


# Servicios estadounidenses de SVOD en España: análisis de la disponibilidad, características y prominencia de obra local<sup>1</sup>


**M<sup>a</sup> Trinidad García Leiva**

Universidad Carlos III de Madrid (España) ✉ 

**Luis A. Albornoz**

Universidad Carlos III de Madrid (España) ✉ 

**Pedro Gallo**

Universidad Carlos III de Madrid (España) ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.91608>

Recibido: 22 de septiembre de 2023 / Aceptado: 30 de noviembre de 2024

**ES Resumen:** El artículo retrata y analiza la disponibilidad y la prominencia de la obra española presente en cinco servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción (SVOD) ofrecidos en España: Netflix, Prime Video, HBO Max, Disney+ y Apple TV+. Los datos del trabajo de campo, efectuado sobre muestras obtenidas de sus catálogos, en enero de 2022 y 2023, permiten conocer qué cantidad de obra española integra los servicios considerados, cuáles son sus principales características y qué prominencia se da (o no) a esa obra. Se concluye que, si bien todos los catálogos analizados ofrecen obra española, su cantidad es muy variable entre los distintos servicios y está conformada mayoritariamente por largometrajes cinematográficos y obras de ficción producidas en castellano. Respecto a la prominencia, Netflix ofrece más facilidades para que los usuarios lleguen a encontrar películas y series españolas, mientras que el resto de los servicios cuentan con un amplio margen de mejora.

**Palabras clave:** Industria audiovisual; streaming; diversidad; prominencia; video bajo demanda.

## ENG US-based SVOD services in Spain: analysis of availability and prominence of local works

**Abstract:** The article portrays and analyses the availability and prominence of Spanish works in the following five subscription video-on-demand services (SVOD) offered in Spain: Netflix, Prime Video, HBO Max, Disney+ and Apple TV+. The data from the fieldwork, carried out on samples obtained from their catalogues in January 2022 and 2023, shows how many Spanish works are available in these services, their main characteristics and the level of prominence these works receive. It is concluded that, although all the catalogues analysed offer Spanish films and series, the quantity of works varies greatly between the different services and is mostly constituted by feature films and fiction produced in Spanish. Regarding prominence, Netflix provides more features to find Spanish films and series, while the other services have ample room for improvement.

**Keywords:** Audiovisual industry; streaming; diversity; prominence; video on demand.

**Sumario:** 1. Introducción 2. Metodología 3. Resultados 3.1. Obra española disponible en los catálogos estudiados 3.2. Características de la obra española disponible 3.3. Año de producción de las obras españolas 3.4. Idiomas originales de las obras españolas 3.5. Obras españolas etiquetadas como 'originales' y/o 'exclusivas' 3.6. Presencia de coproducciones internacionales 3.7. Prominencia otorgada a la obra española 4. Discusión y conclusiones 5. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** García-Leiva, M.T., Albornoz, L.A., & Gallo, P. (2024). Servicios estadounidenses de SVOD en España: análisis de la disponibilidad, características y prominencia de obra local. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 30 (1), 85-97. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.91608>

<sup>1</sup> Esta investigación fue financiada por el Ministerio de Ciencia e Innovación y la Agencia Estatal de Investigación (MCIN/AEI/10.13039/501100011033), con código de referencia PID2019-109639RB-I00 y título de proyecto 'Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción'.

## 1. Introducción

En los estudios de comunicación existe un debate de largo aliento sobre la importancia de la presencia de obras locales en la oferta de servicios audiovisuales disponibles en un determinado territorio. Este debate, que se enmarca en discusiones más amplias sobre los flujos de obras audiovisuales a nivel internacional, y puede rastreadse hasta los años 1960 y estudios pioneros como el realizado por Nordenstreng y Varis (1974) para la UNESCO, ha cristalizado en discusiones muy específicas. Una de ellas remite a la necesidad de garantizar la mencionada presencia de obras locales mediante la regulación de la oferta audiovisual.

Al respecto, las cuotas consagradas a garantizar la presencia de determinados títulos se han convertido en un instrumento habitual para obligar a que se cumpla esta cuestión. En un primer momento, aplicadas al parque de exhibición cinematográfica, y, luego, a los servicios de televisión y radio, el debate sobre la necesidad de contar con cuotas para salvaguardar la presencia de obras locales se ha reavivado a partir de la irrupción de los operadores de servicios audiovisuales vía streaming con base en Estados Unidos y que tienen un alcance internacional. Sin embargo, la eficacia de este instrumento de regulación del mercado audiovisual no está cabalmente demostrada ya que, por ejemplo, la mera programación o presencia en catálogos de determinadas obras no garantiza su efectivo consumo (Albornoz & García Leiva, 2021). Además, la discusión política y regulatoria ha evolucionado, añadiendo otros aspectos al debate como los relacionados con la descubribilidad de las obras en catálogos conformados por miles de títulos, de forma tal que las cuotas puedan promocionar no solo la presencia de títulos sino también su visibilidad y diversidad (Albornoz & García Leiva, 2019; Farchy, Grégoire & Steven, 2021; García Leiva, 2021; Lobato & Scarlata, 2022).

En este sentido, la Unión Europea a través de la reformulación en 2018 de la Directiva europea de servicios de comunicación audiovisual estipula que los Estados miembros tienen que velar por que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual bajo demanda, sujetos a su jurisdicción, dispongan de al menos un 30 por ciento de obras europeas en sus catálogos y garanticen la prominencia de las mismas. En su definición de 'obra europea' la Directiva incluye la obra producida por un Estado miembro; la producida por un Estado europeo que sea parte del Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza del Consejo de Europa (como el Reino Unido o Turquía), y la que es coproducida en el marco de acuerdos celebrados entre la Unión y terceros países. Esta obligación ha sido señalada como uno de los grandes vectores de cambio impulsados por la Directiva (García Castillejo & Chaparro Escudero, 2019), junto a otras medidas como la protección reforzada de los menores, los nuevos límites a la comunicación comercial o el fomento de la producción independiente.

En un contexto de retrasos generalizados y gran heterogeneidad (García Leiva & Mazzoli, 2023),

España promulgó la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual que recoge tanto esta obligación, especificando sub-cuotas para promocionar obras en castellano o en alguna de las lenguas cooficiales que hay en territorio español (aranés, catalán, gallego, valenciano y vasco), como el requisito de financiar anticipadamente obra europea en dichas lenguas (ver artículos 116, 117 y 119). No obstante, la transposición no estuvo exenta de críticas en relación con el pluralismo, la diversidad cultural y lingüística y la gobernanza democrática (Zallo, 2022).

Adicionalmente, la cuota de obra europea impuesta, que afecta a los operadores de servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción (SVOD), ha sembrado inquietudes sobre la forma en que estos se aprestan a cumplir tal obligación: ¿disminuyendo el número de obras no europeas ofertado?, ¿adquiriendo lotes baratos de obras europeas de antigua data y dudoso atractivo comercial?, ¿impulsando la adquisición y producción de nuevas obras? ¿combinando distintas opciones? Por otra parte, ¿la inclusión de obras en los catálogos favorecería la presencia de contenidos comercialmente exitosos en desmedro de contenidos de consumo minoritario?

La investigación académica ha acompañado este debate sobre la presencia/ausencia de ciertas obras en la oferta audiovisual y su regulación, intentando clarificar argumentos y aportar evidencias empíricas. Muy especialmente desde la irrupción a nivel mundial de agentes que ofrecen servicios audiovisuales operando de modo transnacional (Birkinbine, Gómez & Wasko, 2017; Chalaby, 2022). Este fenómeno, que no es nuevo y se remonta a la expansión internacional de los servicios de televisión satelital y por cable (Bustamante, 2003; Chalaby, 2005), ha manifestado un salto cualitativo en su escala con el establecimiento de los SVOD.

