* (TVE, 2005-2012), *Bandolera* (Antena 3, 2011-2013), *El secreto del Puente Viejo* (Antena 3, 2011-2020) incluso la representación de un pasado reciente en *Cuéntame cómo pasó* (TVE, 2001), posicionaron a la ficción ambientada en el pasado en primera línea de la televisión generalista de los últimos años previos a la irrupción del VOD.

Se ha evidenciado, por otro lado, que la ficción española creada para el VOD sigue apostando por el protagonismo coral, algo lógico al relacionarlo con la heterogénea audiencia a la que se dirige la oferta de las plataformas y que, además, se relaciona directamente con las intenciones de exportación. No obstante, se constata un hecho significativo en los relatos en los que existe un protagonismo femenino o masculino y es la tendencia a diluirlo en aras de un protagonismo coral a medida que avanza el relato. Esta cuestión podría suponer una técnica para vincular a un público objetivo inicial, pero minimizar el impacto asociativo que pudiera generarse.

En lo que a las narraciones se refiere, se observa que el nuevo canon de producción huye de las implicaciones y cuestiones sociales y aboga por el entretenimiento próximo al *thriller*. Si bien es cierto que algunos productos tratan de forma transversal cuestiones sociales y problemáticas reales, los datos demuestran que el relato esencial de la ficción española del VOD navega entre el costumbrismo romántico y familiar y el suspense, el misterio, la corrupción o la investigación, pero sin apostar por un relato crítico, que se haga eco de los problemas sociales latentes.

Este hecho es, tal vez, la conclusión más preocupante del presente trabajo: Mientras que la academia a nivel internacional debate sobre la constatación de la *Tercera Edad de Oro de la Televisión*, derivada de producciones canónicas de ficción consideradas prácticamente series “de culto”, una audiencia cada vez más formada y exigente en lo que a cultura audiovisual se refiere, el relato sigue alimentándose de las historias costumbristas que han caracterizado a la ficción televisiva convencional. ¿Acaso el VOD no propicia un escenario de mayor libertad creativa, transgresora e innovadora, gracias a la independencia directa de las audiencias televisivas convencionales? Frente a producciones cada vez más exquisitas a nivel técnico, nutridas directamente de los estándares productivos del cine, nos encontramos con relatos que poco avanzan en lo que a la construcción de narrativas sociales se refiere. Parece ser que, en un mercado focalizado en la suscripción, que la ficción española, en lo que a producción propia de las cadenas se refiere, dista todavía de convertirse en un referente de exportación a nivel internacional. Un fenómeno que, sin embargo, sí que se

aprecia en el éxito internacional de series como *La casa de papel* (Atresmedia, Netflix, 2017), considerada la serie de habla no inglesa más vista de la historia de Netflix, que suponen un hito histórico en lo que a la explotación de ficción española se refiere.

En cualquier caso, y a pesar de que hemos señalado ciertas limitaciones detectadas en la producción española para el VOD, es necesario destacar el crecimiento imparable de producciones propias, algo que demuestra no solo la creciente oferta de las plataformas analizadas sino también la apuesta de otras plataformas, ajenas a la muestra y al periodo temporal estudiado, por la producción de ficción propia, como es el caso de Filmin, Disney + o Vodafone Tv.

