

ESPAÑA: MÁS MUJERES Y CON MAYOR RELEVANCIA, DELANTE Y DETRÁS DE LAS CÁMARAS.

DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.26.s.esp>

Autores:

Charo Lacalle (<https://orcid.org/0000-0002-0024-6591>)

Beatriz Gómez-Morales (<http://orcid.org/0000-0002-0557-528X>)

Sara Narvaiza (<https://orcid.org/0000-0002-5092-2690>)

Javier Mateos-Pérez (<https://orcid.org/0000-0003-2056-8704>)¹

Mireya Vicent-Ibáñez (<https://orcid.org/0000-0002-8331-5387>)

Equipo:

Rosa Ferrer, Raquel Crisóstomo, Tatiana Hidalgo-Marí, Jesús Segarra-Saavedra,

Irene Sorrentino, Maria Porta

Introducción

La ficción televisiva española demuestra, un año más, la solidez de su producción, que se manifiesta tanto en el número de estrenos como en el ligero incremento experimentado respecto del año anterior (89 en 2025 frente a los 86 en 2024). El *thriller* destaca con una aportación al total de 22 series y miniseries de intriga, en un año en el que la comedia confirma su recuperación en el VoD y el serial reafirma su supremacía en la programación lineal. La tipología perfilada tiene como corolario el incremento y la relevancia de los personajes femeninos, cuyo carácter interseccional se concreta en el aumento de la edad media de las protagonistas y del número de mujeres lesbianas.

1. El contexto audiovisual de España en 2025

Por quinto año consecutivo, el consumo televisivo tradicional disminuye en contraste con el incremento del número de espectadores de la TV híbrida (internet, contenidos grabados, videojuegos y radio TDT). El índice anual de audiencia ponderado de las tres grandes cadenas generalistas mejora respecto al año anterior (33,3%, +0,4), al igual que los resultados de las cadenas autonómicas públicas (8,5%, +0,4) y los canales temáticos de pago, que registran un nuevo récord (11,4%, +0,5).

¹ Javier Mateos-Pérez es autor del apartado 6 (Tema del año 2025: Las mujeres detrás de cámaras en la ficción televisiva iberoamericana).

1.1. La televisión abierta en España

El consumo televisivo tradicional desciende hasta su mínimo histórico, con 162 minutos diarios por persona, lo que supone una reducción de nueve minutos respecto al año anterior (-5,3%). El consumo de TV híbrida (internet, contenidos grabados, videojuegos y radio TDT), por el contrario, consigue su mejor dato anual con 55 minutos diarios por persona (4 minutos más que en 2024 y +8%); un incremento que sitúa el consumo total (convencional, pago tradicional y TV híbrida) por persona y día en 216 minutos, solo cinco minutos menos que en 2024 (-2,3%). Estos datos confirman una tendencia apuntada en los últimos cuatro anuarios: a pesar de que el consumo tradicional disminuye, el televisor mantiene su enorme capacidad de convocatoria gracias a sus nuevas funcionalidades.

Cuadro 1. Cadenas nacionales de televisión abierta en España

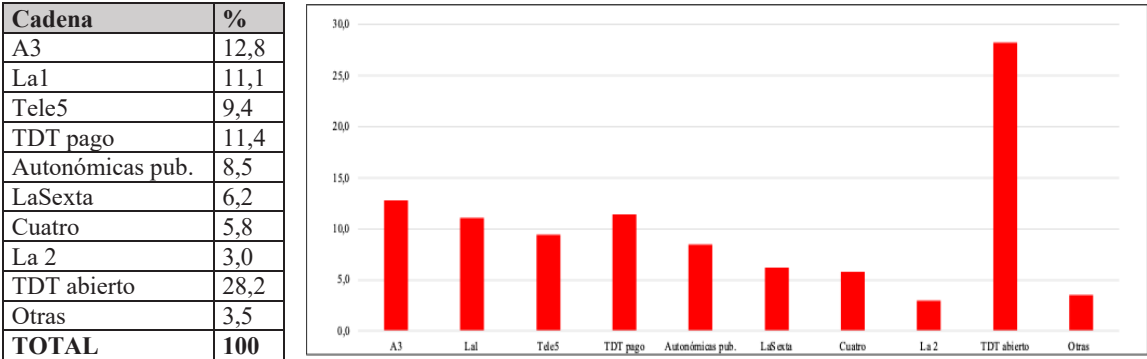
Titularidad	Cadenas públicas (14)		Cadenas privadas (9)	
Estatales	Primer canal (14)	Segundo canal (15)	Primer canal (9)	Segundos canales (18)
	La1	La2 24H Clan Teledeporte	Antena3, Cuatro, LaSexta, Tele5	Atreseries, BEMADtv, Boing, BOM Cine, Divinity, DKISS, DMax, Energy, FDF, Mega, Neox, Nova, Paramount Network, Real Madrid HD, Squirrel, Ten, Trece, Veo7
Autonómicas	Á punt, Aragón TV, CanalSur, CMM, Canal Extremadura TV, IB3, ETB1, La 7TV, Telemadrid, TPA, TV3, TVCAN, TVG	3CatInfo, AND-TV, Esport3, ETB2, ETB3, ETB4, LaOtra, SX3/33, TPA2, TV3CAT, TVG2	8Madrid, HitTV, La7, La8, La 8 Mediterráneo	
TOTAL CADENAS = 23 TOTAL CANALES = 56				

Fuente: Obitel España

Antena3 confirma su liderazgo, por cuarto año consecutivo (12,8%, +0,2), situándose como la cadena más vista 292 días de 2025, de lunes a sábado y en las franjas de sobremesa, tarde y *prime time*. La1 (11,1%, +0,7), gracias a los nuevos espacios de actualidad política y social, ha experimentado un gran crecimiento de audiencia, alcanzando su mejor dato en 13 años y consolidando así su segunda posición en el ranking, además de situarse como la primera opción en el denominado “target comercial”, el más ansiado por las marcas y los anunciantes. Tele5, por el contrario, registra un nuevo mínimo anual (9,4%, -0,4) y repite en tercera posición. LaSexta pierde una décima (6,2%), pero continúa superando a Cuatro, que crece en su vigésimo aniversario (5,8%, +0,4). La2 también mejora y alcanza una cuota del 3% (+0,3).

El índice acumulado de la oferta de las cadenas temáticas en abierto en la televisión digital terrestre (TDT) continua su tendencia negativa (28,2%, -1,7) por efecto de los significativos descensos de audiencia de Divinity (1,4%, -0,5%), FDF (2,4%, -0,2), Nova (2%, -0,2%) y Ten (1,1%, -0,2). Entre los hechos más destacados de las cadenas temáticas de la TDT en 2025 también es preciso mencionar las desapariciones de Gol Play, que ha pasado a emitir exclusivamente en las plataformas de pago bajo el nombre de “Gol”, y de Disney Channel, que ha cesado sus emisiones en abierto para ser reemplazada por Squirrel, pero cuyo contenido sigue disponible en su plataforma digital Disney+. En cuanto a Squirrel, se trata del primer canal del grupo Squirrel Media, que planea iniciar el 2026 con las emisiones de su segundo canal, Squirrel 2, ocupando la frecuencia que dejó Paramount Network.

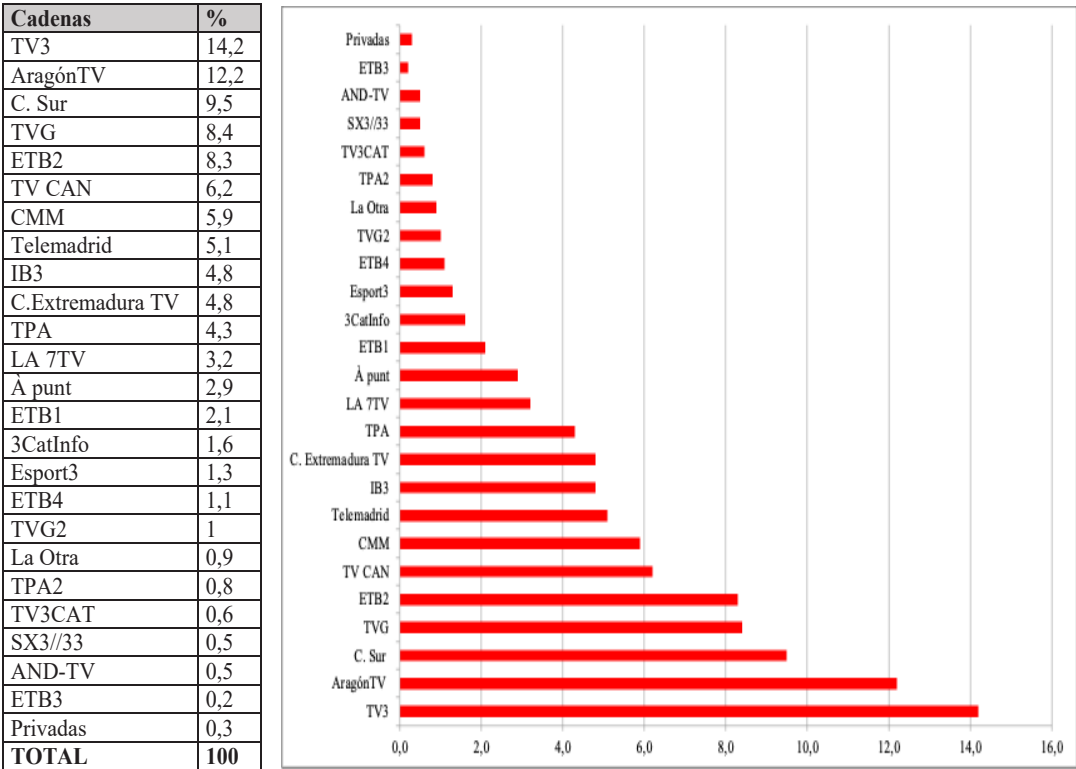
Gráfico 1. Share por cadenas estatales



Fuente: Barlovento Comunicación/KantarMedia.