El caso de Netflix es esclarecedor y sintomático por tratarse de una empresa que ofrece su servicio en todas las regiones del mundo<sup>2</sup> a través de catálogos específicamente configurados para estar disponibles dentro de las fronteras de los Estados-nación. Tales catálogos, conformados por miles de obras de origen mayoritariamente estadounidense, se configuran atendiendo a licencias territoriales, normativas de geobloqueo y preferencias culturales (Lobato, 2019). Precisamente, Netflix es un buen ejemplo de cómo esta clase de compañías despliega diferentes estrategias de localización para adaptar exitosamente sus servicios a los distintos mercados nacionales (Lobato 2019: 116-117). Esta adaptación no se produce solamente en relación con los contenidos ofrecidos (localizaciones geográficas, artistas y temas locales...), sino que implica múltiples decisiones que pueden ir desde el idioma en que está disponible el servicio hasta su adaptación a las obligaciones de las legislaciones nacionales. Cabe recordar que estas diversas formas de adaptación no suponen algo totalmente nuevo, sino que, de hecho, han sido un elemento históricamente clave para lograr y mantener el éxito en los mercados extranjeros (Chalaby, 2006); y que, dentro de las estrategias de localización, la importancia de la obra local ofrecida

<sup>2</sup> Según la página web de la compañía (julio de 2023), Netflix no está disponible en China, Crimea, Corea del Norte, Rusia y Siria.

en el contexto de diferentes mercados geolingüísticos (Straubhaar, 2007) es algo que se tiene muy en cuenta. Algunos casos excepcionales, como *La casa de papel* (2017-2021), han demostrado el potencial de obras de habla no inglesa para convertirse en éxitos internacionales, recordando el poder de los servicios SVOD para distribuir obras a escala mundial y reunir a audiencias de todo el mundo (Lotz & Lobato, 2023).

En la actualidad existe un reducido número de agentes que opera de modo similar a Netflix: sus casas matrices están en Estados Unidos y ofrecen sus servicios de SVOD en prácticamente todo el mundo. Entre las principales empresas de SVOD que operan en la Unión Europea se encuentran, además de Netflix, Amazon (con su servicio Prime Video) y The Walt Disney Co. (con Disney+). Estos tres operadores acaparan el 71 por ciento de las suscripciones de la región (Ene, 2023) y están implicados en la producción de contenido original europeo (Fontaine, 2022b). La configuración de sus respectivos catálogos, ciertamente, tiene muchos puntos en común; pero también, como se verá, importantes diferencias.

Esta realidad ha impulsado un buen número de investigaciones que, específicamente, se han preguntado por la disponibilidad de películas y series locales en los catálogos de los servicios de SVOD mencionados; pero que también, más recientemente, se han preguntado por su mayor o menor visibilidad dentro de los servicios y entre una gran cantidad de obras, es decir, por su prominencia. Así, la investigación que sustenta este artículo está en línea con estudios académicos similares sobre la presencia de obra local en los catálogos de servicios SVOD (Batikas, Gómez-Herrera & Martens, 2015; Lobato & Scarlata, 2018 y 2019; Grece & Jiménez Pumares, 2017a, 2017b, 2019 y 2020; CAC, 2020; Lordache, 2021; Rivero & Bizberge, 2022; Lotz, Eklund & Soroka, 2022) y la prominencia de los mismos (OCCQ, 2017; MCC y MC, 2020; Mazzoli & Tambini, 2020; Fontaine, 2022a). Asimismo, conecta con aquellos trabajos que se preocupan por el impacto potencial de estos servicios en la diversidad del sector audiovisual español (Albornoz & García Leiva, 2017 y 2019).

El objetivo general que persigue este artículo es retratar y analizar la disponibilidad y prominencia de la obra española presente en cinco servicios de SVOD ofrecidos en España: Netflix (Netflix, Inc.), Prime Video (Amazon.com, Inc.), HBO Max (Warner Bros. Discovery, Inc.),<sup>3</sup> Disney+ (The Walt Disney Co.) y Apple TV+ (Apple, Inc.). La selección de estos servicios responde al origen geográfico de sus empresas propietarias y a su nivel de presencia en el mercado español. En este sentido, se trata de los cinco servicios de SVOD de origen estadounidense con mayor penetración en el país en el momento en el que se realizó el estudio (Barlovento, 2021). En diciembre de 2022, según la misma fuente (Barlovento, 2022), el

81,8 por ciento de los españoles tenía acceso a contenidos audiovisuales de pago; los tres servicios de SVOD con mayor cuota de consumo eran Netflix (33,1 por ciento), Prime Video (18,1 por ciento) y Movistar+ (11,1 por ciento). La posición líder de servicios de compañías transnacionales de origen estadounidense, como Netflix y Prime Video, ha sido evidenciada también por otros estudios posteriores (GECA, 2023; Kantar, 2023).

En este trabajo, la disponibilidad hace referencia a la presencia en un determinado catálogo de obras audiovisuales españolas, comprendiendo a todas las obras en cuya producción se identifica intervención de capital español, independientemente del porcentaje de participación; lo cual supone incluir las coproducciones internacionales. Por su parte, la noción de prominencia hace referencia a una ubicación destacada, consecuencia de los distintos mecanismos que un servicio puede implementar para resaltar la presencia de las obras españolas. La prominencia puede contribuir a la descubribilidad de un título -noción que remite a la probabilidad de un encuentro, incluido el que ocurre de modo fortuito (García Leiva & Mazzoli, 2023)-, aunque el efectivo descubrimiento depende necesaria, pero no exclusivamente, de que este sea prominente.

Más específicamente, los objetivos perseguidos se condensan en las siguientes preguntas que este texto buscará responder: qué cantidad de obra española integra los catálogos considerados, cuáles son las principales características de dicha obra, y qué prominencia tiene la obra española en los servicios considerados.

Los datos del trabajo de campo que permiten responder a estas preguntas surgen de muestras obtenidas a inicios de 2022 y 2023 de los catálogos ofertados en España por los servicios seleccionados. Los próximos apartados explican la metodología empleada y presentan los principales resultados alcanzados.

## 2. Metodología

La inspección de los catálogos a fin de comprobar la presencia de obra española tuvo lugar en dos oportunidades: entre el 19 y el 24 de enero de 2022, y entre el 19 y el 26 de enero de 2023. Por otra parte, en los meses de enero y junio de 2022, y enero de 2023, se verificó en cada servicio la existencia de algunos de los mecanismos susceptibles de dar prominencia a la obra española. Las fechas escogidas para la realización del trabajo de campo persiguieron minimizar el impacto que tienen en los catálogos el periodo estival (julio-agosto) y las temporadas vacacionales (como la Navidad o Semana Santa), los cuales suelen dar lugar a estrategias que alteran de modo coyuntural tanto la oferta de obras como la forma en la que se muestran dichas obras en la interfaz de los servicios.

<sup>3</sup> Durante el transcurso del trabajo de campo que sustenta la investigación sintetizada en este artículo, tuvo lugar la fusión de WarnerMedia con Discovery Inc., a principios de 2022, y la consiguiente creación de Warner Bros. Discovery. HBO Max se convirtió así en uno de los dos SVOD de la nueva compañía, siendo Discovery+ el otro. En este contexto se produjo un proceso de reformulación de ambos servicios, por lo que el catálogo de HBO Max fue introduciendo progresivamente obras de Discovery. A mediados de abril de 2023 Warner Bros. Discovery confirmó que Max será el nombre del servicio SVOD a ofrecer, a partir del 23 de mayo de 2023 en Estados Unidos (2024 en España), en sustitución de HBO Max. Max combinará entonces contenidos de HBO Max y Discovery+ en su oferta, aunque Discovery+ seguirá disponible como un SVOD diferente. En otras palabras: entre 2020 y 2023 el servicio ofrecido en España bajo la marca HBO ha sufrido un proceso de rebranding que lo convertirá en Max en 2024, después de haber pasado por la (actualmente vigente y usada en este texto) denominación HBO Max.