5. Referencias

- Akass, K. (2015). The show that refused to die: the rise and fall of AMC's *The Killing*. *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, 29(5), 743-754. <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1068724>
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo: identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Carrión Domínguez, Á. (2019). La Quality TV y la edad de oro de las ficciones seriadas. *Zer*, 24(46), 111-128. <https://doi.org/10.1387/zer.20386>
- Cascajosa Virino, C. (2009). La nueva edad dorada de la televisión norteamericana. *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, 26, 7-31. <https://bit.ly/39ZJkmt>
- Cascajosa-Virino, C. (2018). De la televisión de pago al video bajo demanda. Análisis de la primera temporada de la estrategia de producción original de ficción de Movistar+. *Fonseca, Journal of Communication*, 17, 57-74. <https://doi.org/10.14201/fjc2018175774>
- Castellano, M. & Meimaridis, M. (2016). Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva. *Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura*, 14(2), 193-209. <https://doi.org/10.9771/1809-9386contemporanea.v14i2.16398>
- Costas-Nicolás, J. (2014). El flow se estanca: el contramodelo 'televisivo' de Netflix. *Revista de estudos da comunicação*, 15(38). <http://dx.doi.org/10.7213/comunicacao.15.038.AO01>
- David, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: a con-temporary visual trend. *Visual Studies*, 25(1), 89-98. <https://doi.org/10.1080/14725861003607017>
- Dhoest, A., & Simons, N. (2016). Still 'watching' TV? The consumption of TV fiction by engaged audiences. *Media and Communication*, 4(3), 176-184. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i3.427>
- Ellingsen, S. (2014). Seismic Shifts: Platforms, Content Creator and Spreadable Media. *Media International Australia*, 150(1), 106-113. <https://doi.org/10.1177/1329878X1415000121>
- Evens, T. (2014). Co-opetition of TV broadcasters in online video markets: a winning strategy? *International Journal of Digital Television*, 5(1), 61-74. https://doi.org/10.1386/jdtv.5.1.61_1
- Fontán, N. (2016). Las series en la tercera edad de oro de la ficción televisiva, cambia la forma de ver televisión, el referente estadounidense: *Game of Thrones* (Doctoral dissertation, Universidade de Vigo).
- Gallardo-Camacho, G. y Lavín, E. (2015). El consumo del vídeo bajo demanda en las plataformas de pago digitales en España: caso Yomvi. En N. Quintas-Froufe y A. González-Neira (Coords.), *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social* (pp. 105-120). Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

- García-Martínez, A. N. (2014). *El fenómeno de la serialidad en la tercera edad de oro de la televisión*. Roma: EDUSC.
- García-Martínez, V. (2013). Cine y series de televisión: un nuevo canon de película de 60 horas de duración. *Archivo de arte valenciano*, (94), 393-406.
- Giufree, L. (2014). Netflix: New Media in New Spaces. *Metro*, (179), 126-127.
- González-Oñate, C. (2014). La publicidad de guerrilla como estrategia publicitaria para la promoción de series españolas. En S. Liberal Ormaechea y P. Fernández Perea (Coords.), *Últimos estudios sobre Publicidad: de "Las Meninas" a los tuits* (pp. 411-430). Madrid: Fragua.
- Heredia Ruíz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. *Chasqui. Revista Latinoamericana De Comunicación*, 135, 275-295. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i135.2776>
- Hidalgo-Marí, T. (2017). De la maternidad al empoderamiento: una panorámica sobre la representación de la mujer en la ficción española. *Prisma Social*, (2), 291-314. <https://bit.ly/2Y5z5re>
- Hidalgo-Marí, T. (2020). Netflix como productor audiovisual. *Obra Digital*, (19), 117-132. <https://doi.org/10.25029/od.2020.272.19>
- 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(2).
- Izquierdo-Castillo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El profesional de la información*, 24(6), 819-826. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lotz, A. (2007). *The Television will be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Matus, G. y Molina, F. (2006). *Metodología Cualitativa: un aporte de la Sociología para Investigar en Bibliotecología*. Chile: Playa Ancha.
- Mittel, J. (2012). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling, pre-publication edition*. Oxford: MediaCommons Press.
- Montero, M. (2015). A la conquista de las audiencias: Netflix. *Cambio 16*, (2220), 114-114. <https://bit.ly/3o6Xlnm>
- Neira, E. (2015). *La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona: UOC Press.
- Nielson, R. (2007). Quality TV Drama. Estimations and Influences Through Time and Space. En Janet MCCABEE y Kim AKASS (eds.), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond* (pp. 38-51). Londres: I. B. Taurus.
- Ojer, T. y Capapé, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Revista Comunicación*, 10(1), 193-206. <https://bit.ly/3sMeQgi>
- Small, O. (2012). Reshaping the music distribution model: An iTunes Opportunity. *Journal of Media Business Studies*, 9(4), 41-68. <https://doi.org/10.1080/16522354.2012.11073555>