Las cadenas autonómicas públicas recuperan la tendencia positiva experimentada entre 2017 y 2023 y alcanzan un 8,5% (+0,4) de cuota de pantalla, repitiendo el máximo histórico conseguido en 2023. Así, la Federación de Organismos de Radio Televisión Autónoma (FORTA) se confirma como alternativa de audiencia con su información regional y de proximidad, siendo líder en algunas demarcaciones geográficas. En Cataluña, por ejemplo, TV3 (14,2%, +0,5) es la cadena con mayor cuota de pantalla y ratifica su primacía por decimosexto año consecutivo. Le siguen Aragón TV (12,2%, +0,6), que consigue un nuevo máximo histórico; Canal-Sur (9,5%), que crece un punto, y TVG, que alcanza un nuevo mínimo anual (8,4%, -0,2). El conjunto de autonómicas privadas, en cambio, aumenta una décima (0,3%).

Gráfico 1a. Share por cadenas autonómicas

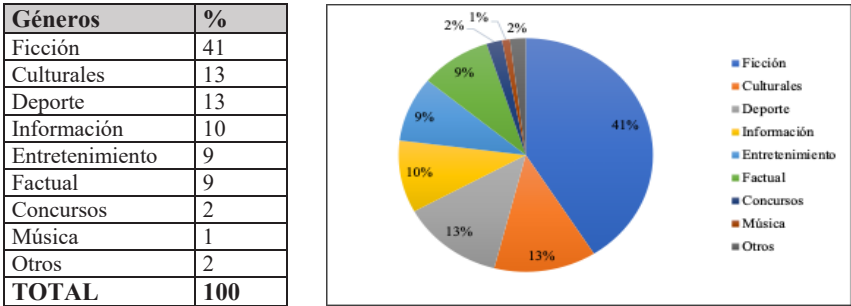


Fuente: Barlovento Comunicación/KantarMedia.

Atresmedia (26,1%) repite como líder por grupos empresariales pese al descenso de tres décimas, seguido por Mediaset (24,4%, -0,5). La cuota de audiencia de ambos grupos continúa representando más de la mitad del total (50,5%), aunque pierde ocho décimas respecto al año pasado. RTVE ratifica su tendencia positiva y sube ocho décimas (16,6%), igual que la FORTA, que crece cuatro décimas (8,4%). Squirell Media (2,6%) se mantiene como el año pasado, mientras que Unidad Editorial pierde dos décimas (2,4%).

La ficción sigue siendo el género con mayor presencia en el conjunto de las cadenas, con unos resultados idénticos a los de los tres últimos años (41%), seguida por los programas culturales (13%) y el deporte (13%), que también repiten los resultados de 2024. La ficción es la primera opción en los tres tipos de cadenas: nacionales en abierto (47%), autonómicas (28%) y temáticas de pago (51%). Se trata, además, del género con el porcentaje de audiencia media más alto (35%, -0,1), principalmente gracias a las cadenas temáticas de pago (47%).

Gráfico 2. Géneros en la programación de TV



Fuente: Barlovento Comunicación/KantarMedia.

1.2. La TV de pago y plataformas de VoD en España en 2025

La TDT continúa siendo el principal sistema de distribución de contenidos televisivos en España (70,4%, -0,7), aunque obtiene un mínimo histórico como consecuencia del aumento del visionado a través de la televisión de pago (IPTV, cable, satélite digital y OTTs), que en cambio bate un nuevo récord (29,6%, +0,7) por el incremento del sistema IPTV (20,3%, +0,4).

Las cadenas temáticas de pago, que no dejan de sumar espectadores desde 2013, alcanzan un nuevo hito anual: 11,4% (+0,5). En 2015, la televisión de pago tradicional obtuvo una cuota de pantalla del 6,8%. Diez años después, en 2025, esta modalidad televisiva alcanza una cuota del 11,4 %, lo que significa un crecimiento del 67,6% en una década. Su evolución refleja, a la perfección, la transformación del ecosistema audiovisual en España: más oferta, más fragmentación y un peso creciente del consumo no lineal integrado en las plataformas de pago.

Cuadro 2. Canales de televisión de pago en España

10 canales de TV de pago más vistos en España			
Canal	Género	Origen	% Pago ²
LALIGA TV por M+	Fútbol	España	2,8
Movistar Plus+	Entretenimiento	España	2,6
DAZN LaLiga	Fútbol	España	2,6
Warner TV	Ficción	EE.UU.	2,3
Star Channel	Ficción	EE.UU.	2,1
Liga de campeones por M+	Fútbol	España	1,7
Canal Hollywood	Cine	EE.UU.	1,6
AXN	Ficción	EE.UU.	1,5
Calle13	Ficción	EE.UU.	1,3
Eurosport	Deportes	Francia	1,3

Fuente: Barlovento Comunicación/KantarMedia

²Porcentaje de cuota de pantalla del canal en relación con el conjunto de la televisión de pago.

Las plataformas de SVoD de carácter internacional más importantes en España son Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max (Warner Bros. Discovery), DAZN, SkyShowtime y Apple TV+. Las plataformas españolas más relevantes son Movistar+ (Telefónica), Atresplayer Premium, Filmin, Mediaset Infinity y FlixOlé.

1.3. Fuentes de financiamiento del sector audiovisual

Durante el 2025, la televisión se mantuvo como el primer medio por volumen de negocio, con una participación del 28,5% (-1,6%) sobre el total del mercado publicitario y una inversión de 1.784,4 millones de euros, un 4,4% menos respecto al año anterior³. De dicho total, 1.513,7 millones corresponden a la televisión no digital y los 270,7 millones restantes a la televisión digital. El año anterior, la televisión no digital alcanzó los 1.647,6 millones y la digital, 209,5 millones; lo que implica que la primera descendió un 8,1% mientras que la segunda experimentó un crecimiento del 29,1%. Así pues, aunque la inversión total en televisión en 2025 disminuye ligeramente, los datos disgregados parecen desmentir el mito de que el valor económico de la publicidad televisiva sea inferior, sino que está cambiando de “soporte”: la inversión está migrando de los canales tradicionales a los digitales.

Ahora bien, en 2025 la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto ha disminuido un 9,4%, situando su cuota de mercado en el 75,6%, al conseguir 1.348,9 millones de euros. Atresmedia ha alcanzado los 621,8 millones, lo que supone una bajada del 9,5% respecto al 2024, con una cuota del 34,8%. Mediaset España, con un decrecimiento del 9,7%, ha obtenido 615,8 millones, que se traducen en una cuota de mercado publicitario del 34,5%. Por grupos, Atresmedia logró una cuota de audiencia del 26,1%, mientras que el Mediaset España ponderó una cuota de audiencia del 24,4%; de manera que, en conjunto, su cuota de audiencia es del 50,5%, mientras que su participación en la inversión publicitaria asciende al 69,3% del total. En definitiva, el *power-ratio* de Atresmedia y Mediaset en su conjunto significa que logran unos ingresos publicitarios muy superiores a los de su propia cuota de audiencia.

1.4. Políticas de comunicación

En 2024 se aprobó el Real Decreto-ley 5/2024, de 22 de octubre, que modifica la ley de 2006 para facilitar la renovación del Consejo de Administración de RTVE, reduciendo las mayorías parlamentarias (de dos tercios a mayoría absoluta para desbloqueo) y aumentando el número de consejeros (de 11 a 15, once elegidos por el Congreso de los Diputados y 4 por el Senado). Además, este Real Decreto-ley da a la nueva presidencia de RTVE más poder ejecutivo y más capacidad de decisión sobre cuestiones que antes estaban encomendadas al Consejo de Administración.

³ Véase: <https://www.infoadex.es/es#annual-report>

El 2 de diciembre de 2024, José Pablo López asumió la Presidencia de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE). Se trata del primer presidente de RTVE cuyos gastos de programas, así como de otros asuntos del gasto corriente de RTVE, no tienen que contar con la aprobación previa del Consejo de Administración. Ello le ha permitido mantener una política de gasto corriente sobresaliente y más que expansiva en adquisición de derechos y compra de programas de todo tipo y condición, que se ha traducido en el crecimiento significativo de su audiencia en 2025. Con todo, el presidente ha asegurado que quiere seguir el camino emprendido por la BBC en 2024, que incluye reducir costes y duplicidades para hacer más efectiva la corporación.

1.5. Infraestructura de conectividad digital y móvil

Según el Estudio de Televisión Conectada 2025 de IAB Spain y Elogia, patrocinado por Publiespaña⁴, la televisión conectada se afianza en España como un hábito masivo y transversal: el 95% de los internautas entre 16 y 75 años, casi 34 millones de personas, utiliza servicios de contenido audiovisual a través de internet para televisión. La mayoría de los usuarios tienen entre 16 y 54 años y la ficción sigue siendo el contenido más consumido. La evolución positiva de la televisión conectada responde al cambio en los hábitos de consumo de los espectadores, pero también representa una oportunidad única para los anunciantes, que pueden beneficiarse de la fortaleza y alcance del medio televisivo con la precisión y segmentación propia del mundo digital.

2. Análisis del año: la ficción televisiva de estreno nacional e iberoamericana

Los 89 estrenos de ficción de 2025 superan en tres los 86 del año anterior, con 2 el mismo número de títulos en abierto que en 2024 (27) y 62 en VoD (59 en 2024), tres de los cuales emitidos en las plataformas de las televisiones autonómicas vasca y gallega respectivamente (un título en Primeran y dos en A Galega). Trece de los estrenos de la televisión lineal corresponden a las cadenas estatales (12 en 2024) y otros 14 a las autonómicas (15 en 2025). En cuanto a la aportación iberoamericana, aunque iguala los cuatro títulos del año anterior, presenta como novedad la incorporación a Atresplayer de la plataforma de Televisa-Univisión VIX, el 28 de enero de 2025, lo que incrementa notablemente las opciones de acceso desde España a la ficción de ultramar en español.