Dado el dinamismo que presenta la oferta de los servicios y el condicionamiento que puede ejercer en cualquier búsqueda su realización con un perfil de usuario preexistente, el trabajo de campo se efectuó después de crear en España una cuenta nueva en cada servicio. El acceso a los catálogos se efectuó desde España a través de los sitios web de los servicios (no de sus apps) y siempre a través de un ordenador portátil.

Una vez identificado el número total de títulos de cada catálogo consultando JustWatch.com, el primer paso para detectar la obra española disponible consistió en extraer los títulos incluidos en categorías creadas por los propios operadores para destacar la obra española -tales como 'cine español', 'series españolas' y similares-. Para ello se exploró tanto el menú principal como los carruseles de cada servicio. Asimismo, se extrajeron los títulos detectados por cada motor de búsqueda interno al introducir los términos 'España', 'cine español' y 'series españolas'.

El segundo paso supuso completar, mediante inspección manual, el listado de títulos obtenido con aquellas obras españolas no detectadas, pero sí presentes en la base de datos Lumière VOD del Observatorio Europeo del Audiovisual. De este modo se elaboró un listado propio de obra española para cada servicio, inspeccionando también de modo aleatorio los catálogos para detectar obras no identificadas mediante los procedimientos anteriores y eliminando duplicidades. Este listado se terminó de confeccionar consultando la base de datos de películas clasificadas del Instituto de Cine y Artes Audiovisuales (ICAA) de España y el sitio web IMDb.com.

Cabe señalar que las obras se contabilizaron a través del número de títulos presentes en los catálogos. Para el caso de las obras seriadas (series, miniseries, docuseries, etc.), cada título se contabilizó solo una vez, independientemente de su respectivo número de temporadas y/o episodios.

Después de determinar la proporción de obra española disponible en cada servicio al ponerla en relación con el número total obras de cada catálogo, el tercer paso consistió en obtener la siguiente información sobre cada título:

- Tipo de obra, distinguiendo entre largometrajes (diferenciando entre ficción, documental y animación), contenidos seriados (ficción, documental o animación) y otros (*reality shows*, monólogos, cortometrajes, etc.).
- Contenido etiquetado como 'original' o 'exclusivo' por parte del operador.

- Año de producción, en el caso de las series se consideró el año de producción de la última temporada ofertada.
- Idioma original, consultando la información provista por cada servicio.

Finalmente, para conocer la prominencia otorgada a la obra española, se constató la presencia/ausencia de las categorías 'cine español' y 'series españolas' en el menú de navegación (barra superior o lateral desplegable) y los carruseles de recomendación de obras de la interfaz principal de cada servicio. También se rastreó la presencia de otras categorías relacionadas o incluso de títulos aislados, bien en el menú y los carruseles, bien en otras partes de la interfaz, como la cabecera, el faldón inferior, los resultados de búsqueda o la *homepage* sin identificación de usuario.

### 3. Principales resultados

#### 3.1. Obra española disponible en los catálogos estudiados

Todos los servicios analizados incluyen obra española y su cantidad ha aumentado entre 2022 y 2023, aunque proporcionalmente la presencia de títulos varía mucho dependiendo del catálogo que se considere. En conjunto los catálogos estudiados ofertaban 1.641 títulos españoles a inicios de 2023, incluidas las coproducciones internacionales con presencia de capital español, así como aquellas obras disponibles en dos o más catálogos. Esta cifra supone un aumento interanual del 35,3 por ciento (428 obras), ya que a inicios de 2022 se ofertaban 1.213 títulos españoles. Este incremento se verifica para todos y cada uno de los servicios estudiados (tabla 1).

Un análisis pormenorizado de los catálogos permite afirmar que el de Netflix es el que mayor número de títulos españoles ofertó en ambos periodos considerados. Le seguían Prime Video y, bastante más lejos, Disney+ y HBO Max. Por su lado, Apple TV+, con menos obras, se encontraba a la cola de esta clasificación.

Sin embargo, al poner el número de títulos españoles en relación con el número total de obras de los catálogos (la suma de obra española y no española), Prime Video y HBO Max eran quienes disponían de mayores porcentajes de obra española en su oferta. En Disney+ los títulos españoles representaron un porcentaje muy bajo, y, en el caso de Apple TV+ este fue anecdótico y, en todo caso, fruto de coproducciones con compañías estadounidenses.

Tabla 1. Obra española en los catálogos de los servicios de SVOD, 2022 y 2023

Servicio	Tamaño total del catálogo (N.º de títulos)		Obra española (N.º de títulos / % del catálogo)			
	2022	2023	2022		2023	
Netflix	5.338	7.267	333	6,24	575	7,91
Prime Video	3.922	4.869	636	16,22	751	15,42
HBO Max	1.578	1.589	178	11,28	196	12,33
Disney+	1.780	2.316	65	3,65	116	5,01
Apple TV+	98	150	1	1,02	3	2,00

Fuente: elaboración propia en base a datos de JustWatch.com y trabajo de campo.

Cabe una observación adicional sobre la evolución interanual de la obra española disponible, la cual permite constatar la fuerte mutabilidad de los catálogos en función de la explotación de los derechos de propiedad intelectual de las obras. Si bien, como se señaló, todos los servicios incrementaron su oferta de obra española, muchas de las películas y series detectadas en la muestra de 2022 habían desaparecido un año después. Por ejemplo, aunque la oferta de títulos españoles de HBO Max creció, lo cierto es que una parte de las obras detectadas en la muestra de 2022 desapareció un año después a partir de la reorganización del catálogo a que dio lugar la fusión entre Warner Media y Discovery. Por su parte, Disney+ fue el servicio que experimentó

un mayor incremento de obra española a través de la adquisición de derechos de exhibición de producciones existentes.

### 3.2. Características de la obra española disponible

En ambos periodos considerados, el trabajo de campo reveló el predominio de los largometrajes cinematográficos en el conjunto de obra española disponible en los catálogos (tabla 2). En su conjunto, el número de largometrajes españoles ofertados registró un incremento interanual del 34,4 por ciento, pasando de 926 títulos a inicios de 2022 a 1.245 títulos a inicios de 2023 (incluidas aquellas obras ofertadas por dos o más servicios).

Tabla 2. Tipo y número de obras españolas disponibles en los catálogos analizados, 2022 y 2023

Servicio	Largometrajes		Series		Otros*	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Netflix	261	454	61	76	11	45
Prime Video	480	551	134	156	22	44
HBO Max	133	151	37	38	8	7
Disney+	52	88	13	28	0	0
Apple TV+	0	1	0	1	1	1

Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Nota: \*incluye, entre otros, *reality shows*, monólogos y cortometrajes.

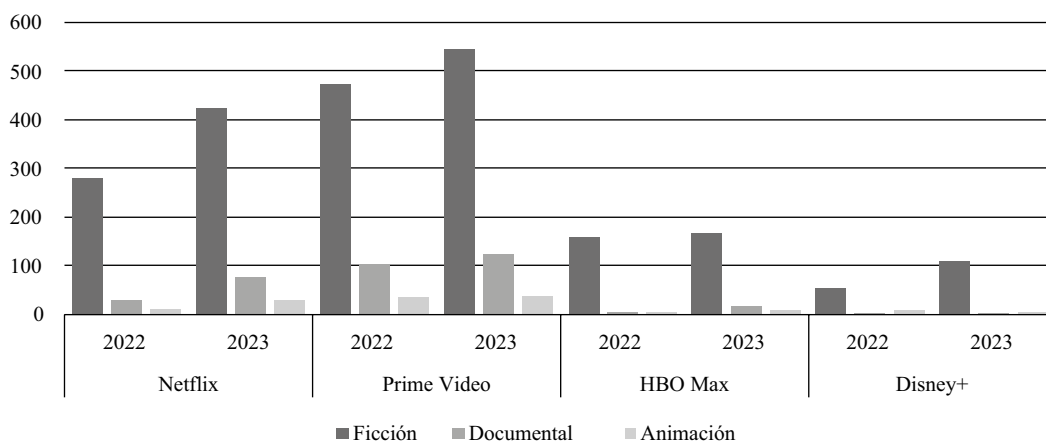
Asimismo, tomando en consideración tanto los largometrajes cinematográficos como las series se constató en ambas muestras la preponderancia de las obras de ficción en todos los catálogos estudiados. Estas constituyen una fracción de títulos disponibles mucho mayor que las de las obras documentales y de animación (gráfico 1).