- Straubhaar, J. (2003). Choosing national TV: Cultural capital language, and cultural proximity in Brazil. En M. G. Elasmr (Ed.), *The impact of inter-national television* (pp. 75-105). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Thompson, R. J. (1996). *Second Golden age: From Hill Street Blues to ER*. New York: Continuum.
- Tur-Viñes, V. y Rodríguez-Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook (Antena 3. España). *Cuadernos.Info*, 34, 115-131. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.549>
- Uman, I. (2018). El efecto Netflix: cómo los sistemas de recomendación trans-forman las prácticas de consumo cultural y la industria de contenidos. *Cuadernos de Comunicólogos*, 6, 27-42. <https://bit.ly/39UK2Bk>
- Urbano, K. y Araujo, M. (2018). Además de la Televisión Occidental: una radiografía del circuito de los dramas de TV en Netflix Brasil. En C.E. Daza, A. Míguez Santa y A. Lorena Meo (Coords.), *Narrativas Visuales: perspectivas y análisis desde iberoamérica* (pp. 516-536). Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo.
- Uribe, E. (2016). El cambio mediático de la televisión: Netflix y la televisión en teléfonos inteligentes. *Palabra Clave*, 19(2), 358-364. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2016.19.2.1>
- Wayne, M. (2016). Cultural class analysis and audience reception in American television's third "golden age". *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 1, 41-57. <https://bit.ly/2Y4qDIB>
- Wayne, M. L., & Uribe Sandoval, A. C. (2021). Netflix original series, global audiences and discourses of streaming success. *Critical Studies in Television*, 0 (0), 1-20. <https://doi.org/10.1177/174960202111037259>

AUTORES:

Tatiana Hidalgo-Mari

Profesora Titular de Semiótica de la comunicación en el Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante. Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad (UA, 2013) y Máster en Comunicación e Industrias Creativas (UA, 2011). Investigadora Principal de Teletropías: Observatorio del discurso televisivo (www.teletropias.com) y miembro del OFENT (Observatorio de Ficción y Nuevas Tecnologías de la UAB) y de OBITEL-España. Cuenta con más de 40 publicaciones científicas en revistas indexadas relacionadas con la industria y el discurso audiovisual y es coordinadora del libro "Mujer y Televisión: Géneros y discursos en la pequeña pantalla" (UOC, 2018). Es secretaria de la Sociedad Latina de Comunicación Social, miembro de PLATCOM, RELAEIP y de la AE-IC. Forma parte del Comité organizador del Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA).

Índice H: 10

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4599-5876>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=yZDIImk0AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Tatiana-Hidalgo-Mari>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/metricas/investigadores/3038068>

Jesús Segarra-Saavedra

Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad, Premio extraordinario de doctorado y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Alicante (UA). Es docente y profesor del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la UA (2018-). También ha sido profesor en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR, 2016-2020), Universidad Miguel Hernández (UMH, 2018), Universidad Camilo José Cela (UCJC, 2019-2020) y Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC, 2019-2020). Fue profesor visitante extranjero en la Universidad colombiana Jorge Tadeo (UTADEO, 2019). Es investigador en los grupos de investigación Comunicación y Públicos Específicos, COMPUBES (UA); Comunicación y Sociedad Digital, COSODI (UNIR); Gestión de la Comunicación Estratégica, GCE (de la Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador); en el Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT) y en el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL-España). Es editor técnico adjunto de Revista Mediterránea de Comunicación coeditada por la UA y Universidad de Zaragoza, editor adjunto de Revista Health and Addictions, Salud y drogas (Instituto de Investigación de Drogodependencias (INID) de la UMH y socio de Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS), Plataforma de Revistas de Comunicación (PLATCOM) y Red Internacional de Investigadores en Publicidad (RELAIP).

Índice H: 10

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9420-5258>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=ykSsy6kAAAAJ&hl=en>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Segarra-Saavedra>

Publons: <https://publons.com/researcher/2195125/jesus-segarrasaavedra/>

Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56040774900>

Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2597974>

Patricia Palomares-Sánchez

Máster en Comunicación e Industrias Creativas (UA, 2021) y Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas (UA, 2018). Investigadora colaboradora en el Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante, miembro del grupo de investigación: Industrias Culturales Hoy (UA) y Editora de sección de *Revista Mediterránea de Comunicación*. Sus líneas de investigación se centran en el análisis del discurso televisivo y la ficción, desde una perspectiva semiótica y de género. En la actualidad es Responsable de comunicación y miembro del equipo investigador de *Teletropías: Observatorio del discurso televisivo de ayer y de hoy*.

Índice H: 1

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7566-4125>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=4SKZiOoAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Patricia-Palomares-Sanchez>