A la gran actividad del sector ha contribuido seguramente la iniciativa del Gobierno “Spain Audiovisual Hub”, enmarcada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del audiovisual que, entre 2021 y 2025, ha recibido una aportación de

⁴ Véase: <https://iabspain.es/estudio/estudio-televisión-conectada-2025-iab-spain/>

aproximadamente 1.600 millones de euros destinados a consolidar tanto la producción de ficción televisiva como de cine⁵. Se trata de una estrategia vencedora, a tenor tanto del incremento del consumo interno (un 24,3% de los espectadores que ven ficción televisiva cada día y un 58% al menos una vez por semana⁶), como de las exportaciones. En este último ámbito, el informe de ICEX y Parrot Analytics, presentado en la edición del MIPCOM de 2025, confirmaba que España había alcanzado un nivel de éxitos del 26,1% en el índice global de *streaming*, el más alto entre los países productores de Europa y Latinoamérica en el periodo comprendido entre 2022 y el primer semestre de 2025.⁷

TVE encabeza el número de estrenos de las cadenas estatales en abierto, con nueve títulos. Antena 3 y Tele5 aportan dos cada una.

TABLA 1. Ficciones de estreno exhibidas en 2025 en las cadenas nacionales

TITULOS NACIONALES INÉDITOS - 14	TITULOS EXTRANJEROS INÉDITOS - 4
Antena3 1. <i>Sueños de Libertad</i> (serial) 2. <i>La Encrucijada</i> (serial)	Divinity 1. <i>Cacao</i> (telenovela-Portugal)
Telecinco 3. <i>La Agencia</i> (serie) 4. <i>La Favorita 1922</i> (serie)	Nova 2. <i>Eternamente Amándonos</i> (telenovela-México) 3. <i>Mi Fortuna Es Amarte</i> (telenovela-México) 4. <i>Mi Secreto</i> (telenovela-México)
TVE1 5. <i>Ena</i> (miniserie) 6. <i>Sin Gluten</i> (serie) 7. <i>La Promesa</i> (serial) 8. <i>Salón de Té La Moderna</i> (serial) 9. <i>Valle Salvaje</i> (serial) 10. <i>Asuntos Internos</i> (serie) 11. <i>Weiss y Morales</i> (miniserie) 12. <i>Perverso</i> (serie) 13. <i>Custodia Repartida</i> (serie)	
	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 18

Fuente: Obitel España

La televisión catalana es responsable de seis de los 14 títulos de las cadenas autonómicas. La gallega TVG ha estrenado esta vez cuatro series, entre las que figura una coproducción con Portugal; la vasca ETB1, dos y la balear IB3, una, al igual que la valenciana À Punt.

⁵ Véase <https://spainaudiovisualhub.digital.gob.es/es/home>
⁶ Véase la “Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2024-2025”, elaborada por la División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:f6d9b66a-ac72-4d89-8986-7f6c6e94aaa5/encuesta-de-habitos-y-practicas-cultures-en-espana-2024-2025.pdf>
⁷ Véase: https://www.icex.es/es/sala-prensa/notas-de-prensa/2025/10/ICEX_MIPCOM_2025

TABLA 1a. Ficciones de estreno exhibidas en 2025 en las cadenas autonómicas

TÍTULOS AUTONÓMICOS INÉDITOS - 14	TITULOS EXTRANJEROS INÉDITOS - 0
À Punt 1. <i>L'Alqueria Blanca</i> (serie)	
ETB1 2. <i>Golazen</i> (serie) 3. <i>Zeru Ahoak</i> (miniserie)	
IB3 4. <i>Norats</i> (miniserie)	
TV3 5. <i>Com Si Fos Ahir</i> (serial) 6. <i>El Creador de Influencers</i> (serie) 7. <i>El Mal Invisible</i> (serie) 8. <i>Jo. Mai Mai</i> (serie) 9. <i>Sala Polivalent</i> (antología) 10. <i>Vintage</i> (serie)	
TVG 11. <i>A Coral</i> (serie) 12. <i>Era Visto: A choupana</i> (serie) 13. <i>Lume</i> (unitario) 14. <i>O Home Perfecto</i> (serie)	
	TOTAL DE TÍTULOS INÉDITOS: 14

Fuente: Obitel España

En la línea de los años anteriores, la creciente expansión de la ficción en VoD de las cadenas públicas ha reducido sensiblemente la repetición lineal tanto de los estrenos de 2025 como de las reposiciones. Sirvan como ejemplo las redifusiones de *Ángela* (2024) y de *Eva & Nicole* (2024) en Disney tras el acuerdo entre Atresmedia y esta última OTT, que también ha impulsado iniciativas. Por ejemplo, el lanzamiento simultáneo en ambas plataformas de *Mar Afuera*, un *remake* del drama adolescente de la RAI *Mare Fuori*, o la comedia de Disney+ *Custodia Compartida*, que estrenó sus dos primeros episodios en LaSexta y los seis restantes en la plataforma norteamericana.

TVE continúa su alianza con Prime Video mediante el estreno simultáneo de *Sin Gluten* (tras el lanzamiento en abierto del primer episodio) y la incorporación de *Perverso* a la OTT de Amazon en abril, tras su paso por La1 en febrero. En cuanto a las repeticiones en las propias televisiones generalistas, lo cierto es que las estrategias adoptadas en la actualidad son cada vez más asistemáticas, si bien destaca esta vez la redifusión en las autonómicas de títulos procedentes tanto de las grandes cadenas como de las plataformas, como el serial de Antena3 *Amar Es Para siempre* (2013-2024) en Telemadrid y *Las Pelotaris* en À Punt tras su paso por Movistar+ en 2023. El éxito de las repeticiones de *L'Alquería Blanca* en esta última cadena valenciana es otro hecho destacable, a tenor de la reducida distancia de 0,7 puntos que arroja la

media de las nueve redifusiones de 2025, durante el fin de semana (3,9%), respecto de la obtenida por los episodios de estreno de su temporada número 17 (4,6%).

Finalmente, cabe señalar que el modesto número de telenovelas iberoamericanas en Divinity y Nova (los canales digitales de Mediaset España y Atresmedia respectivamente) tiene como corolario la repetición en 2025 de un buen número de títulos emblemáticas como, por ejemplo, *La Doña*, *Ana de Nadie*, *Yo Soy Betty La Fea*, *Soy Tu Dueña*, *El Clon* o *Mía Es La Venganza*.

Tabla 2. Formatos de la ficción nacional de estreno en 2025
y su evolución en el quinquenio

Formato	Títulos						Horas					
	2021	2022	2023	2024	2025	Total	2021	2022	2023	2024	2025	Total
Serial	5	3	7	6	5	26	754:55:00	480:00:00	747:35:00	821:25:00	788:55:00	3592:50:00
Series	8	5	8	6	6	33	70:35:00	73:30:00	48:00:00	44:30:00	53:10:00	289:45:00
Miniseries	0	1	0	0	2	3	0:00:00	3:00:00	0:00:00	0:00:00	15:40:00	18:40:00
Tvmovie	0	1	1	0	0	2	0:00:00	1:30:00	2:40:00	0:00:00	0:00:00	4:10:00
Docudrama	0	0	0	0	0	0	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00
Otros	0	1	0	0	0	1	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00
Total	13	11	16	12	13	65	825:30:00	558:00:00	798:15:00	865:55:00	857:45:00	3905:25:00

Fuente: Obitel España

El tiempo de emisión de los estrenos en abierto de ámbito estatal (857 horas y 5 minutos) se sitúa ligeramente por debajo del de 2024 (865 horas y 55 minutos), a pesar de contar con un título más que el año pasado. Pero lo más relevante de la panorámica ofrecida en la tabla 2 es la estabilidad que caracteriza la producción española de ficción televisiva, otro indicio más de su fortaleza, considerando que el descenso de 2022 se debió fundamentalmente a los efectos de la pandemia en el sector audiovisual.

Tabla 2a. Formatos ficción nacional y autonómica de estreno 2025
y evolución en el quinquenio

Formato	Títulos						Horas					
	2021	2022	2023	2024	2025	Total	2021	2022	2023	2024	2025	Total
Serial	6	6	10	7	6	35	860:55:00	742:40:00	977:35:00	928:25:00	842:40:00	4352:15:00
Series	20	14	19	17	16	86	168:35:00	150:30:00	122:15:00	160:00:00	157:10:00	758:30:00
Miniseries	4	3	2	1	4	14	1:40:00	9:10:00	4:40:00	2:15:00	21:40:00	39:25:00
Tvmovie	0	4	3	0	0	7	4:25:00	6:30:00	6:00:00	0:00:00	0:00:00	16:55:00
Docudr.	0	0	0	0	0	0	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00	0:00:00
Otros	0	1	0	2	1	4	0:00:00	2:40:00	0:00:00	6:00:00	2:00:00	10:40:00
Total	30	28	34	27	27	146	1035:35:00	911:30:00	1110:30:00	1096:40:00	1023:10:00	5177:45:00

Fuente: Obitel España

La estabilidad de la producción se evidencia, asimismo, en el total estatal y autonómico, que presentan el mismo número de títulos del año pasado (27). La diferencia en el número de horas en 2025 (73 horas y 40 minutos menos que en 2024) se debe fundamentalmente al menor número de emisiones del serial de TV3 *Com Si Fos Ahir* y, en menor medida, del incremento de la miniserie respecto de la serie, que repercute inevitablemente en el descenso del número de capítulos.