Por ejemplo, del total de largometrajes y series españolas ofertadas por Netflix en enero de 2022, un 83,5 por ciento eran obras de ficción, un 9,0 por ciento documentales y un 3,6 por ciento de animación. El único servicio que ofrecía de modo comparado más documentales, tanto en términos absolutos como

relativos, era Prime Video; aunque del total de obras españolas ofertadas a inicios de 2022 un 74,4 por ciento eran títulos de ficción, frente al 16,5 por ciento de documentales y al 5,7 por ciento de animación.

A inicios de 2023 la proporción de obras documentales versus las de ficción no era muy distinta. Sin embargo, aunque la ficción seguía predominando y Prime Video ofrecía la misma cantidad de documentales, la presencia de estos había mejorado en las ofertas de Netflix (pasando del 9,0 por ciento al 13,3 por ciento) y HBO Max (pasando del 3,4 por ciento al 8,2 por ciento).

Gráfico 1. Número de obras españolas de ficción, documental y animación disponibles en catálogos analizados, 2022-2023



Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Notas: Los títulos de cada categoría computan tanto largometrajes como series. No se incluye a Apple TV+ (en 2023 ofertaba un título de ficción y uno de animación) por razones de legibilidad.

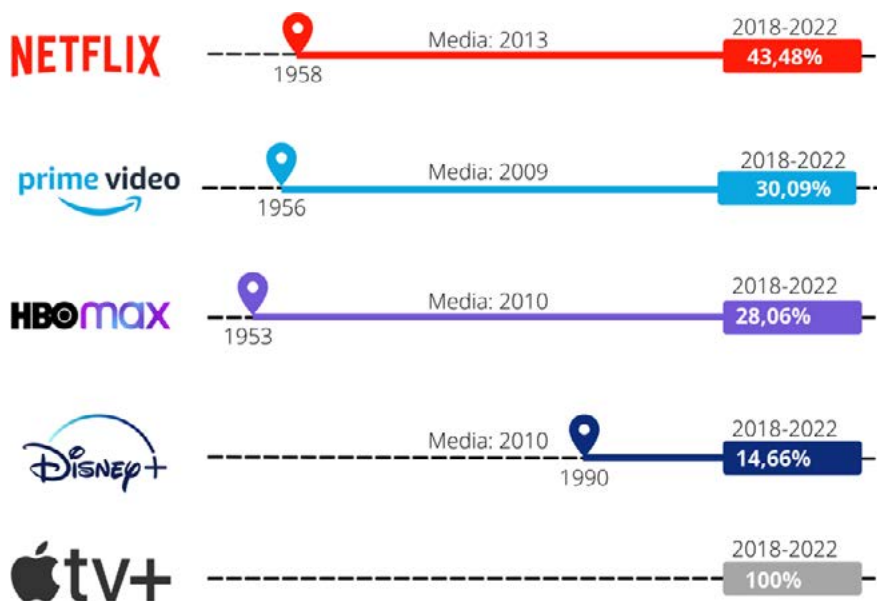
### 3.3. Año de producción de las obras españolas

El estudio constató que la mayoría de los títulos españoles incluidos en los catálogos analizados era de reciente producción (gráfico 2). A inicios de 2023, exceptuando a Apple TV+, la media del año de producción del conjunto de obras ofertadas se situó en torno al año 2010. Por ejemplo, en el catálogo de Netflix, los títulos producidos entre 2018 y 2022 supuso casi el 43,5 por ciento de la obra española.

En líneas generales la disponibilidad de largometrajes y series españolas producidas con anterioridad a la década de 1990 era muy limitada y, en los casos de Apple TV+ y Disney+, inexistente.

Los títulos españoles disponibles más antiguos entre los catálogos estudiados datan de la década de 1950: *Bienvenido, Mister Marshall* (Luis García Berlanga, 1953), se encontraba en HBO Max; *La passe du diable* (Jacques Dupont y Pierre Schoendoerffer, 1958), en Netflix; y *Viaje de novios* (León Klimovsky, 1956), en Prime Video.

Gráfico 2. Años de producción de obra española disponible en los catálogos analizados, 2023



Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo.

### 3.4. Idiomas originales de las obras españolas

El estudio constató la hegemonía del castellano en las obras españolas ofertadas en el conjunto de los catálogos analizados. El número de producciones en catalán, gallego o vasco en Prime Video, Netflix y HBO Max era muy bajo en ambos periodos considerados, y en Disney+ y Apple TV+ inexistente (gráfico 3). Cabe señalar que no se detectó la presencia de producciones en valenciano o aranés en ninguno de los periodos estudiados.

Dentro del conjunto de lenguas cooficiales del territorio español, el catalán era la que gozaba de mayor presencia en los catálogos analizados: de los 29 títulos registrados a inicios de 2022 pasó a 47 títulos al año siguiente; lo cual implica un crecimiento del 62 por ciento. Prime Video, con 22 títulos en 2022 y 24 títulos en 2023, era el servicio que ofertaba un mayor número de títulos en catalán. Por su parte, Netflix incorporó a su catálogo varios títulos en esta lengua, pasando de seis en 2022 a 21 obras en 2023.

La oferta de obra española en lenguas cooficiales ofrecida en 2022 era liderada por Prime Video, con sus 22 títulos en catalán, seguido de Netflix, con 12 títulos: seis en catalán, cuatro en gallego y dos en vasco. Un año después Netflix superaba a Prime Video al ofertar 28 títulos en lenguas cooficiales, de los cuales 21 eran producciones en catalán, cinco en

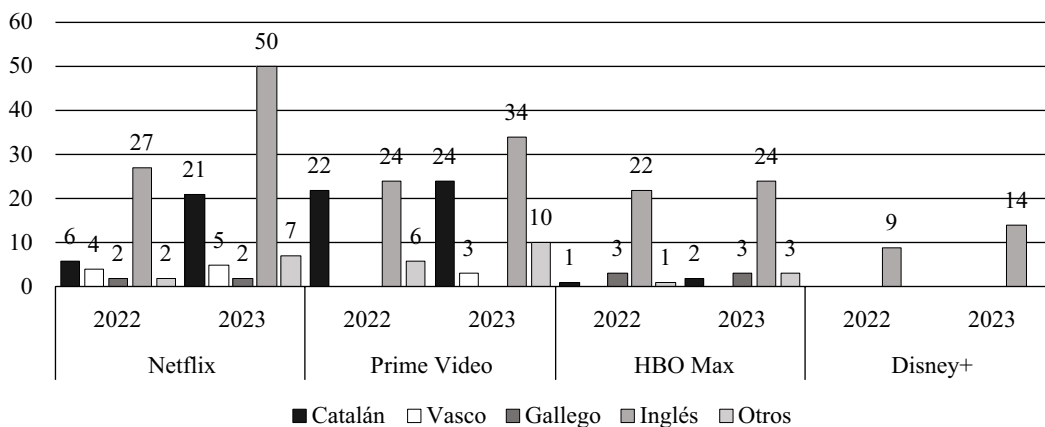
vasco y dos en gallego. Por su parte, el catálogo del servicio operado por Amazon registró 27 títulos en lenguas cooficiales: 24 en catalán y tres en vasco.

Otro dato a destacar es que en ambas muestras el inglés es la lengua dominante entre aquellos títulos españoles cuya lengua no es el castellano o alguna de las lenguas cooficiales de España. A inicios de 2022 se registró la presencia de 83 producciones españolas en inglés (coproducciones internacionales incluidas), cifra que creció hasta alcanzar los 125 títulos en 2023. De hecho, el inglés, junto al castellano, era el único idioma presente entre las obras españolas en Disney+ y Apple TV+, superando en número a la oferta de títulos en cualquiera de las lenguas cooficiales del resto de catálogos en los dos periodos considerados.

### 3.5. Obras españolas etiquetadas como 'originales' y/o 'exclusivas'

El estudio verificó la presencia de títulos presentados como 'originales' o 'exclusivos' en todos los servicios analizados. Tales etiquetas, que entrañan ambivalencias y variadas estrategias de producción (Afilipoaie, Iordache & Raats, 2021), suelen ser utilizadas para resaltar el hecho de que en un determinado territorio la obra así etiquetada sólo está disponible en el servicio que hace uso de esta denominación.

Gráfico 3. Obras españolas con idiomas distintos al castellano disponibles en los catálogos analizados, 2022-2023

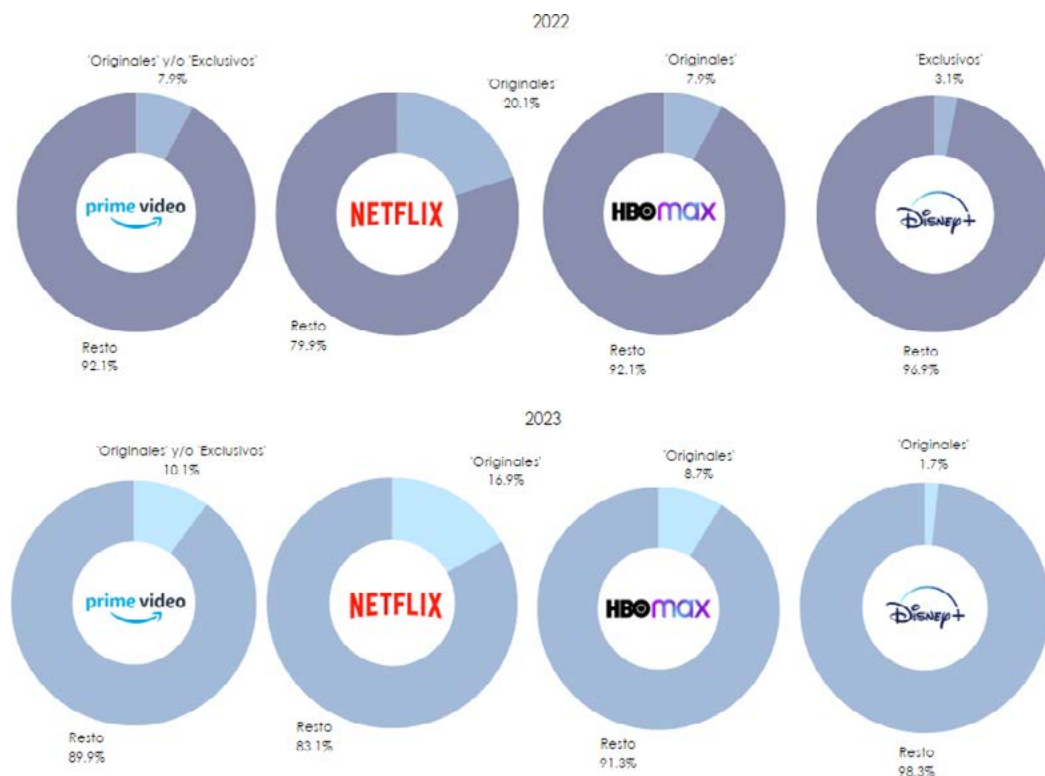


Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Notas: Se representan aquellas lenguas cooficiales presentes entre los títulos contabilizados. ‘Otros’ alude a idiomas no oficiales del Estado español distintos del inglés. En las obras plurilingües se computó el idioma que figura clasificado como original por el servicio. Apple TV+ no aparece en el gráfico, por razones de legibilidad, ya que en 2023 ofrecía sólo tres títulos (uno en castellano/inglés y dos en inglés).

En términos generales, y en particular en los casos de Prime Video y Netflix, se observa que el empleo de estas etiquetas está estrechamente vinculado al estreno de obras. Así, por ejemplo, se constató que de los 67 títulos españoles ‘originales’ de Netflix de inicios de 2022, 26 eran producciones del año anterior. Asimismo, se observa que en muchos de los títulos catalogados como ‘originales’ o ‘exclusivos’ es el propio operador del servicio quien está involucrado de alguna manera en la producción de la obra, ya se trate de una producción propia, un encargo de producción a una compañía local o una coproducción con empresas locales.

Netflix y Prime Video son los servicios que más usan estas denominaciones en los dos periodos considerados (gráfico 4). Ahora bien: mientras que Netflix solo utiliza la etiqueta ‘original’ en referencia a películas, series u otra clase de producciones españolas (un total de 67 títulos en 2022 y de 97 en 2023), Prime Video emplea tanto la etiqueta ‘original’ como la ‘exclusiva’ para cualquier clase de producciones (un total de 11 obras ‘originales’ y 39 ‘exclusivas’ en 2022, y de 13 ‘originales’ y 63 ‘exclusivas’ en 2023). HBO Max, por su parte, solo ofrecía series españolas ‘originales’ en 2022 (un total de 15), aunque en la muestra correspondiente a 2023 el recuento arrojó,

Gráfico 4. Obra española etiquetada como ‘original’ y ‘exclusiva’, 2022 y 2023



Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Nota: Apple TV+ no está representado en este gráfico ya que no hizo uso de estas etiquetas en el periodo estudiado.

además de la misma cantidad de series, una película documental y un programa de comedia. En el extremo opuesto se situó Disney+, servicio que en muy contadas ocasiones emplea la etiqueta 'original' para catalogar determinadas obras españolas. El caso de Disney+ es singular por el hecho de que mientras que en 2022 su catálogo presentaba únicamente dos series 'exclusivas', un año después estas habían perdido tal etiquetado y el servicio contaba con (otras) dos series denominadas 'originales'. Apple TV+, por su parte, ofrecía contenido sin hacer uso de estas etiquetas en el momento de la muestra.

### 3.6. Presencia de coproducciones internacionales

Los cinco catálogos analizados ofertan coproducciones internacionales con participación de capital

español (tabla 3). En total se registraron 241 títulos a inicios de 2022 (incluidos aquellos ofertados por dos o más servicios), número que se incrementó a 337 títulos un año después.

Prime Video y Netflix destacaban por ofertar la mayor cantidad de coproducciones internacionales tanto a inicios de 2022 como de 2023: el primero de estos servicios pasó de 102 a 148 títulos, mientras que Netflix pasó de 77 a 110 títulos. Por su parte, los catálogos de Disney+ y de Apple TV+ registraron destacados incrementos porcentuales de coproducciones internacionales en un año: Disney+ de 11 títulos en 2022 pasó a ofertar 23 títulos en 2023 mientras que Apple TV+ pasó de contar con un título a tres en un año.

Tabla 3. Coproducciones internacionales con participación de capital español disponibles en los catálogos analizados, 2022 y 2023

Servicio	N.º total de títulos		Obra española					
			N.º de títulos / N.º de coproducciones / % de coproducciones					
	2022	2023	2022			2023		
Netflix	5.338	7.267	333	77	23,1	575	110	19,1
Prime Video	3.922	4.869	636	102	16,0	751	148	19,7
HBO Max	1.578	1.589	178	50	2,8	196	53	27,0
Disney+	1.780	2.316	65	11	16,9	116	23	19,8
Apple TV+	98	150	1	1	100,0	3	3	100,0

Fuente: elaboración propia en base a datos de JustWatch.com y trabajo de campo propio.