Tabla 3. Ficción de estreno estatal exhibida en 2025: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	13	76	857:45	81
PAÍSES OBITEL (total)	4	24	200:40	19
Argentina	0	0	0:00	0
Brasil	0	0	0:00	0
Chile	0	0	0:00	0
Colombia	0	0	0:00	0
Ecuador	0	0	0:00	0
España	13	76	857:45	81
EE.UU. Hispanos	0	0	0:00	0
México	3	18	152:40	14
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	1	6	48:00	5
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
COPRODUCCIONES (totales)	0	0	0:00	0
Coproducciones Nacionales	0	0	0:00	0
Coproducciones Países Obitel	0	0	0:00	0
TOTAL	17	100,00	1057:45	100

Fuente: Obitel España

Los estrenos de la ficción estatal representan el 76% del tiempo total; un porcentaje aún mayor en el tiempo de emisión, con un 81% dedicado a la producción nacional y un 19% a la del resto de los países de Obitel.

Tabla 3a. Ficción de estreno estatal y autonómica
exhibida en 2025: países de origen

País	Títulos	%	Horas	%
NACIONAL (total)	27	87	1022:50	84
PAÍSES OBITEL (total)	4	13	200:40	16
Argentina	0	0	0:00	0
Brasil	0	0	0:00	0
Chile	0	0	0:00	0
Colombia	0	0	0:00	0
Ecuador	0	0	0:00	0
España	26	84	1016:50	83
EE.UU. Hispanos	0	0	0:00	0
México	3	10	152:40	12
Perú	0	0	0:00	0
Portugal	1	3	48:00	4
Uruguay	0	0	0:00	0
Venezuela	0	0	0:00	0
COPRODUCCIONES (totales)	1	3	6:00	1
Coproducciones Nacionales	1	3	6:00	1
Coproducciones Países Obitel	0	0	0:00	0
TOTAL	31	100	1223:30	100

Fuente: Obitel España

Los porcentajes se incrementan en el total español (estatal y autonómico), con un 87% correspondiente a los estrenos españoles y un 13% al del resto de los países iberoamericanos, que representan respectivamente el 84% y el 16% del tiempo de emisión. En línea con los años anteriores, la televisión gallega TVG continúa su colaboración con la portuguesa RPT, en este caso mediante la coproducción del *thriller Lume*, ambientado en la Raia Seca que marca la frontera de ambos países.

TABLA 4. Formatos de ficción nacional y Obitel exhibida en 2025

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Serial	5	38,5	4	100,0	788:55:00	92,0	200:40	100,0
Series	6	46,2	0	0,0	53:10:00	6,2	0:00	0,0
Miniseries	2	15,4	0	0,0	15:40:00	1,8	0:00	0,0
Tvmovie	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0	0:00	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0	0:00	0,0
Otros	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0	0:00	0,0
Total	13	100,0	4	100,0	857:45	100,0	200:40	100,0

Fuente: Obitel España

Por formatos, la ficción en abierto de difusión estatal se distribuye casi equitativamente entre el serial (cinco **títulos**) y la **serie** (seis títulos), aunque el tiempo

de emisión del serial representa el 92% del total. Este año figuran también dos miniseries, si bien cabe señalar que la frontera entre este formato y la serie es cada vez más difusa.

TABLA 4a. Formatos de ficción nacional, autonómica y Obitel exhibida en 2025

Formato	Títulos				Horas			
	Nacionales	%	Resto Obitel	%	Nacionales	%	Resto Obitel	%
Serial	6	22,2	4	100,0	892:55:00	87,3	200:40	100,0
Series	16	59,3	0	0,0	106:55:00	10,4	0:00	0,0
Miniseries	4	14,8	0	0,0	21:40:00	2,1	0:00	0,0
Tvmovie	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0	0:00	0,0
Docudrama	0	0,0	0	0,0	0:00:00	0,0	0:00	0,0
Otros	1	3,6	0	0,0	2:00:00	0,2	0:00	0,0
Total	27	100,0	4	100,0	1023:30	100,0	200:40	100,0

Fuente: Obitel España

El número de series se incrementa notablemente en el total estatal y autonómico, con 16 estrenos frente a los 6 seriales del conjunto, a los que cabe añadir cuatro miniseries y una antología. Pero, una vez más, se mantiene la desproporción entre el tiempo de emisión de los seriales (87,3%) y el del resto de los formatos (12, 7%).

TABLA 5: 10 Títulos nacionales más vistos en 2025

	Título	Canal	Productora (País)	Formato/género	Cap/Ep	Franja	Miles	Share	Rating
1	<i>Sin Gluten</i>	La1	Onza Entertainment (ES)	Serie/Comedia	1	Prime time	1.214.000	17	2,6
2	<i>La Promesa</i>	La1	StudioCanal, Bambú Producciones (ES)	Serial/Drama	254	Tarde	1.171.000	14	2,5
3	<i>Sueños de Libertad</i>	A3	Diagonal TV (ES)	Serial/Drama	253	Tarde	1.195.889	13,7	2,5
4	<i>Ema</i>	La1	La Cometa TV (ES)	Miniserie/Biopic	5	Prime time	1.661.120	12,7	3,5
5	<i>La Encrucijada</i>	A3	Secuoya Estudios y Ay Yapim (ES)	Serial/Drama	60	Prime time	604.978	10,3	1,3
6	<i>La Favorita 1922</i>	T5	Bambú Producciones (ES)	Serie/Drama	16	Prime time	843.500	10	1,8
7	<i>Valle Salvaje</i>	La1	Bambú Producciones y StudioCanal (ES)	Serial/Drama	251	Tarde	762.338	9,9	1,6
8	<i>Salón de Té La Moderna</i>	La1	Boomerang TV y Mediawan (ES)	Serial/Drama	44	Tarde	843.500	9,7	1,8
9	<i>La Agencia</i>	T5	Good Mood (ES)	Serie/Comedia	13	Prime time	644.417	8,7	1,4
10	<i>Asuntos Internos</i>	La1	Mediacrest (ES)	Serie/Thriller	6	Prime time	705.333	8,2	1,5
Total de producciones nacionales: 10				Guiones originales extranjeros: 0					
100%				0%					

Fuente: Obitel España

TVE sitúa seis títulos entre los más vistos de la ficción estatal, mientras que Antena3 y Tele5 aportan dos respectivamente, en un ranking en el que destaca el extraordinario

resultado de los seriales, incluidos todos ellos entre los *top 10* del año. Hasta el punto de que el segundo lugar ocupado por *La Promesa* (14% de *share*) es, en realidad, una primera posición, considerando que La1 solo ofreció en abierto la primera entrega del líder de la clasificación, *Sin Gluten* (17% de *share*), cuyos siete episodios restantes se estrenaron en Prime Video.

TABLA 5a: 10 Títulos autonómicos más vistos en 2025

Título		Canal	Productora (País)	Formato/género	Cap/Ep	Franja horaria	Miles	Share	Rating
1	<i>Com Si Fos Ahir</i>	TV3	TVC (ES)	Serial/Drama	208	Tarde	234.000	19,3	3
2	<i>Vintage</i>	TV3	Brutal Media (ES)	Serie/Dramedia	8	Prime time	237.000	15,6	3
3	<i>El Mal Invisible</i>	TV3	Mediapro, 3cat, The Mediapro (ES)	Serie/Thriller	8	Prime time	265.000	14,9	3,4
4	<i>Jo Mai Mai</i>	TV3	Abacus (ES)	Serie/Comedia	8	Prime time	150.000	10,8	1,9
5	<i>A Coral</i>	TVG	Tex45 (ES/POR)	Serie/Comedia	13	Tarde	69.000	8,7	2,6
6	<i>Era Visto: A Choupana</i>	TVG	Produções Zopilote (ES)	Serie/Comedia	9	Prime time	44.000	5,7	1,7
7	<i>L'Alqueria Blanca</i>	À Punt	RTVV À Punt Mèdia (ES)	Serie/Comedia	11	Prime time	63.000	4,6	1,2
10	<i>Lume</i>	TVG	Coral Europa, Sete media (ES/POR)	Serie/Thriller	6	Prime time	23.000	4,2	0,9
8	<i>O Home Perfecto</i>	TVG	Voz Audiovisual (ES)	Serie/Drama	13	Prime time	37.000	1,4	5,6
9	<i>El Creador de Influencers</i>	TV3	The Mediapro Studio, 3cat (ES)	Serie/Comedia	8	Prime time	14.000	1,1	0,2
Total de producciones autonómicas: 10					Guiones originales extranjeros: 0				
100%					0%				

Fuente: Obitel España

TV3 lidera de nuevo la clasificación de la ficción autonómica, con un total de cinco estrenos, cuatro de los cuales ocupan los primeros puestos de un ranking encabezado por el único serial del conjunto (19,3% de *share*). En esta ocasión también destaca la excelente productividad de TVG, que incluye cuatro títulos entre los más vistos de un año en el que también repite la serie de À Punt *L'Alqueria Blanca*. La coproducción hispano-portuguesa *Lume* ocupa la séptima posición.

3. Monitoreo VoD 2025

Los 63 estrenos en 2025 (tres más que en 2024) evidencian la buena salud de las plataformas que operan en España, que han ido conformando progresivamente un sistema cada vez más articulado de sinergias y alianzas decididas a sobrevivir y prosperar en el vórtice de la competitividad global. Hasta el punto de que España se ha convertido en el segundo país en inversión para la creación de contenidos de las OTT, con 2.000 millones de euros; una cifra que la sitúa solo por debajo de Reino

Unido, con 2.900 millones, pero también a considerable distancia de Alemania y Francia, los terceros con un total de 800 millones en cada caso.⁸

3.1. Mercado de plataformas de VoD en 2025

Según la duodécima ola del Barómetro OTT de Barlovento Comunicación, de diciembre de 2025, el ranking global de OTTs internacionales en España estaba liderado por Netflix (19 millones de espectadores únicos mensuales), Prime Video (17,2 millones), YouTube (12,1 millones), Disney+ (8 millones) y HBO Max (7,6 millones)⁹. Los datos del último Panel de Hogares (2T 2025) de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC)¹⁰ confirman el liderazgo de Netflix (44,6% de los hogares) como plataforma de pago, seguida por Prime Video (19,7 %), Disney+ (6%) y HBO Max (5,3%). Netflix (73,7%) también se sitúa como la plataforma con mayor penetración en España en la vigésima séptima oleada de GECA¹¹ –la última de 2025 también sobre plataformas de pago exclusivamente– seguida de Prime Video, Disney+ y HBO Max. Por el contrario, el último informe de audiencias VOD de SigmaDos30¹² (diciembre de 2025), que incluye plataformas de pago y gratuitas, posiciona Prime Video (73,8%) como líder, seguida de Netflix (72,6%), HBO Max (32%) y Disney+ (31,2%).¹²

Con motivo de la celebración de sus primeros diez años en España y los tres primeros de su plan con anuncios, Netflix ha revelado algunas cifras de su negocio con publicidad: 10,2 millones de espectadores activos mensuales en su modelo con publicidad en España, cuyos usuarios consumen un promedio de 46 horas mensuales, más de una hora diaria¹³. El 27 estudio “Navegantes en Red”, de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), indica que las suscripciones a servicios con publicidad en las plataformas de pago han crecido en el último año, siendo Disney+ y Netflix en las que más se ha optado por ese tipo de planes. El informe concluye que el 34,1% de los suscriptores de Disney+ tiene contratada una versión con publicidad (+24 puntos en un año), un porcentaje que se sitúa en el 33,1% en el caso de Netflix (+17 puntos)¹⁴.