Entre los países más frecuentemente implicados en coproducir con compañías españolas, en ambas muestras se encontraban Francia, Argentina, el Reino Unido, Italia y Estados Unidos. El país con mayor presencia en las coproducciones internacionales del catálogo de Netflix era Francia, 23 obras en 2022 y 33 en 2023; seguido por Argentina, con 15 y 21 títulos, respectivamente. Una situación análoga registró el catálogo de Prime Video, aunque el segundo puesto de Argentina se compartía con el Reino Unido. En la muestra de 2022 este catálogo incluía 25 títulos en coproducción con Francia, 19 con Argentina y 19 con el Reino Unido; un año después, 37 títulos en coproducción con Francia, 23 con Argentina y otros tantos con el Reino Unido.

Francia también lideró las coproducciones internacionales ofrecidas por HBO Max: 16, tanto en 2022 como en 2023. El segundo puesto lo ostentaron las coproducciones con el Reino Unido a inicios de 2022 (13 títulos) y con Argentina e Italia a inicios de 2023 (ambos países presentes en la producción de diez títulos cada uno). Francia y Argentina también fueron los países que lideraron las coproducciones internacionales ofrecidas por Disney+ a inicios de 2022 (cuatro y tres títulos respectivamente), pero, aunque el primer país siguió liderando las coproducciones internacionales un año después (nueve títulos), Argentina fue desplazada por Estados Unidos (seis títulos) en 2023.

### 3.7. Prominencia otorgada a la obra española

Respecto a la presencia/ausencia de algunos de los mecanismos empleados en los diferentes servicios para destacar la presencia de películas, series y otras obras españolas, el estudio reveló un abanico de situaciones disímiles. En un extremo de este abanico se situó Netflix, cuyo servicio presenta diferentes opciones para dar prominencia a la obra española, y en el extremo opuesto se ubicó el servicio de Apple, con nulas prestaciones (gráfico 5). En términos generales, se podría convenir que existe un amplio margen de mejora a la hora de resaltar la obra española comprendida en el conjunto de los servicios. Al respecto, cabe señalar que no se han registrado, grandes cambios entre 2022 y 2023.

Netflix se distinguía del resto de los operadores al haber puesto en juego mecanismos específicos para destacar la obra española que integra su catálogo. A inicios de 2022 era el único de los servicios que exhibía en su barra de navegación la categoría 'series españolas'; no así la de 'cine español' que incorporó posteriormente. A inicios de 2023 Netflix cumplía con todos los criterios observados en el estudio. Además, contaba con una sección dedicada a obra española enlazada en su menú en el apartado de series y presentaba secciones vinculadas a dichas obras en los carruseles de la página principal del servicio y al introducir en su buscador interno palabras clave relacionadas.



Gráfico 5. Prominencia de obra española en los servicios SVOD analizados, 2023

Categorías de prominencia	prime video	NETFLIX	HBO max	Disney+	atv+
Menú principal - Cine español	⊘	✓	✓	⊘	⊘
Menú principal - Series españolas	⊘	✓	✓	⊘	⊘
Carrusel de recomendación - Cine español	✓	✓	⊘	✓	⊘
Carrusel de recomendación - Series españolas	✓	✓	⊘	✓	⊘
Resto de la interfaz - contenido español y/o categorías relacionadas	⊘	✓	⊘	⊘	⊘

Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo. Notas: En HBO Max y Disney+, series y películas españolas se encuentran aglutinados en una misma categoría: 'producciones locales' y 'películas y series con Ñ', respectivamente. 'Resto de la interfaz' refiere al *footer* o faldón inferior la interfaz de los servicios, la *homepage* (sin acceder como un usuario registrado) y/o posibles resultados de búsqueda.

Asimismo, cabe destacar que durante 2022 Netflix incorporó una funcionalidad para buscar obras en función de su idioma original, opciones de doblaje y de subtítulo. A inicios de 2023 la búsqueda según doblaje y subtítulo permitía filtrar por idiomas como el catalán, el gallego y el vasco; pero no sucedía lo mismo con la búsqueda en función del idioma original, donde el castellano era la única lengua del territorio español disponible.

Además de Netflix, en 2022 sólo Prime Video y Disney+ tenían carruseles con recomendaciones de obras españolas, incluyendo tanto series como películas. Sin embargo, ambos servicios carecerían de dichas categorías en sus respectivos menús principales, y tampoco ofrecían categorías relacionadas en los resultados de búsqueda o en alguna otra parte de la interfaz del servicio, aunque cabe señalar que Disney+ poseía un carrusel de recomendación de obras titulado 'películas y series con Ñ', el cual incluía obra española.

Un año después, a inicios de 2023, la prominencia otorgada a la obra española en los distintos servicios seguía sin grandes cambios: la única novedad era que HBO Max había incorporado en su menú de navegación la categoría 'producciones locales'. Por otro lado, ninguno de los criterios utilizados para retratar prominencia se detectó en la oferta de Apple TV+ en ninguno de los periodos considerados, lo que puede explicarse dada su muy limitada oferta de obras locales.

#### 4. Discusión y conclusiones

Como se apunta en la introducción, la expansión internacional de los servicios de SVOD de origen estadounidense ha dado lugar a renovados debates sobre la circulación de obras procedentes de los Estados Unidos en todas las regiones del mundo. En el caso de Europa, además, ha dado lugar a la modificación de la normativa vigente en materia audiovisual a fin de garantizar un mínimo de contenidos

europeos en unos catálogos conformados por miles de referencias, entre las cuales los contenidos estadounidenses son mayoritarios. Como se indicó, además de establecer una cuota mínima del 30 por ciento para obras europeas en los servicios bajo demanda, España incluyó además subcuotas para obras realizadas en castellano y en lenguas cooficiales, así como obligaciones de financiación anticipada de obra europea en dichas lenguas.

En este contexto, resulta relevante conocer cómo se configuran los catálogos de aquellos operadores estadounidenses con significativa presencia en el mercado español, que compiten entre sí y con otras compañías locales (Movistar+, FlixOlé, Filmin...). Desde una perspectiva histórica, esta investigación ofrece información relevante sobre la presencia de obra española en los servicios prestados por agentes transnacionales claves dentro de la industria del SVOD con anterioridad a la entrada en vigor de un nuevo marco regulatorio que, entre otros considerandos, busca promover dicha presencia.

En su conjunto los cinco servicios analizados ponían a disposición, a comienzos de 2023, 1.641 obras españolas (1.213 en 2022), de las cuales 1.405 eran títulos únicos (1.061 el año anterior), es decir, contabilizando una sola vez los títulos disponibles en más de un catálogo. Entre estos títulos predominan los largometrajes cinematográficos y la ficción, así como las obras de reciente factura. En general, la obra española ofertada es de reciente producción, lo cual aleja las dudas sobre la posibilidad de que los operadores recurran a la compra masiva de producciones antiguas y de dudoso éxito comercial para cumplir con la cuota de obra europea a la cual los obliga la normativa. El estudio asimismo muestra que la presencia de coproducciones internacionales es reseñable, destacando en números relativos en el caso de Amazon Prime. Repasando el listado de títulos ofertados, se observa que la mayor parte de los mismos ha sido producida con empresas pertenecientes a países con los que existen acuerdos

de coproducción cinematográfica, tanto bilaterales como multilaterales.

Así, aunque en diferente medida, los cinco operadores han incrementado la oferta de títulos españoles en el lapso de 12 meses. La obra española aumentó considerando todos los servicios analizados un 35,3 por ciento entre 2022 y 2023. En todo caso el catálogo de Prime Video es el que ofrece el mayor número de títulos, tanto en términos absolutos como relativos. Valorar los motivos del incremento interanual en el número de películas y series españolas ofrecidas por los servicios de SVOD estadounidenses no tiene una respuesta sencilla y unívoca. Como mínimo, el análisis debe tomar en consideración las recientemente estrenadas obligaciones de cuotas y financiación anticipada de obra europea, los incentivos fiscales a nivel nacional y regional que promueven la producción audiovisual española, las estrategias de localización de los servicios en función de los mercados geolingüísticos (y geoculturales) y la competencia que pueda existir por parte de otros servicios especializados en la distribución de obra española que retienen sus derechos de exhibición (como es el caso de FlixOlé). Además, la presencia de obra española en los catálogos estudiados debe ponerse en relación con el hecho de que los operadores de los servicios analizados, en algunos casos desde hace años, vienen produciendo contenidos de la mano de productoras locales y a través de diferentes clases de asociación.

A este respecto cabe apuntar que la totalidad de operadores de servicios de SVOD analizados produce contenidos en España; un país en el que han encontrado un escenario propicio para desarrollar sus proyectos: producir es más barato que en otros mercados de Europa, existen beneficios e incentivos fiscales y el sector cuenta con profesionales cualificados (Neira, 2022). La producción audiovisual española, de hecho, es una de las más importantes de Europa (OEA, 2023). Netflix, que posee un centro de producción en la Comunidad de Madrid, comenzó a producir contenidos en el país en 2016. Amazon hizo lo propio a partir de 2018. En el caso de HBO Max, con la finalidad de reducir costes tras la fusión de Warner Bros. y Discovery, se tomó la decisión de cancelar toda la producción europea, a excepción de la española que comenzó en 2019, y la francesa (Ravindran, 2022). Por su parte, Disney y Apple, comenzaron a involucrarse en la producción de contenidos en España recién a partir de 2021.

Sin embargo, esta implicación en la producción de contenidos por parte de las compañías estadounidenses que operan los servicios analizados trae aparejados diversos impactos que comienzan a ser apuntados por diferentes investigaciones. Así, por ejemplo, Buenaventura y Perpiñá-Robert (2023: 54) señalan que la producción de obra española por parte de los prestadores de servicios de SVOD está dando lugar a “condiciones de contratación muy duras en temas de propiedad intelectual para autores y productoras independientes, saturación de títulos similares, exceso de oferta de contenidos, precarización de las condiciones de trabajo, dificultades -por

el exceso de demanda- para contratar equipos profesionales de primer nivel, canibalismo y presiones de adquisiciones y fusiones entre las mismas plataformas”. Por su lado, García Leiva (2023: 37) apunta que “crear con/para una plataforma global, a cambio de recibir un tentador pago por adelantado, es sinónimo de renunciar a backends por reemisiones en segundas ventanas y royalties por reproducción, además de correr el muy probable peligro de acabar en un ‘cementerio de obras invisibles’ o ser cancelado sin posibilidad de obtener continuidad ni siquiera en otros servicios”.

Otro impacto, aún por estudiar, tiene que ver con la incidencia de estos operadores en las estrategias de promoción de las obras. Todo parece indicar que las producciones españolas, etiquetadas como ‘originales’ o ‘exclusivas’, son un elemento clave en la lucha interempresarial que protagonizan entre sí los operadores de servicios de SVOD. En este sentido, cabe señalar que a mediados de 2023 operan en España un total de 86 servicios de VOD,<sup>4</sup> y que en febrero de 2023 se estrenó en el país SkyShowtime, servicio de SVOD de los conglomerados estadounidenses Comcast y Paramount Global.

Si bien, en términos generales los mecanismos para dar prominencia a la obra española se han incrementado de un año a otro, estos son limitados. Esta observación no es menor ya que la prominencia incide directamente en la posibilidad de descubrir obras, y, por tanto, en el potencial consumo de los títulos disponibles. En otras palabras, el estudio de la disponibilidad sin aludir a la prominencia puede producir resultados a los que les falta un contexto adicional fundamental. Por otra parte, la presencia de obra española que emplea lenguas distintas al castellano es muy menor respecto al total de obra española ofertada.

Las generalidades reseñadas no deben ocultar las apreciables diferencias que guardan entre sí tanto la presencia de obra española en los catálogos como los mecanismos de prominencia dedicados a esta en los servicios estudiados. Se observan diferencias acentuadas entre ‘los primeros’ (Netflix y Prime Video) y ‘los últimos’ operadores en llegar al mercado español (Apple TV+ y Disney+). Así, aunque existe margen de mejora, Netflix se destaca por exhibir, junto a Prime Video, los mejores datos de obra española en lengua no castellana (en cantidad de obra y diversidad lingüística de la misma). Asimismo, Netflix lidera las opciones para destacar la obra española ofertada.

En definitiva, es posible afirmar que la obra española experimentó un incremento, aunque muy dispar, en todos los catálogos estudiados entre 2022 y 2023, que dicha obra es poco prominente y, por lo tanto, difícil de encontrar dentro de los servicios, y que, en su conjunto, está mayoritariamente conformada por películas y obras de ficción en castellano. Estos hallazgos son coherentes, en particular, con los obtenidos por estudios previos (Alborno y García Leiva, 2022) y, en un plano más general, arrojan luz sobre el grado de diversidad existente en una parte de la obra ofertada en el mercado español por

<sup>4</sup> Dato extraído de MAVISE, base de datos de servicios audiovisuales en 41 países europeos y Marruecos del Observatorio Europeo del Audiovisual: <https://mavise.obs.coe.int/>

los principales servicios SVOD foráneos que operan en este mercado, así como sobre el potencial margen de incidencia que puede tener la nueva regulación audiovisual. Si bien esto último no podrá ser estudiado hasta dentro de unos años, cuando la implementación de las obligaciones contenidas en la Ley General de Comunicación Audiovisual se haya hecho realidad (particularmente las relativas a la promoción de obra audiovisual europea y su diversidad lingüística, que entraron en vigor en julio de 2023), los hallazgos que esta clase de trabajo registran se constituirán en punto de partida inexcusable para futuros análisis comparados y de impacto regulatorio.