⁸ Véase el reportaje de José M. Rodríguez Silva y Cinta Fosch para el diario El Mundo, del 27 de septiembre de 2025. Disponible en: <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2025/09/22/68c-98f30e9cf4a8b1b8b458c.html>

⁹ Véase: <https://barloventocomunicacion.es/barometrotv-ott/11a-ola-diciembre-2025-barometro-ott-tv-conectada/>

¹⁰ Véase: <https://www.cnmc.es/prensa/panel-sector-audiovisual-20251121>

¹¹ Véase: <https://webgeca.geca.es/barometro-ott-de-geca-27o-oleada/>

¹² Véase: <https://www.dos30.com/actualidad/category/audiencias-vod/>

¹³ Véase: <https://elpais.com/economia/2025-11-05/netflix-supera-los-10-millones-de-usuarios-con-su-plan-de-anuncios-en-espana.html>

¹⁴ Véase: https://www.eldiario.es/vertele/series/suscripciones-publicidad-plataformas-netflix-disney-crecen-ultimo-ano_1_12203890.html

De acuerdo con la vigésima séptima oleada de GECA, en todas las plataformas de pago incluidas en el estudio (Netflix, Disney+, Prime Video, HBO Max, Atresplayer Premium y SkyShowtime) hay más suscripciones con anuncios que sin ellos, apuntando a que la mayoría de los usuarios se inclina por esta modalidad¹⁵, a la que se ha sumado en 2025 HBO Max, con una cuota de 6,99 euros mensuales (69,90 anuales) y una subida generalizada en el precio del resto de sus tarifas.

3.2. Oferta de plataformas de VoD locales en 2025

La duodécima ola del Barómetro OTT de Barlovento Comunicación sitúa a Movistar+ (9,8 millones de espectadores únicos mensuales) en la cuarta posición del ranking global de plataformas en España, mientras que RTVEPlay (8,2 millones) se queda en quinta posición y Atresplayer Premium en novena (3,3 millones). Los datos de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC) ubican Movistar+ (17,8% de los hogares) en la tercera posición, mientras que la vigésima séptima oleada de GECA la sitúa en quinta posición. Según los datos de esta consultoría audiovisual, Atresplayer Premium obtiene la décima posición; Filmin, la undécima; Mediaset Infinity, la duodécima, y FlixOlé, la decimotercera. Finalmente, el último informe de audiencias VOD de SigmaDos30' sitúa Movistar+ (23,4%), RTVE Play (19,6%) y Atresplayer Premium (12,4%) en quinto, sexto y séptimo lugar respectivamente.

3.3. Análisis del VoD en 2025: la ficción de estreno nacional y las coproducciones

Netflix encabeza en 2025 el número de estrenos en *streaming*, con 15 títulos (11 en 2024). A continuación, se sitúan con 10 títulos Movistar+ (ocho en 2024) y Prime Video (10 en 2024). Atresplayer ocupa el tercer lugar, con nueve estrenos (11 en 2024), y Disney el cuarto con siete (nueve en 2024). Siguen con tres títulos Skyshowtime (uno en 2024) y HBO Max (sin estrenos en 2024) y Apple TV con uno (sin estrenos en 2024), a los que cabe añadir los ya mencionados anteriormente de A Galega (dos) y de la vasca Primeran (uno), en la primera ocasión en que dos cadenas autonómicas lanzan sus estrenos en sus plataformas en lugar de ofrecerlos en sus primeros canales.

¹⁵ Véase: <https://webgeca.geca.es/barometro-ott-de-geca-27o-oleada/>

TABLA 7. Ficciones nacionales y coproducciones exhibidas en 2025 en sistemas de VoD

TÍTULOS NACIONALES DE ESTRENO	COPRODUCCIONES DE ESTRENO
Apple TV (1)	62. Dime Tu Nombre (miniserie-España y EEUU)
01. A Muerte (serie)	
Atresplayer (9)	
02. El Gran Salto (serie)	
03. Física o Química. La Nueva Generación (serie)	
04. La Ruta. Volumen 2: Ibiza (serie)	
05. Las Hijas de la Criada (serie)	
06. Los Protegidos: Un Nuevo Poder (serie)	
07. Mar Afuera (serie)	
08. Mariliendre (serie)	
09. Perdiendo El Juicio (serie)	
10. Santuario (serie)	
Disney + (6)	
11. Custodia Repartida (serie)	
12. El Clan Olimpia (miniserie)	
13. El Mal Invisible (serie)	
14. Entrepreneurs (serie)	
15. La Suerte. Una Serie de Casualidades (serie)	
16. Ladrones. La Tiara de Santa Águeda (serie)	
Filmin (1)	
17. Una Perra Andaluza (serie)	
HBO Max (3)	
18. Cuando Nadie Nos Ve (serie)	
19. Furia (serie)	
20. Pubertad (serie)	
Movistar+ (10)	
21. Anatomía de Un Instante (miniserie)	
22. La Canción (miniserie)	
23. La Caza. Irati (serie)	
24. La Vida Breve (serie)	
25. Los Sin Nombre (serie)	
26. Muertos S.L. (serie)	
27. Poquita Fe (serie)	
28. Silencio (serie)	
29. Tierra Alta (serie)	
30. Yakarta (serie)	
Netflix (15)	
31. Animal (serie)	
32. Ciudad de Sombras (serie)	
33. Dos Tumbas (miniserie)	
34. El Cuco de Cristal (serie)	
35. El Jardinero (serie)	
36. El Refugio Atómico (serie)	

37. Innato (serie)	
38. La Chica de Nieve 2: El Juego del Alma (serie)	
39. Legado (serie)	
40. Machos Alfa (serie)	
41. Manual Para Señoritas (serie)	
42. Olympo (serie)	
43. Respira (serie)	
44. Superstar (serie)	
45. Valeria (serie)	
Prime Video (10)	
46. Atasco (antología)	
47. La Frontera (serie)	
48. La Que Se Avecina (serie)	
49. Memento Mori (serie)	
50. Punto Nemo (serie)	
51. Romi (serie)	
52. Sin Gluten (serie)	
53. Su Majestad (serie)	
54. Zoomers (serie)	
Primeran (1)	
55. Desagertua (serie)	
Skyshowtime (3)	
56. Camino a Arcadia (serie)	
57. Matices (serie)	
58. Nails (serie)	
TVEplay (1)	
59. Bocas de Cielo (serie)	
A Galega (2)	
60. A Arte de Ser (Mal) Pai (miniserie)	
61. A Coral (serie)	
	Total: 62

Fuente: OBITEL España

3.4. Características narrativas del VoD en 2025

El elevado número de estrenos en VoD y la atomización de la producción empresarial audiovisual en España (Lacalle y Sánchez, 2019) dificulta, cuando no imposibilita, el diseño de un retrato robot representativo de las características narrativas del VoD. Baste con decir que en esta ocasión han participado 52 productoras independientes, que han realizado 41 ficciones en solitario y 11 en asociación, si bien es cierto que, en el complejo entramado que conforman, no es excepcional que más de una empresa pertenezca o esté participada por un grupo mayor. Por ejemplo, Bani-jay Iberia integra un pool de productoras tan destacadas como Diagonal TV, DLO Producciones, Portocabo y Bamboo Producciones, mientras que el grupo francés Mediawan España agrupa Boomerang TV, Good Mood (*La Agencia*) y Zeta Studios.

Como viene siendo habitual, la mayor parte de los títulos del *streaming* son series de estructura capitular, integradas en su mayor parte por entre seis u ocho emisiones, cada una de las cuales de aproximadamente 50 minutos de duración. El 84% de las 63 series ofrecidas en VoD han emitido en 2025 su primera entrega en un contexto donde las renovaciones son cada vez más raras, pues solo siete ficciones han emitido la segunda, dos la tercera y otras dos la cuarta. *La Que Se Avecina* merece una mención especial al respecto, con el estreno este año de los siete episodios que integran su decimosexta temporada.

Con todo, es posible identificar algunos rasgos definitorios del *thriller* actual que brillan en un año donde las series y miniseries de intriga (22 títulos) superan en número al drama (15 títulos), tradicionalmente el género más popular, e incluso a la comedia (15 títulos), que ha experimentado una notable recuperación en los últimos años.

4. Interactividad y participación de las audiencias

La escasez de propuestas destinadas a amplificar la experiencia del visionado se agudiza aún más en un año en el que las propuestas creativas e innovadoras proceden solo del serial, el único formato que aún se resiste al *binge watching* y requiere el interés de su audiencia día tras día. Por ello, en esta ocasión dedicamos este apartado a los tres seriales que se emitieron durante todo el 2025: *Sueños de Libertad*, *La Promesa* y *Valle Salvaje*. Para ello nos concentraremos en las estrategias de expansión y la participación de la audiencia en Instagram y TikTok, las dos redes sociales más populares entre las ficciones televisivas españolas por su enfoque audiovisual. *Sueños de Libertad* es el líder en audiencia televisiva, pero no en audiencia social, donde destaca *Valle Salvaje* con 127.000 mil seguidores en Instagram a 31 de diciembre de 2025, 187.600 en TikTok y 6 millones de “Me gusta”. *La Promesa* tenía 103.000 seguidores en Instagram y 50.200 seguidores y 917.300 “Me gusta” en TikTok. Por último, *Sueños de Libertad* tenía 69.300 seguidores en Instagram y 22.100 seguidores y 651.900 “Me gusta” en TikTok.

El contenido de los tres seriales en las redes sociales tiene como punto en común el debate sobre las tramas, los personajes y las teorías sobre el futuro de unas y otros. Ocasionalmente, las publicaciones de *Valle Salvaje* profundizan en los intereses de los personajes más populares¹⁶ pero, sobre todo, explota los “detrás de cámaras” y los vídeos de humor, especialmente en TikTok, donde podemos ver a los personajes en

¹⁶ A menudo hacen publicaciones sobre novelas históricas y con protagonistas femeninas fuertes, como el que inspira a Adriana, o sobre la moda y las actividades creativas de la época (siglo XVIII), como tejer.

situaciones modernas o retos del siglo XXI. Las encuestas, las curiosidades históricas y la promoción de productos derivados (por ejemplo, el libro oficial de la serie, *Valle Salvaje y la España oculta*, de Alberto Barrera, lanzado recientemente) también son publicaciones frecuentes. Pero su viralidad se debe principalmente a su inclusión en Netflix y al hecho de haber captado una franja de audiencia más joven que el resto de los seriales diarios de sobremesa. *La Promesa* ofrece datos y curiosidades sobre los hechos históricos que inspiran la ficción y detalles desconocidos de la producción, celebra los reconocimientos que ha conseguido la ficción –como el Emmy internacional– y fomenta la participación mediante el análisis de tramas en espacios como “El club de La Promesa”, donde seguidores y periodistas debaten sobre los giros de guion. Finalmente, las publicaciones de *Sueños de Libertad* aprovechan el fenómeno #Mafin, la etiqueta con la que se popularizó la relación romántica entre los personajes Marta y Fina; celebran el éxito televisivo del serial y promocionan sus localizaciones (principalmente Toledo) para reforzar su autenticidad visual. No obstante, sus publicaciones tienen un estilo más clásico y su estrategia en redes suele ser más institucional que la de sus competidoras de RTVE, que apuestan más por el contenido vertical y los clips virales.

El análisis de sentimiento de los comentarios de la audiencia de *Valle Salvaje* publicados en Instagram y TikTok durante 2025 muestra una clara evolución desde la curiosidad inicial hasta un compromiso emocional profundo, con una audiencia muy apasionada y con una fuerte conexión emocional. El sentimiento predominante fue la empatía y la “ansiedad positiva” por las revelaciones y los giros de guion, promovida por los avances diarios del serial. Los comentarios positivos también destacan la calidad visual de la ficción, aunque a mediados de año también demandaban mayor agilidad en la historia y, al final de la segunda temporada (agosto), la muerte de Julio conmocionó a la audiencia y generó una oleada de tristeza y frustración.

En el caso de *Sueños de Libertad*, la respuesta de la audiencia muestra un sentimiento positivo y entusiasta impulsado, principalmente, por el fenómeno *fandom* que ha generado #Mafin y por los hitos de audiencia. El fenómeno #Mafin es, en efecto, el motor principal de interacción, con comentarios que suelen mezclar romanticismo con reivindicación social. El primer aniversario de la serie, en febrero, y el agradecimiento del elenco a la comunidad por mantener la serie como la más vista de la televisión, en el mes de junio, también supusieron picos de sentimiento positivo. Los sentimientos negativos y críticos, en cambio, derivan principalmente de las filtraciones y spoilers generadas por el estreno en Atresplayer Premium de capítulos con antelación respecto a la emisión en abierto, así como de los giros dramáticos y las despedidas de personajes a finales de año.

Finalmente, el análisis de la respuesta de los usuarios sobre *La Promesa* también refleja un sentimiento mayoritariamente positivo, promovido también por la comunidad fan de una pareja romántica, la protagonista: Jana y Manuel. La relación fue el mayor motor de comentarios, oscilando entre el apoyo y la desesperación por los obstáculos. Otro elemento clave que promovió el entusiasmo y “alivio cómico” fueron los “detrás de cámaras” y las tomas falsas. No obstante, y aunque la audiencia se muestra satisfecha con la ficción, hubo dos temas que ensombrecieron la respuesta de la audiencia: la muerte de Jana, la protagonista, y los constantes cambios de horario de emisión. La muerte de Jana provocó una oleada de conmoción, tristeza profunda e incredulidad, con comentarios que cuestionaban si la serie podía sobrevivir sin su heroína. En paralelo, los cambios de horario por eventos especiales ocasionaron múltiples quejas y se registró un sentimiento de indignación y maltrato hacia el espectador fiel, cuyo volumen determinó que la Defensora de la Audiencia de RTVE respondiera públicamente a las quejas sobre el rumbo de las tramas y el trato a los seguidores.

5. Lo más destacado del año 2025

La relevancia de los personajes femeninos tiene como corolario un notable incremento de las mujeres de media edad en los papeles principales. Esta tendencia entronca, a su vez, con la disminución de las escenas sexuales que se viene detectando en los últimos años, lo que sin duda favorece la interseccionalidad. *Furia* (HBO Max) ilustra ambos extremos a través de la rebelión contra los hombres que, por diferentes circunstancias, atenazan las vidas de cinco mujeres en la cincuentena, mediante un entramado de historias entrecruzadas que conjugan de manera sobresaliente intriga y humor (negro). Hasta el punto de que ya está previsto el estreno de su segunda temporada. La guardia civil Lucía (*Cuando Nadie Nos Ve*), la ertzaina Alaya (*Romi*) o la jefa del espionaje español Aitana (*El Centro*) se ven confrontadas constantemente con criminales peligrosos (Lucía y Alaya) o sometidas a los vaivenes de la manipulación política (Aitana).

Otro aspecto destacable en relación con el protagonismo femenino y la interseccionalidad es el incremento exponencial del número de mujeres lesbianas, bisexuales o en proceso de redefinir su identidad sexual tras su primera relación con una persona de su mismo sexo. Júlia en *Delta* (TV3) o Sandra en *Segunda Muerte* (Movistar+) exploran esta nueva dimensión de su sexualidad, al parecer desconocida hasta entonces, mientras que la reacción de Romi (*Romi*) a la declaración de amor de Nerea se debate entre la perplejidad y la ambigüedad.

Las historias adolescentes de *Pubertad* se adentran sin tapujos, aunque sin la crudeza de *Adolescence* (Netflix), en los recovecos de una de las etapas más convulsas de la vida de las personas, en este drama experimental de buena factura, dirigido por la cineasta Leticia Dolera, que sin embargo adolece de una cierta lentitud. Los conflictos generacionales, bastante habituales en el drama y la comedia, se afrontan asimismo en el policiaco a través de la relación de las viudas Lucía (*Cuando Nadie Nos Ve*) y de Alaia (*Romi*) con sus respectivas hijas, quienes en cambio se entienden a la perfección con sus abuelas paternas, con las que también conviven en un mismo domicilio familiar. La detective Romi destaca, además, porque la hija de Alaia, que da nombre a la serie (Romi proviene de Romina) además de protagonizarla, es sorda desde los 8 años por efecto de una explosión en la que murió su padre y combina el lenguaje de signos, utilizado abundantemente a lo largo de la serie, con la audición que le proporciona su implante coclear.

La comedia merece también una mención especial este año, por el acierto con el que algunas ficciones como *Poquita Fe* o *Machos Alfa* actualizan el tan manido costumbrismo español con unas buenas dosis de humor absurdo. La primera trata sobre la cotidianidad surrealista de Berta y José Ramón, una pareja de clase medio-baja cuya relación sobrevive milagrosamente a pesar del caos constante que los rodea. La serie, calificada por la crítica como una de las mejores de la época, está cuajada de ocurrencias y *running gags* que atrapan sin remisión a la audiencia en una especie de duelo de perdedores en el que sin duda se proyecta una buena parte de las parejas de la sociedad española actual. *Machos Alfa*, en cambio, evidencia el anacronismo de cuatro amigos en la cuarentena, que se debaten entre el apego al machismo y la necesidad de encajar en un entorno donde las relaciones de género están cambiando de manera irreversible. Bajo el pretexto de que no encuentran el amor, los protagonistas coleccionan situaciones absurdas que confluyen sistemáticamente en la deconstrucción desternillante de la masculinidad tradicional. La complejidad de las relaciones de pareja se aborda también desde los problemas y tensiones que plantea la crianza de los hijos tras la ruptura, a través de *Custodia Compartida*, sobre una pareja que se ve obligada a volver a casa de sus padres y a compartir con ellos la crianza de la hija de 5 años.

La ficción ambientada en el pasado mantiene los estándares de calidad alcanzados en los años pasados, pese a su disminución sostenida en las últimas temporadas. Entre los títulos más destacados vale la pena mencionar *Ena* (La 1 y Prime Video), un *biopic* sobre la esposa inglesa del rey Alfonso XIII, basado en la homónima obra de Pilar Eyre, que rememora la desdicha personal de la reina Victoria Eugenia en un país que nunca la comprendió, pero al que tampoco ella consiguió entender. *Anatomía de Un Instante* es también una adaptación, en este caso de la novela de Javier

Cercas sobre el fallido golpe de estado de febrero de 1981. La serie explora, con buen ritmo y el apoyo de una voz en off, la complejidad del contexto en el que se produjo el asalto al Congreso de los Diputados y el papel de las tres figuras destacadas que se mantuvieron de pie pese al grito de los golpistas “Todo el mundo al suelo”: el presidente Adolfo Suárez, el líder del partido comunista Santiago Carrillo y el teniente General Manuel Gutiérrez Mellado. *Asuntos Internos* reconstruye la experiencia de una inspectora de la primera promoción de la Policía Nacional, en un *thriller* que explora el impacto de la heroína y los estragos que produjo en un barrio humilde del Madrid de 1979. La solidaridad entre las mujeres y la lacra de la heroína en la sociedad de la época son dos de los ejes en torno a los cuales se estructura este policiaco de ritmo trepidante.