## 5. Referencias bibliográficas

- Afilipoaie, A., Iordache, C. & Raats, T. (2021). The 'Netflix Original' and what it means for the production of European television content. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(3), 304-325. <https://doi.org/10.1177/17496020211023318>
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M. T. (2017). *El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad*. Cátedra.
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M. T. (eds.) (2019). *Audiovisual Industries and Diversity: Economics and Policies in the Digital Era*. Routledge.
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M. T. (2021). VOD service providers and regulation in the European Union: an audiovisual diversity approach. *International Journal of Cultural Policy*, 27(3), 267-281. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1769614>
- Albornoz, L. A. & García Leiva, M. T. (2022). Netflix Originals in Spain: Challenging diversity. *European Journal of Communication*, 73(1), 63-81. <https://doi.org/10.1177/02673231211012174>
- Barlovento (2021). *Barómetro TV-OTTs: Televisión de pago y OTT's 4ª ola 2021*. <https://bit.ly/45x07sr>
- Barlovento (2022). *Barómetro TV-OTTs: Televisión de pago y OTT's 3ª ola 2022*. <https://bit.ly/3snXryy>
- Batikas, M., Gómez-Herrera, E. & Martens, B. (2015). Film Availability in Netflix Country Stores in the EU. *Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper* 2015/11. JRC98020. <https://bit.ly/3qNnEWU>
- Birkinbine, B., Gómez, R. & Wasko, J. (eds.) (2017). *Global Media Giants*. Routledge.
- Buenaventura, F. & Perpiñá-Robert, C. (2022). La propiedad intelectual en el sector audiovisual. En Román, C. (Coord.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2022. El sector audiovisual, hacia un incremento sostenible y diverso* (pp. 43-56). Fundación Alternativas. <https://bit.ly/44nfNNy>
- Bustamante, E. (2003). Televisión digital: globalización de procesos muy nacionales. En Bustamante, E. (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (pp. 167-206). Gedisa.
- Cabrera, F. J., Talavera, J. & Valais, S. (2022). *Investing in European works: the obligations on VOD providers*. IRIS Plus. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/45sw3Oz>
- Chalaby, J. K. (2005). *Transnational television worldwide*. Tauris.
- Chalaby, J. K. (2006). American Cultural Primacy in a New Media Order: A European Perspective. *International Communication Gazette*, 68(1), 33-51. <https://doi.org/10.1177/1748048506060114>
- Chalaby, J. K. (2022). Global streamers: Placing the transnational at the heart of TV culture. *Journal of Digital Media & Policy*, 13(2), 223-241. [https://doi.org/10.1386/jdmp\\_00083\\_1](https://doi.org/10.1386/jdmp_00083_1)
- Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) (2020). *Presència i prominència d'obres europees a Netflix*. <https://bit.ly/3EcOawb>
- Ene, L. (2023). *Top players in the European AV industry. Ownership and concentration. 2022 Edition*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3KVRmpW>
- Farchy, J., Grégoire, B. & Steven, T. (2021): Content quotas and prominence on VOD services: new challenges for European audiovisual regulators. *International Journal of Cultural Policy*, 28(4), 419-430. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1967944>
- Fontaine, G. (2022). *Investments in original European content. A 2011-2021 Analysis*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/45P3F9I>
- García Castillejo, Á. & Chaparro Escudero, M. (2019). Desafíos del audiovisual frente a la concentración y las plataformas: Un nuevo marco jurídico europeo y español. En Chaparro Escudero, M. Gabilondo, V. & Espinar Medina, L. (Coords.). *Transparencia mediática, oligopolios y democracia ¿Quién nos cuenta el cuento?* (pp. 25-62). Comunicación Social. <https://doi.org/10.52495/cap01.emcs.4.p75>
- García Leiva, M. T. (2021). VoD platforms and prominence: a European regulatory approach. *Media International Australia*, 180(1), 101-115. <https://doi.org/10.1177/1329878X20967456>
- García Leiva, M. T. (2022). La proyección internacional del audiovisual español. En Ballesteros, I. (coord.). *Informe sobre el estado de la cultura en España 2022. El sector audiovisual, hacia un incremento sostenible y diverso* (pp. 17-41). Fundación Alternativas. <https://bit.ly/44nfNNy>
- García Leiva, M. T. & Mazzoli, E. M. (2023). Safeguarding the visibility of European audiovisual services online: An analysis of the new prominence and discoverability rules. In Ranaivoson, R., Broughton Micova, S. y Raats, T. (Eds.). *European Audiovisual Policy in Transition* (pp. 198-217). Routledge.
- GECA (2023). *Barómetro OTT de GECA*. <https://bit.ly/3Qzak1q>
- Grece, C. & Jiménez Pumares, M. (2017a). *The origin of TV content in VOD catalogues 2017 Edition*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3OWBsXh>
- Grece, C. & Jiménez Pumares, M. (2017b). *The origin of films in VOD catalogues 2017 Edition*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3EfOSbW>
- Grece, C. y Jiménez Pumares, M. (2019). *Film and TV content in VOD catalogues 2019 Edition*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/44nD3Lv>
- Grece, C. & Jiménez Pumares, M. (2020). *Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition*.

- European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3Ee8YTJ>
- lordache, C. (2021). Netflix in Europe: Four Markets, Four Platforms? A Comparative Analysis of Audio-Visual Offerings and Investment Strategies in Four EU States. *Television & New Media*, 23(7), 1-22. <https://doi.org/10.1177/15274764211014580>
- Kantar (2023). *Amazon Prime Video se afianza como el servicio de streaming número 1 en España pese a un año complicado*. <https://bit.ly/3QVILBN>
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*. New York University Press.
- Lobato, R. & Scarlata, A. (2018). *Australian Content in SVOD Catalogs: Availability and Discoverability*. RMIT University. <https://doi.org/10.25916/5bbeaa134b13d>
- Lobato, R. & Scarlata, A. (2019). *Australian Content in SVOD Catalogs: Availability and Discoverability*. RMIT University. <https://doi.org/10.4225/50/58225b7d49d1a>
- Lobato, R. & Scarlata, A. (2022). Regulating Discoverability in Subscription Video-on-Demand Services. In Flew, T., Martin, F. R. (Eds.) *Digital Platform Regulation*. Palgrave Macmillan.
- Lotz, A., Eklund, O. & Soroka, S. (2022). Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass media flows. *Journal of Communication*, 72(4), 511-521. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac020>
- Lotz, A. & Lobato, R. (2023). *Streaming Video: Storytelling Across Borders*. New York University Press.
- Mazzoli, E. M. & Tambini, D. (2020). *Priorisation Uncovered: The Discoverability of Public Interest Content Online*. Council of Europe. <https://bit.ly/3EhxLX2>
- Ministère de la Culture et des Communications du Québec y Ministère de la Culture de France (MCC y MC) (2020). *Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels franchophones*. <https://bit.ly/45sdwSq>
- Neira, E. (2022). La producción audiovisual de las plataformas de 'streaming' en España sigue creciendo, pero no está blindada: estos factores podrían hacer mella en sus cifras a medio plazo. *Business Insider*. <https://bit.ly/3YV5PSp>
- Nordenstreng, K. & Varis, T. (1974). Television traffic: A one-way street? A survey and analysis of the international flow of television programme material. *Reports and papers on mass communication*, 70. UNESCO. <https://bit.ly/3KUXbXl>
- Observatorio Europeo del Audiovisual (OEA) (2023). *Yearbook 2022/2023 Key Trends*. European Audiovisual Observatory. <https://bit.ly/3OVb9f7>
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) (2017). État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels. Institut de la statistique du Québec. <https://bit.ly/44nAUIM>
- Ravindran, R. (2022). HBO Max Halts Originals in Parts of Europe in Major Restructure. *Variety*. <https://bit.ly/3qXWgpb>
- Rivero, E. & Bizberge, A. (2022). Diversidad en plataformas de video a demanda en Argentina. *Intersecciones en Comunicación*, 1(16). <https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.153>
- Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local*. SAGE.
- Zallo, R. (2022). La cultura de la ciudad conectada en la pospandemia e impactos previsibles de la Ley General de Comunicación Audiovisual. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación*, 27(53), 19-40. <https://doi.org/10.1387/zer.23831>

**M<sup>a</sup> Trinidad García Leiva.** Doctora por la Universidad Complutense de Madrid, es Profesora Titular en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Dedicó su investigación a las industrias audiovisuales, la diversidad cultural y las políticas públicas y la regulación de la comunicación, así como a la cooperación al desarrollo en materia de cultura y comunicación. Participa en la dirección del proyecto 'Diversidad y servicios audiovisuales a la carta por suscripción', financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Integrante de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), donde se desempeña como Secretaria académica desde 2016, es socia de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS/IAMCR/AIERI) y la European Communication Research and Education Association (ECREA), además de la asociación científica internacional Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). ORCID:

**Luis A. Albornoz.** Director del grupo de investigación Diversidad Audiovisual / Audiovisual Diversity y profesor a tiempo completo en el Departamento de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), donde imparte los cursos Estructura del sistema audiovisual (grado), Geopolíticas del audiovisual (postgrado) y Economía de la cultura y las industrias culturales (postgrado). Actualmente, en la UC3M dirige el Programa de Doctorado en Investigación en Medios de Comunicación y el Máster de Industria Musical y Estudios Sonoros. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires y Doctor por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Miembro fundador y ex presidente (2007-2013) de la asociación científica internacional Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). Miembro de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS/IAMCR/AIERI), donde actualmente integra su Consejo Internacional; de la European Communication Research and Education Association (ECREA); y de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), donde dirige la sección Estructura y Políticas de la Comunicación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0079-3317>

**Pedro Gallo.** Doctorando en el programa de Investigación en Medios de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) y miembro del grupo de investigación Diversidad Audiovisual / Audiovisual

Diversity. Ha trabajado como consultor SEO y su línea de investigación principal se centra en la economía política de los medios audiovisuales en el entorno digital. Es beneficiario de la ayuda del Ministerio de Ciencia e Innovación para contratos predoctorales para la formación de doctores 2020. Participa en el proyecto 'Diversidad y servicios audiovisuales a la carta por suscripción' e imparte docencia en el Departamento de Comunicación de la UC3M. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7748-5710>