Pero como toda cara de la moneda tiene también su cruz, en el capítulo de los reveses de 2025 cabe mencionar la desilusión producida por algunas producciones que no consiguieron colmar las expectativas suscitadas. En primer lugar, el *thriller* postapocalíptico *El Refugio Atómico*, un proyecto ambicioso cuya voluntad de innovar terminó resolviéndose en una trama simplista con un diseño de personajes no exento de cierta incoherencia. De ahí que, pese a dejar el final abierto con la esperanza de obtener una segunda temporada que compensara la desorbitante inversión inicial, no ha conseguido la tan ansiada renovación. *Olympo*, sobre una chica que llega al centro de alto rendimiento deportivo para atletas, es otro desacierto de Netflix para compensar la ausencia de *Élite*, que navega contra la corriente de reducción de escenas sexuales mediante una exhibición de cuerpos perfectos con la que no consigue disimular el recurso fácil a los estereotipos y a los diálogos banales. *Punto Nemo* (Prime Video) parte de una buena idea original que se encalla en la falta de verosimilitud de la flota mixta (militares, científicos, *influencers*, periodistas, etc.) que parte en misión geológica hacia los Mares del Sur. Pero es seguramente TVE la que se lleva la palma con *Weiss y Morales*, un policiaco ambientado en la comunidad alemana de las islas Canarias, en el que la falta de motivación en el comportamiento de los personajes raya, en ocasiones, la incoherencia.

6. Tema del año 2025: Las mujeres detrás de cámaras en la ficción televisiva iberoamericana

En España la televisión nació en la dictadura franquista, en un contexto en el que la actividad cultural proporcionaba un resquicio que algunas mujeres aprovecharon para desarrollarse profesionalmente. Así fue en la literatura, cine y televisión, donde despuntaron algunos casos tan brillantes como excepcionales, aunque la aparición de una auténtica mirada femenina en la televisión española se sitúa en la Transición.

La democracia desató una honda transformación que renovó la política e influyó en el ámbito social y cultural del país. El segmento femenino experimentó cambios en libertad e igualdad, lo que le permitió conquistar terreno laboral. La televisión pública se comprometió con el cambio mediante la producción de contenidos para educar a la ciudadanía en valores democráticos (Palacio, 2012). Muchas profesionales que se incorporaron a la televisión en este momento adquirieron un reconocido estatus por su trabajo en las series de televisión, tanto detrás como delante de las cámaras, desde de la temporada 1976-1977.

Entre las profesionales notables de aquel período cabe mencionar a la dramaturga Ana Diosdado, que alcanzó el éxito en democracia con ficciones que escribía y protagonizaba: *Anillos de Oro* (1983) y *Segunda Enseñanza* (1986). Destacan también las realizadoras Pilar Miró, que dirigió *Los Enemigos* (1974), *Pequeño Teatro* (1977) y capítulos de ficciones tan populares como *Curro Jiménez* (1976-78); Josefina Molina, que rodó y adaptó dramáticos como, por ejemplo, *El Camino* (1978) –premio de Mejor Realizadora en el Festival Internacional de Praga–, la *superproducción Teresa de Jesús* (1984) y *Entre Naranjos* (1998), galardonada con el premio a la Mejor Dirección de la Academia de la Televisión (Cascajosa, 2010).

La preminencia masculina prosiguió tras la ruptura del monopolio de la televisión estatal con la llegada de las televisiones privadas. El momento era crucial porque se produjo una ampliación significativa de la producción televisiva con la oferta de los nuevos canales y la respuesta de Televisión Española a la competencia. También fue decisiva la implantación del modelo de trabajo estandarizando de producción de series, importado de Estados Unidos de América, y formado con equipos de guionistas, que marcó el inicio de la producción moderna en las series televisivas españolas (Mateos-Pérez, 2023).

En esta época, las mujeres acrecentaron su presencia detrás de las cámaras en un medio que constituía la vía de entrada más accesible a la industria audiovisual y permitía desarrollar una carrera más estable que en el cine. A lo largo de los noventa destacaron creadoras como la escritora Carmen Martín Gaité, que adaptó la saga de *Celia* (1993) de Elena Fortún; Mercedes Segura, que participó en el desarrollo de la serie del periodo, *Médico de Familia* (1995-99); o Esther Jiménez, productora ejecutiva de la longeva *El Comisario* (1999-08). Además, el papel femenino se fue orillando hacia categorías, consideradas “femeninas”, como vestuario, maquillaje, peluquería o *script* de guion y continuidad.

En el nuevo siglo las productoras independientes se convirtieron en un motor de la ficción televisiva. La presencia de mujeres en los equipos de creación de estas empresas se volvió habitual y continua, aunque integradas en grupos mixtos con preponderancia masculina. Entre otras cocreadoras destacadas, vale la pena mencionar

profesionales como Verónica Fernández, *El Síndrome de Ulises* (2007-08); Diana Laffond, *Motivos Personales* (2005); o Laura Belloso y Rocío Martínez Llanos, *El Internado* (2007); y también directoras, como Begoña Álvarez, *Periodistas* (1998-2002) y *Los Serrano* (2003-08); o Yolanda García Serrano, *Abuela de Verano* (2005).

La implantación de las plataformas de *streaming* en la segunda década del siglo XXI ha impulsado transformaciones de calado en la ficción televisiva, entre las que destaca la presencia femenina a consecuencia de su mayor presencia en los repartos artísticos; pero también de su penetración en los equipos técnicos y de creación. Este incremento se debe a múltiples causas, como la implantación de las políticas públicas de los gobiernos progresistas, el debate social sobre la igualdad de género, la aparición de asociaciones profesionales femeninas, el mayor acceso de la mujer a estudios universitarios de comunicación audiovisual, cine y periodismo, o la mejor valoración del público femenino por parte de la industria. Esta tendencia ha cristalizado en un grupo, nutrido y estable de creadoras de televisión (guionistas, directoras y productoras), que desarrollan en la actualidad carreras de mérito e interés. Algunas destacan por su propuesta comercial, orientada a los éxitos de audiencia: Teresa Fernández-Valdés, productora ejecutiva; Virginia Yagüe, productora y creadora de series de ficción histórica; Gema R. Neira, creadora y guionista de un buen puñado de títulos; o Laura Caballero, co-creadora de comedias populares. Otras se distinguen por su proposición más autoral y por una procedencia externa a la televisión, como Anna R. Costa, dramaturga; las directoras de cine Mar Coll, Isabel Coixet y Leticia Dolera; o Ana Ruja y Claudia Costafreda, actrices de teatro.

A pesar de la progresión experimentada, la creación de series en España todavía dista mucho de alcanzar la igualdad. Las creadoras denuncian que enfrentan más dificultades que sus colegas masculinos, que persisten prejuicios sobre su capacidad para ocupar cargos de responsabilidad y que les resulta complicado promover una mayor presencia femenina en los equipos (Torres, Castro, Díaz y Pérez, 2022). En consecuencia, las mujeres siguen infrarrepresentadas en muchos puestos, con una ocupación aproximada del 38% de los trabajos en el sector audiovisual¹⁷; sólo un 29% de las direcciones son femeninas; representan el 35% de las guionistas y en la producción ejecutiva alcanzan el 31%. En cambio, cuentan con una presencia mayoritaria en departamentos como vestuario (85%), maquillaje y peluquería (80%) y dirección artística (64%)¹⁸, lo que evidencia una segregación genérica por roles. Por otro lado, se destinan presupuestos más bajos a los proyectos liderados por mujeres

¹⁷Véase: <https://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-mujeres-ocupan-38-puestos-trabajo-sector-audiovisual-espanol-estudio-20241004155548.html>

¹⁸Véase: <https://www.nebrija.com/medios/actualidadnebrija/2024/10/09/las-mujeres-solo-ocupan-el-38-de-los-puestos-de-trabajo-en-el-sector-audiovisual-espanol/>

(hasta un 42% menos, en algunos casos¹⁹) y la persistencia de estereotipos provoca que los personajes femeninos se encasillen en ciertos roles, géneros o temáticas (Marcos-Ramos y González de Garay, 2021).

En este contexto, cabe preguntarse si las obras elaboradas por la mano femenina ofrecen narrativas singulares. La selección de obras mencionadas a continuación presenta una muestra heterogénea, con el objeto de ilustrar algunas de las aportaciones más relevantes de 2025.

Manual Para Señoritas (Netflix) es el primer proyecto como productora ejecutiva en solitario de Gema R. Neira. Se trata de una de las señeras de la creación, cuya actividad profesional ha sido reconocida este año por la Sociedad General de Autores con la medalla de honor por “ser parte fundamental de la renovación de la ficción televisiva en España”. La serie, creada junto con María José Rustarazo, dirigida por Claudia Pinto y Carlos Sedes, y escrita por un grupo de guionistas integrado principalmente por mujeres, apuesta por el protagonismo femenino en un contexto –el siglo XIX– eminentemente masculino. La figura central es una casamentera contratada por el padre viudo de una familia de alta sociedad para vigilar, acompañar y ayudar a sus tres hijas a buscar marido. Sobre este planteamiento patriarcal se edifica una comedia romántica de enredo estructurada en ocho capítulos, cuya novedad radica en la manera de contar el relato de época. Para ello, *Manual Para Señoritas* realiza de una propuesta visual vibrante, que emplea un uso actual de la luz, del color y de la banda sonora, mezclado con una narrativa posmoderna con sobreimpresiones y una narradora expositiva que mira a cámara y habla con el público, derribando la cuarta pared. Esta forma contrasta con el fondo histórico de la serie, que reconstruye el Madrid de 1880 con escenarios exteriores clásicos, una esmerada ambientación interior y vestuarios decimonónicos.

La serie, que aplica un surtido de clichés propios del género romántico, reflexiona sobre la condición de la mujer: su independencia y el tutelaje del hombre, la desigualdad en las normas sociales o la libertad para elegir el futuro. Se ejemplifica con el antagonismo entre las hermanas mayores. Una quiere encontrar un marido y casarse, mientras que la otra derriba las convenciones sociales y familiares empeñándose en acceder a la universidad.

Machos Alfa (2022-actualidad) es la primera serie de la guionista Laura Caballero para Netflix, escrita junto con Araceli Álvarez de Sotomayor, Alberto Caballero y Daniel Deorador, que ha alcanzado su top 10 global y cuenta con adaptaciones en Francia e Italia. El equipo conforma una comedia realista, que presenta situaciones cotidianas y personajes cercanos para explorar de forma paródica el papel

¹⁹Estudio Sectorial sobre la Mujer y el Audiovisual España-México-Argentina, realizado por la Cátedra Nebrija-EGEDA-Platino Educa en Cine, Mujer y Educación (CIMUED), 2024.

del hombre y de la mujer en la sociedad actual. Lo hace a partir de cuatro amigos cuarentones que, con diferentes grados de sensibilidad a la transformación social igualitaria, afrontan la pérdida de privilegios que poseían en la estructura patriarcal. Las mujeres que los acompañan funcionan como propulsores narrativos, forzando los cambios masculinos y provocando el avance de la historia.

La serie trata temas difíciles de desarrollar con profundidad en la comedia ligera, como las nuevas masculinidades, el feminismo, el acoso sexual, los límites del consentimiento, la *manosfera* o la subcultura misógina de los *incels*. Debido a su anclaje actual, *Machos Alfa* ha tenido notoriedad pública, lo que le ha procurado un raudal de críticas. El mayor reproche es que la serie es superficial, no hace pedagogía y transmite ideas machistas porque otorga el protagonismo a retrógrados en la igualdad, a quienes retrata tiernos e inofensivos apelando a la empatía del público, incluso cuando actúan de forma patriarcal.²⁰

Similar propuesta narrativa, pero desde la perspectiva de la mujer, recoge *Valeria* (Netflix), una serie concebida y realizada por un equipo íntegramente femenino: creada por María López Castaño, que adapta libremente la colección de novelas *En los zapatos de Valeria*, de Elisabet Benavent; guionizada por López Castaño, Aurora Gracià, Almudena Ocaña y Fernanda Eguiarte, y dirigida por Inma Torrente y Nely Reguera. *Valeria* cuenta los avatares sentimentales, afectivos y profesionales de cuatro amigas treintañeras, con la pretensión de componer un retrato generacional. Sigue la estela de *Sex in the City* (HBO, 1998-2004) con una protagonista escritora, y un cuarteto femenino dividido en arquetipos: la inconformista y soñadora; la fuerte y sexual; la cándida e insegura; la lesbiana responsable. Como en este modelo, también se cuida la estética del marco urbano, proyectando un Madrid estival, radiante, vital, que exhibe sus locaciones más pintorescas: Gran Vía, La Latina, El Retiro, la Plaza de Oriente o el Templo de Debod.

La producción elige el *dramedia* para plasmar la vida de la mujer joven, aspiracional y urbana, y por momentos dirige su dialógica hacia alegatos feministas, preocupaciones generacionales y reivindicaciones por los derechos de las minorías. Pero este discurso no encaja bien con las acciones de sus protagonistas, que reproducen toda clase de conductas estereotipadas: ansiedad por encontrar pareja, dependencia emocional, miedo al abandono, etc., lo que demuestra que el discurso conservador es social y afecta al género femenino.

Arantxa Cuesta es una veterana guionista de cine y televisión, que ha creado series y escrito comedias y dramas. Su última obra, *El Clan Olimpia* (Disney+), ideada junto a David Muñoz y dirigida por Gracia Querejeta, Claudia Pedraza y Violeta

²⁰ Véase: <https://elpais.com/smoda/feminismo/2025-02-06/es-machos-alfa-realmente-una-serie-feminista.html>

Salama, narra la ascendencia meteórica en el narcotráfico de Olimpia: del menudeo de hachís en la plaza del barrio, al tráfico internacional de cocaína con cárteles colombianos y mafias napolitanas. La ficción plantea el empoderamiento femenino en contextos patriarcales. La protagonista es una merchera²¹ que vive en un universo familiar constreñido con reglas de tradición y unidad familiar. Sin embargo, Olimpia se convierte en *madre coraje*, salta las normas establecidas y se lanza a la vida criminal para sacar adelante a su prole tras el diagnóstico de cáncer de su marido. Esta decisión produce tensiones por el machismo estructural familiar donde la figura masculina (el padre, el marido, el hermano) le niega la autonomía por su género y le impone unos deberes domésticos que pesan más que las razones criminales. A pesar de ello, con tenacidad, engaños y autarquía, Olimpia halla fuera de la ley la libertad que su clan le niega.

La serie se concibe como una narración sobre la igualdad de género y la ruptura estereotipos, pero no lo consigue. Aunque recurre a una mujer que medra en el crimen organizado, el guion presenta giros previsibles y recorre caminos ya transitados en los relatos de narcotráfico: el drama familiar como detonante de la trama, el personaje que busca la redención, el uso de la violencia o la glorificación de la cultura criminal. Sin embargo, no aporta ningún tipo de reflexión moral en torno a la actividad delictiva, o al crimen, y nunca aparecen dudas o consideraciones éticas sobre el daño social que genera la droga con la que se está lucrando.

La directora y actriz Leticia Dolera es otro claro exponente de la autoría televisiva, cuyo drama sobre la maternidad y los nuevos modelos de pareja en *Vida Perfecta* (2019) le valió el premio a la Mejor Serie en el Festival de Cannes. En *Pubertat* (HBO Max), que interpreta, dirige y coescribe con Almudena Monzú, amplía el foco social en el papel de una socióloga y activista feminista, madre de un niño de 13 años que es acusado, junto con su primo y otro amigo, de agresión sexual grupal a una amiga. Este hecho construye un escenario complejo que plantea dudas sobre dónde se traza la línea para discernir entre la exploración y la extralimitación sexual, el consentimiento y el abuso, la culpa del menor o del adulto a su cargo. También expone interrogantes sobre cómo un niño se convierte en agresor sexual, cómo afecta la agresión a las familias implicadas, o cómo debe actuar la madre feminista que exige creer a las víctimas cuando es su hijo el acusado. La serie también aborda cuestiones como los roles de género, el feminismo, la maternidad-paternidad, el poder de las redes sociales o la contaminación social de la *machoesfera*.

El mérito de *Pubertat* es abordar el problema social desde un espacio de discusión que no pretende sentenciar, sino explicar un proceso sin reducirlo a una explicación

²¹ Los mercheros son un grupo social tradicional de España, de origen nómada, caracterizado por la práctica histórica de oficios ambulantes como la quincallería, la hojalatería y la venta de mercancías. Poseen una identidad cultural propia, diferente tanto de los gitanos como del resto de la población.

maniquea. Para ello alterna el punto de vista entre los agresores (y sus familias) y la víctima (y su familia), para que el público empatice y comprenda a los implicados. Es sugestiva la exposición realista de la justicia restaurativa, el procedimiento que se centra en mostrar el daño causado por el delito y las necesidades de todas las partes involucradas: víctima, agresores y comunidad.

Las series analizadas sugieren una representación abundante, variada y troncal de las mujeres. Se percibe la intención por construir nuevos significados, reflejar transformaciones sociales, redefinir los roles de género y desarrollar protagonistas con mayor profundidad. Pero, al mismo tiempo, se concluye que la creación femenina no implica necesariamente una innovación en la representación de la mujer, la superación de los estereotipos tradicionales o una creatividad narrativa singular. Sea como fuere, es un hecho que las mujeres contribuyen cada vez más a la creación de ficción televisiva en España, aunque todavía quede camino para poder alcanzar una verdadera igualdad.

Bibliografía

- Cascajosa, C. (2015). “Mujeres pioneras y creación televisiva en España. Una revisión crítica”. En *Transversalidad de género en el audiovisual andaluz*, Núñez, T.; Vera, M. T. y Díaz, R. M. (Editoras), pp. 91-104.
- Cascajosa, C. (2010). “Mujeres creadoras de ficción televisiva en España”. En *La representación de las mujeres en el cine y la televisión contemporáneos*, Sangro, P. y Plaza, J. F. (Coordinadores), pp. 177-198.
- Lacalle, Ch.; Sánchez, 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. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.10>
- Marcos-Ramos, M. y González de Garay, B. (2021). Gender representation in subscription video on demand Spanish TV Series. *International Journal of Communication*, 15, pp. 581-604.
- Mateos-Pérez, J. (2023). “Las series de ficción españolas durante la primera competencia televisiva (1990-1994). El origen de la producción moderna”. *Historia y Comunicación Social*, 28(1), pp. 181-189. doi: <https://doi.org/10.5209/hics.88633>
- Palacio, M. (2012). *La televisión durante la Transición española*. Madrid: Cátedra.
- Torres, J.L., Castro, A., Díaz, P. Y Pérez, C (2022). Mujeres directivas y creadoras en el audiovisual. Análisis de las series de ficción españolas presentes en los catálogos de Prime Video, Movistar+ y Netflix (2019-21). *Perspectivas de la Comunicación*, 15(2), 217-248. doi: <https://doi.org/10.56754/0718-4867.1502.217>